



江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库

消费合宜性的伦理意蕴

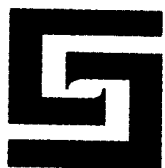
Ethical Meaning of the Propriety of Consumption

赵玲/著

基本消费价值观

- “节俭”与“吝啬”
- “高贵”与“高消费”
- “享受”与“享乐主义”
- “荣誉”与“虚荣”
- “成功”与“占有”





江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库

消费合宜性的 伦理意蕴

Ethical Meaning of the Propriety of
Consumption

赵 玲 / 著



社会科学文献出版社

SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

消费合宜性的伦理意蕴/赵玲著. - 北京: 社会科学文献出版社, 2007. 6

(江苏省哲学社会科学重点学术著作·青年文库)

ISBN 978-7-80230-694-3

I. 消... II. 赵... III. 消费经济学 IV. F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 082030 号

目 录

CONTENTS

绪 论.....	1
一 生命尊严的消费之维及其现代际遇.....	2
二 本书的创新、方法及思路.....	7
第一章 合宜与消费合宜性	15
第一节 “合宜”的伦理内涵	15
一 “宜” — “义” — “礼”	16
二 西方文化中的“合宜性”思想	23
三 合宜释义	30
第二节 作为人的存在方式的消费	40
一 消费的多重规定性	40
二 消费生产着人的存在方式	45
第三节 消费合宜性的价值规定及其历史演变	53
一 消费合宜性的评判尺度	55
二 消费合宜性的传统内涵	61
三 “新”消费观念	65

第二章 消费经济功用的凸显及其道德风险

——消费合宜性问题产生的基本制度性架构	72
第一节 消费经济功用凸显的必然性	73
一 消费在社会再生产中的地位	73
二 市场经济的内在要求	77
三 人的生命存在的时代诉求	80
第二节 资本主义消费精神的流变	83
一 节俭还是奢侈——资本主义起源的消费精神透析	84
二 西方资本主义消费精神的现代走向	94
第三节 消费功用的道德风险	100
一 现代市场经济的消费逻辑	100
二 消费作为经济增长点的道德风险	105
三 “刺激消费”政策的伦理反思	110

第三章 消费中的主体权能与生态限度

——生态难题及其破解：可持续消费	116
第一节 生态向度下的人的消费	117
一 自然与自由意志	117
二 消费权利及其内在规定性	122
三 现代消费对自然生态的影响	127
第二节 人的主体权利的越位与归位	130
一 现代生态危机的消费根源	131
二 自然权利说辩驳	136
三 人的主体地位及其权利限度	141
第三节 走向绿色文明的消费	146
一 尊重自然	146
二 坚持消费的可持续性	150

三 绿色消费理念	154
第四章 消费中的个性自由与社会公平	
——自由难题及其破解：公平消费	160
第一节 消费行为的个性特征	161
一 消费是个性自由的表征	161
二 消费与个体社会身份建构	168
三 个体自由消费的道德沉思	175
第二节 个体自由消费的伦理维度	179
一 公共利益还是群体悲剧	179
二 消费领域中个体与社会关系	184
三 评价个体消费行为的双重向度	189
第三节 现代消费中的公平问题	194
一 公平理念	194
二 消费差距的合理限度	200
三 公款消费的道德考问	207
第五章 消费中的自我欲求与人本根据	
——人性难题及其破解：人本消费	214
第一节 消费与自我实现	215
一 自我的欲望及其裁决	215
二 适度消费及其伦理规定	221
三 幸福的实现	227
第二节 消费的人本意蕴	232
一 消费的人本理念	232
二 “以人为本”——中国社会转型期的消费 价值选择	239
三 广告下的理性——现代消费的人本指归	244

第三节 人本消费的价值规范	249
一 健康消费	250
二 科学消费	255
三 文明消费	258
第六章 现代消费美德	264
第一节 消费主义批判	266
一 消费主义的兴起与蔓延	266
二 消费主义的特征	271
三 消费主义的实质与危害	275
第二节 节俭的现代诠释	281
一 传统节俭观述评	282
二 节俭的现实功用	289
三 节俭的现代内涵及其实现	295
第三节 基本消费价值观辨析	298
一 “节俭”与“吝啬”	298
二 “高贵”与“高消费”	300
三 “享受”与“享乐主义”	303
四 “荣誉”与“虚荣”	306
五 “成功”与“占有”	309
结 语	313
参考文献	316
后 记	325

绪 论

“人的全部尊严就在于思想”。17 世纪的思想巨人帕斯卡尔在《思想录》中如是说，“人只不过是一根苇草，是自然界最脆弱的东西；但他是一根能思想的苇草。用不着整个宇宙拿起武器来才能毁灭他：一口气、一滴水就足以致他死命了。然而，纵使宇宙毁灭了他，人却仍然要比置他于死地的东西更高贵得多；因为他知道自己要死亡，以及宇宙对他所具备的优势，而宇宙对此却是一无所知”^①。人的全部尊严就在于思想。由于有了思想，人就好比摧毁他的任何东西甚至整个宇宙都高贵得多。由于有了思想，脆弱如苇草般的人却囊括了宇宙。人凭借思想意识到自己，使自己从自然界中独立出来，显示出他无与伦比的优越性和尊严。然而，人凭借思想，又必然会认识到自己的有限、死亡、可悲，认识到人的存在本身所面临的各种悖论：人自知又不自知；追求真理和幸福却又永远达不到真理和幸福；不愿承受劳碌之苦，但空虚和无聊更让人难以忍受……思想赋予人以尊严，思想使人优越于自然物，优越于其他物种甚至是浩瀚的宇宙，使人获得了尊严。但思想又会带给人忧虑、烦恼、危机，它又会使人陷

^① 帕斯卡尔著，何兆武译《思想录——论宗教和其他主题的思想》，商务印书馆，1986，第157～158。

于种种诱惑、无知、自我迷失之中，遮蔽人的生命尊严。人应当如何去解决生命存在本身充满的种种矛盾，如何去为维护生命尊严而战，去叩问、追寻和创造生活的意义，使人高尚起来。因为“尊严就是最能使人高尚起来、使他的活动和他的一切努力具有崇高品质的东西，就是使他无可非议、受到众人钦佩并高出于众人之上的东西”^①。

一 生命尊严的消费之维及其现代际遇

生命是每一个现实的人都能直接体验到的自己的存活状态。生命首先是活着，是肉体器官的运转和功能基本完好的状态。活着就要摄取、获取、消费养料，获得生的权利，去张扬自己的生命活力和生存欲望。这是肉体生命的内在要求。然而生命又并非无待，生是张扬、是蓬勃之态，但由于“命”这一客观实存，“生”就不是自我任意主张的激情状态，而总是要受制于“命”，受制于客观必然性。所以，人只能在能动与受动、自在与自觉、必然与自由之中去寻求生命的实现。同时，生命并不就是一个活着的状态，不是一个无目的的、任意发散的自然肉体生命的流逝过程，人作为有思想、有尊严之质的存在物，他的生命就不单纯是一个活着的问题，而是存在着一个为何活、如何活以及怎样活之类的问题。所以，一个人的生命不是纯然的肉体生命，它同时具有精神的、文化的本质；不是已经实现了的、既定的东西，而是不断开辟着新的可能性的合目的的生生不息的活动；不是可以由外在物（自然的或人为的）随意摆弄、处置的客观对象，而是人的自我理解、自我确证的活动。在生命过程中，人通过自己

① 《马克思恩格斯全集》第40卷，人民出版社，1982，第6页。

的思想以及将思想转化为实践的自觉自由的活动去不断地实现人的生命本质，去孜孜以求地发明工具、创造科技、拓展文明，争取在自然面前有更大的自由、自主的能力，摆脱受自然力支配的被动地位，获得高于其他物种的优越地位。因而，生命是人的生命，人如何使自己的生命存在归属于“人”的维度，如何使“自我确证”的对象性活动真正生成“人”的存在方式，实现和展示人的“全部丰富性”，使“人”真正变成“人”，而不是变成自己的对立面，即如何弥合人的灵与肉、理与欲之间的分隔，从而既尊重人的肉身存在的事实，尊重肉身存在欲望的合理性，又能不断对肉身欲望进行超越，逐步提升到更高的价值存在，去拓展人的心灵世界和精神世界，提高生命智慧，使人成为真实的人格主体，成为有着自我价值和尊严意识的人，并能在现实生活中去彰显、张扬生命存在的尊严。这是人类永恒的话题，也是人类必须面对的难题。然而，这个肇始于人类文明源头的问题，虽经历了农耕文明的审思、工业革命的洗礼，在科技高度发展的现代社会，依然没有得到一个确定性的实践答案，却更成为萦绕在现代人心头的一块难以排解的疑云，是那样的浓重，那样的挥之不去。生命应当如何？人类应当向何处去？人类一次次地问，一次次地反思。

人的生命尊严应当如何实现？尤其是在现代社会这个科技高度发达、物质财富相对丰富的社会，当“人被物包围”的那种性状的消费社会逐渐临近，当消费日益成为生活重心，当人的存在方式发生重大转换的社会条件下，人应当如何在消费生活中去维护和升华生命的尊严？

在传统社会，短缺、匮乏一直是人的需要满足的障碍。与这种匮乏的社会状况相应，“消费”不仅因其“毁坏、用光、浪费、耗尽”的消极内涵得不到道德正当性的证明，而且因其潜

伏着“玩物丧志”、“享乐”、“纵欲”之类的危险性而一直备受思想家们的抵制与批判。伴随着市场经济的发展，伴随着人性的解放与政治民主化的进程，“消费”也经历了一场语意的深刻变革与解放过程，消费原初的消极内涵逐渐退隐，而其作为提升生活质量、推动幸福的意义逐渐彰显。特别是在现代市场经济的发展中，原本束缚人的需要得以满足的客观物质条件在经济发展、科技力量的作用下已得到根本性的改善，人们不再担忧那种落后生产方式下物质生活匮乏的不自由的生存际遇，拥有了自由地、随心所欲地选择自己生活方式、消费方式的可能与条件。然而，当欲望得到释放，当人们决意从消费中满足自己不断被激起的欲望时，也并未体验到真正的幸福与快乐。相反，前所未有的孤寂、恐惧、忧郁、空虚情绪包围着人类。由于市场化、世俗化、全球化浪潮的推进，消费俨然被视为一种生活方式、身份象征，消费成了一项人类需要花费大量时间与金钱的不可或缺的活动。在时尚、流行、品位等种种诱惑下激起的欲望不断膨胀起来，挤压、排斥着人的精神生活，使人日益变得世俗化、物欲化十足，越来越失去人性的丰满与光彩。更可怕的是，由于人们尚未意识到这种欲望满足的正当性源于客观社会条件，没有考虑到欲望的合理性在于对社会公共资源的尊重与维护，却任凭更“多”、更“好”的欲望驱使着自己的消费行为；当人类误将浪费、奢侈作为一种体面的、高尚的生活追求与生活理想时，已不止一次地打开了“潘多拉盒子”：严重的生态危机正以锐不可挡的姿态报复着人类贪婪的、肆无忌惮的消费方式——土地沙化、草地锐减、怪病丛生……不公平的消费方式在一定程度上也导致了社会的动荡、不安。人的消费由于放大了人的肉体的存在，放纵了精神、灵魂对人的生命意义的引导，人的尊严并没有得到维护，而是面临着被颠覆的危险性。因而，当人自以为能通过消费

确证自己的本质力量，肆无忌惮地征服自然、践踏自然的尊严的时候；当个体被无限充分的欲望调动起来并为贪婪欲望的满足而旁顾无人的挥霍、浪费时，人的良心、责任感、友爱精神、自爱自重等等人的尊严的内在精神资源正在消失，人类的尊严正遭受着前所未有的人的自我践踏。

中华民族在步履维艰中一路走来，传统与现代、现代与后现代的多重挤压，中华民族不仅经历着社会形式的转型，更经历着价值形式的嬗变。重义轻利、存理去欲等价值理念、道德准则正遭遇着空前的激荡与裂变。一向视安贫乐道、知足常乐为美德，视人欲为洪水猛兽，视休闲享受为玩物丧志、奢侈行径的信念正在被市场经济利益本位、效率优先、实效原则、个性至上的本质要求冲击着。随着体制的变革、观念的更新，中国人开始用务实的眼光反思长久以来一直被压抑的需要与欲望，贫困不再是光荣的代名词，艰苦朴素、清心寡欲也不再是大众的普遍生活方式，“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”、克勤克俭的消费理念正经受着时代的反思与考验。当经济短缺时代那种计划生产、凭票供应、有限消费的方式被不断充裕的消费品所克服，当注重生活质量提高、消费结构升级的政策被作为现代文明的标志而不断被官方认可并强力支持，当新的消费理念在商业机构与媒体联姻的强势鼓噪下逐渐被人们内化为日常消费行为的参考与准则的同时，一些新的消费方式（借贷、按揭、旅游）不断涌现，使国人的生活质量与生活理念发生着新的演变。于是，消费不再被视作罪恶，而是维持人的生命存在、生命尊严和获得自由的必要条件。与此同时，出于迫切发展经济、摆脱贫困面貌的忧患意识，消费的经济功能得以彰显，消费业已成为不断培育经济发展的新的增长点的重要动力。在市场经济扩张性特点的本质要求下，消费已被纳入到经济持续发展的轨道之中，承载着重要的经济使

命。“扩大内需，刺激消费”的经济政策便是对消费在现阶段中国作用的绝好诠释。对于处于社会主义初级阶段的中国来说，重视与提高人民的消费水平、消费质量，不仅有助于促成合乎人性的生长环境的生成，而且是社会主义制度优越性的鲜明体现。然而，由于市场经济内在的功能性缺陷以及传统消费文化中一些腐朽、落后的沉渣泛起，当市场经济解放了人们对欲望克制、压抑的生活态度，以便于人的正当、合理、健康的生活成为现实的同时，也解放了人性中的弱点，贪婪、自私、纵欲、奢靡也在与日俱增起来，成为某些社会成员的实践信条与准则。不仅如此，当西方发达国家的消费主义伴随着全球化浪潮得以传播时，西方式的高消费模式与奢侈、享乐主义的生活理念却被我们这个欠发达国家竞相羡慕与模仿起来。一些具有“小资情调”的有产者开始有意经营着这样的生活方式，也有一些暴发户急于通过一掷千金的挥霍、攀比而获得自我价值实现的确证，更有一些集团消费、公款消费背离了社会公平原则，助长了享乐主义的奢侈之风，刺激着我们这个消费文化原本就不成熟的国家。就社会发展的实际要求而言，正当的、合乎人性发展需要的消费是值得提倡的，这对于我们这个经济落后的国家来说，更具有根本性的意义。但另一方面，中国还是经济力量较为薄弱、资源相对匮乏的国家，尚不具备高消费的条件。我们固然要反思以往的消费伦理，反思传统消费文化中压抑人的正当、合理欲望的成分，抛弃传统消费文化中的落后内容，但这并不意味着我们要毫无原则地矫枉过正，并不意味着要将节俭、朴素视作落伍、保守，将浪费、奢侈当做新潮、进步。我们鼓励消费，是要通过消费这一工具性的手段构建做人应当拥有的合乎尊严的生活方式，进而推动人的全面发展，而不是将消费视作生活的目的，以至于放浪形骸、奢侈无度，从而最终将人推向奴役与苦恼的困境。在多重困

境与压力下的现代化中国，应当如何摆正消费的位置？应当树立何种消费方式与消费理念呢？

二 本书的创新、方法及思路

本书试图探究消费领域中的合宜性问题，希望通过消费合宜性这一理念，展示现代人的存在矛盾与困境，寻求有利于人的健康生存与自由发展的消费方式、存在方式，为现代人面临的消费问题提出一定的理论思考与解决方法。所以，本书主要集中于消费在人的生命尊严中所扮演的角色及人的消费在实现生命尊严中所应当持有的道德原则、处理诸种关系中所应有的道德立场。为了深刻论述消费及其对人存在的重要意义与现代社会合理、健康消费方式的应有状态，本书立足于社会主义市场经济建设这一宏观社会背景，立足于哲学伦理学层面，广泛汲取经济学、社会学、政治学、心理学的有关研究成果，力求论述深入、有理有据。从合宜性这一概念出发，本书坚持马克思主义人学的根本立场，指出，人的自由而全面的发展是评价社会生活中一切现象的终极价值尺度，每个人的自由而全面的发展就是作为一个完整的人，占有自己的全面的本质。消费是“人的本质”的表现和确认，也是人的本质的不断升华、不断发展的重要条件。也就是说，人的发展是消费是否合理的终极价值尺度，消费的目的在于人的自我发展和自我实现，人的潜能的发挥，人的健康生存与自由发展即人作为人的有尊严的存在。由此，本书从消费与人的存在的关系出发，在现代市场经济中消费功能凸显的必然性及其有可能带来的道德风险的基本制度性架构中考查了现代社会中的消费难题——生态难题（主体权能与生态限度之间的矛盾）、自由难题（个性自由与社会公平之间的矛盾）、人性难题（人自身灵

魂与肉体的内在冲突),并相应地提出了难题破解的伦理对策,认为坚持以人为本,可持续地、公平地、适度地消费,推动人与自然、人与人以及人与自身关系的和谐,是现代社会消费合宜性的内涵。最后,消费合宜性能否实现还有赖于节俭之德的伦理支撑与价值维度,以培育人的合理存在方式——人的有尊严的、自由的存在。

本书的创新之处表现在以下三个方面:

(1) 从人本的角度出发,将消费作为人的存在方式,指出消费的目的在于人的潜能的发挥,人的健康生存与自由发展,人的生命尊严的维护与提升。这种生命尊严首先体现于人的创造性劳动中,劳动提供了消费的前提,这是人的自我确证;其次,自然是人的生存的基础,人的生命尊严还应当以怜惜生命、关爱自然这一人的“无机的身体”,在自然“有尊严”的存在中获得人类自己的存在尊严。再次,人不仅是个体性的存在,而且是社会性的存在,个体消费自由的实现必然要与他人的、社会的正当利益为规定,并在承担责任、尊重他人利益的过程中体现自己的尊严。只有当每个个体都能拥有自我生命存在的尊严,并能发自内心地去尊重他人生命存在的尊严,他才能获得尊严并受到社会的尊重。只有在体现人与人、人与社会的和谐发展中去消费,并能以友爱、互助、公平的方式与他人共享社会资源才是值得称颂的。第四,生命尊严体现为人对肉体生命的尊重、合理满足及其超越,它体现了人本的精神,既要维护人们的消费权利、基本生活权利,过上体面的人的生活;又要在消费过程中能够体现“人”应当过的生活方式、消费方式,树立积极的生活意义——人的自由而全面的发展,从而使消费真正为人的自由而全面的发展服务,而不是使消费僭越为主,成为人的生活目的。

(2) 为了体现消费的人本意蕴,本书使用了消费合宜性这

一理念。之所以使用合宜性这一概念，主要出于以下几个方面的考虑：

第一，在古文中，“宜”与“义”互训，“义者宜也”，“义者，宜此者也”，“义者，谓其宜也，宜而为之”。“义载乎宜之谓君子，宜遗乎义之谓小人”。“义者，循理而行宜也”。但是否“合宜”，还在于能否合于“礼”。由此可见，“合宜”是“恰当”、“应然”，是行为的应当或适宜的标准，是善行之本。

第二，“合宜”作为行为正当的标准，包蕴了丰富的伦理内涵。合宜的精髓在于恰当。当然这种恰当的行为应以适度为原则，以人的理想存在样式为根本，以社会和谐为目标。这种恰当首先是要“不偏不倚”，要适度，但同时又能够固守这种恰当，即“恒常不易”，唯有如此，方可一以贯之地行事合宜、正当而恰当，方可体现出行为者具有行为恰当的道德理性与道德情操。其次，要立本。合宜要求先立“天下之大本”，“本立而道生”。有了这个“大本”，才能使行为有个明确的方向与目标。这个大本就是以人的生命尊严为目标的发展状态。同时，这大本既立，人的情感、态度、行为诸方面方可“合”于“本”、“诚”于本、“敬”于“本”，方不可做出“违”“本”之举。再次，求和。合宜总是要面对复杂的情境，在矛盾重重的二难选择中，在错综复杂的矛盾（人与人、人与自然、人与自身）系列中，不可执其一端，不可执著于一体之利益，而应考虑到利益关系的全面性、历史性、社会性，应寻求多种矛盾体的和谐统一。而和谐的根本目标，在于透过辩证互动而追求人和社会的持续发展。合宜性的意义在于培养对特定环境、特定关系作出合乎情理的伦理反应，能够谨慎地审时度势，创造性地作出灵活而不失原则、自由而无违规矩的道德行为。

第三，合宜性与合理性之间的区别：①在本质上，合宜性与

合理性都可以表达消费的合理化，但合理性更侧重于价值的追问，它既可以指称经济合理性、政治合理性、技术合理性，也可以指称道德合理性。但经济合理性、技术合理性有着技术理性的本性，它有可能更多的关注数量的扩张而遮蔽价值的追问。合宜性侧重于行为的价值评价与价值维度。消费作为人的存在方式，作为人的一项重要现实行为，因而对它的研究不能仅仅是一种价值上的追问或强调其对经济推动作用的工具性价值，而更要为人的现实生活提供行为正当的价值指南。^②在评价标准上，合理性强调评价的同一性；而合宜性则强调差异性。合理性具有标准化的倾向性，它会按照同一标准一视同仁地处理问题，但在无限开放性的现代社会，差异性是必然的事实，每个人有着不同的文化背景、心理特征、经济条件，不能用千篇一律的模式去要求人，否则会因不宽容而造成教育失败。合宜性是一个伦理学范畴，同时，它要求在异中求同，在原则性与权变性之间寻求一种最佳的评价。所以，从根本上说，本书使用消费合宜性这一概念，目的在于寻求现代多元社会中消费行为恰当性的依据、标准及现实的道德要求。

(3) 本书将消费作为人的存在方式，不是将消费作为一种孤立的经济行为或个人行为，而是将视野投向社会，通过消费来透视现代人生活中所面临的问题，如人的发展与经济发展之间的关系问题、人的生活需要与生态承受力之间的关系问题、个体生活自由与社会公平之间的关系问题等等，希望从对这些问题的剖析中寻求现代人生活的目的与意义，寻求现代人的正当、合理的消费方式。

在研究方法上，本书立足于现代性这一宏观的历史背景，在总体上坚持唯物史观的基本观点与方法，坚持历史与逻辑相统一、抽象与具体相统一的方法；在具体问题上采用实证分析方