

消费伦理研究

何小青 著

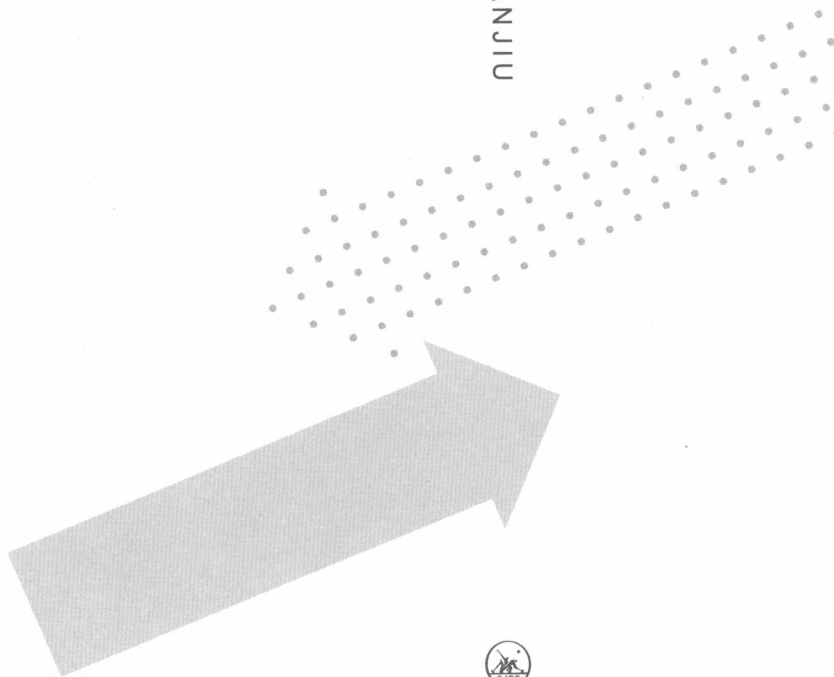
XIAOFEI LUNLI YANJIU

上海三联书店

消费伦理研究

何小青 著

XIAOFEI LUNLI YANJIU



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

消费伦理研究/何小青著. —上海:上海三联书店, 2007. 12
ISBN 978-7-5426-2671-4

I. 消... II. 何... III. 消费经济学:伦理学—研究
IV. B82-053

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 195707 号

消费伦理研究

主 编 / 何小青

责任编辑 / 杜 鹃

装帧设计 / 鲁继德

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路 396 弄 10 号

<http://www.sanlian.com>

E-mail: shsanlian@yahoo.com.cn

印 刷 / 上海叶大印务发展有限公司

版 次 / 2007 年 12 月第 1 版

印 次 / 2007 年 12 月第 1 次印刷

开 本 / 640×960 1/16

字 数 / 260 千字

印 张 / 19.75

ISBN 978-7-5426-2671-4

B·170 定价:32.00 元

序

唐凯麟

我与何小青同志素昧平生,大概是因为我曾经写过几篇关于消费伦理的小文章,呼吁加强消费伦理的研究,故她的专著《消费伦理研究》完稿之后,便寄给了我,嘱我为之作序。我之所以不揣冒昧捉笔应命,一是感激“同道”之忱,尽管我们至今尚未谋面;二是读了她的大著之后,感到确实是一本好书,该书无论框架设计、理论论述都有新意、有深度,难能可贵,故也想借此机会向广大读者略抒推荐之意。

在马克思看来,消费乃是人再生产自身的一种方式,人的消费能力、消费水平、消费方式如何,他就在何种意义上把自己再生产了出来。从这个意义上讲,消费乃是人类及其赖以存在与发展的机体——社会发展的一种重要的尺度。因此消费不仅仅是人的一种生理活动,更重要的是一种社会活动,它不仅从特定的角度展现着人的内在本质,而且负载着人类社会的经济、政治、文化等多重意蕴,内生着必然的伦理向度和价值抉择。就此而言,何小青同志以“消费伦理与和谐社会构建研究”立题思考,无疑是具有重要的理论和现实意义的。

从消费伦理的视域来看,任何国家和民族在社会经济转型期都必然面临消费伦理的转换与重建。在进入大众消费时代的今天,消费已经走向社会前台,成为一个普遍的社会问题。但也应看到,消费社会的到来并不必然意味着人类福祉的同步降临。某种意义上,在一个以消费为主轴运转的社会中,人的道德理性有可能在消费欲望的挤压下趋于边际,如此,所谓的消费倒有可能成为一种时代的灾难话语。现实的情形,如 SARS(非典)等的发生即是明证。高消费与超前消费导致的严重生态危机,已经使人们认识到消费伦理建设的必要性和紧迫性。作为在市场经济条件下日益开放的中国,传统的消费伦理正在发

生急剧的变革,呈现出不断重构的过渡性特征,如何构建适应中国社会的新型消费伦理和消费模式;既是我国现代化快速发展进程中亟需解决的理论问题,也是直面现实的应用伦理学研究的题中应有之义。

消费伦理的合理化也是和谐社会构建中的一个重要维度。当前,有关和谐社会构建的理论和对策研究很多,但从消费伦理层面,结合我国国情、社情、民情,客观、系统、深入地对消费伦理问题进行讨论的著述并不多见。何小青同志所做的研究,可谓填补了这一空缺。《消费伦理研究》书稿凡二十余万言,就目力所及阅读了部分章目内容,客观地说,作者在以下方面是尽心的。

首先,积极拓展消费伦理研究的视域,把消费伦理置于经济全球化、西方消费社会背景和中国经济转型的背景中加以研究思考,并紧密联系当前和谐社会构建这一重大社会现实理论问题,通过对消费伦理嬗变的考察、价值冲突与选择、消费伦理建构的基本维度和原则等的分析,从内涵上进一步深化、厚实了消费伦理学的基础理论,在此基础上,作者又在外延的层面对消费伦理延伸领域进行研究,分析了消费伦理与生态环境、消费伦理与消费文化、消费伦理与消费教育的内在关系,以找寻加强消费伦理与构建和谐社会的有机结合点。

其次,在研究的方法上,应当说,作者对消费伦理与和谐社会构建问题进行跨学科研究作了一次卓有成效的有益尝试。当下,不仅在自然科学领域,而且在社会科学领域,跨学科研究正在成为一种学术方向,作者以经济与伦理、工具理性与价值理性、历史与现实相结合为研究的基本方法,涉及哲学、伦理学、经济学、社会学、文化学、心理学等多学科知识,学科交叉、综合研究的特点鲜明。我以为,虽然对跨学科研究的质疑时或有之,但只要引发跨学科研究的问题是实在的,这样的研究就仍然是有价值 and 值得倡导的。

再次,作者对消费伦理思想产生和发展的学理背景分析也极为用心,不仅考证了传统消费伦理思想的内生资源和外生资源,还运用价值理性、人文主义对西方消费主义的衍生、表现及其生态伦理困境进行了深刻的剖析,这些问题的厘辨对新型消费伦理建构有着重要的借鉴价值。在具体整合的脉络分析中,许多思想的元素大都以史料和原著考证为基础,资料丰赡而详实,同时注意汲取传统消费思想的合理

内核。凡此,皆体现了作者驾驭史料、消化吸收元典思想的能力。

乔治·斯坦因耐尔曾经说过:“问题提得越大,犯错误的风险越大,绝口不提,又窒息了知识的生命。”令人欣喜的是,作者的探索没有在问题层面止步,而是将研究视线进一步延伸至理论的思考与实践层面。如对消费文化中媒体角色的质疑,对消费伦理教育的建构,当代消费文化建设的超越与整合等都颇富新意。特别是在消费伦理与和谐社会构建一章中,作者对和谐社会等级和差别的解释,对现实消费分层及其矛盾的协调和化解均提出了有价值的思考和建议,一些观点如中等收入阶层和农民消费问题对于消费和谐的整体意义及对策分析,对现实经济活动及政府消费决策都不无积极的参考价值。

诚然,消费伦理问题的研究,不可能因着一部研究专著的面世而终结。思考构建现时代的消费伦理还仅仅是开始。正因如此,《消费伦理研究》中的一些观点可能会随时光的流逝而褪色,但消费伦理的探究则如长青之树,远未结束。我祝贺本书的出版,作者所表现的理论探索勇气给人留下了深刻的印象,祝愿作者在今后的学术研究中有更大的进步。

唐凯麟

二〇〇七年十一月

于长沙岳麓山下

导言 消费伦理：和谐社会 构建的重要伦理课题

消费伦理是当代社会经济发展过程中日趋凸显的重大课题。从消费的地位看,消费是每个社会、每个人、每一天都要从事的活动,是经济生活、文化生活与社会生活的交汇点。作为社会再生产过程的一个重要环节,消费首先是经济现象,消费既有促进社会生产力和经济发展的可能,也有阻碍社会进步甚至破坏生产力发展的可能。作为社会伦理文化现象,消费过程中的消费方式、消费质量、消费结构和消费发展方向等无不渗透着伦理道德问题。

消费伦理是伴随经济社会的发展而逐渐成为社会焦点的。在现代社会,随着生产力提高和经济快速发展,人们再也不用像农业社会那样担心消费品短缺,而后工业时代所出现的生产自动化趋势,使作为主要矛盾的生产能力问题成为历史,经济过程的主要环节越来越集中到交换和消费上,消费成为制约经济发展的根本问题。因此,有人说,在发达国家出现了“由生产时代向消费时代的过渡”^①。个体工作的存在感逐渐让位于个体消费的存在感,有些精明的人甚至把某些工作,如田园劳动也变成了休闲消费项目。在这样的时代,不仅西方发达资本主义国家想尽办法刺激国民的消费欲,很多发展中国家,包括中国也在很短的时间内由卖方市场转为买方市场,各级政府和企业家一道,千方百计“拉动内需”。与此同时,由于“上帝死了”,传统道德的影响力逐渐消失,意识形态的理想不断褪色,人们的生活目标变得越来越实际。政治诉求和文化理想越来越集中在消费的实现上,“消费已经成为一种完全的生活方式”,成了

① [美]大卫·里斯曼:《孤独的人群》,王昆、朱虹译,南京大学出版社2002年版,第6页。

“社会生活的主流”^①。正如让·波德里亚在《消费社会》所说:“今天,在我们的周围,存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。它构成了人类自然环境的一种根本变化。恰当地说,富裕的人们不再像过去那样受到人的包围,而是受到物的包围。”^②

随着大众消费时代的到来,消费问题已成为学术界一个新的研究热点,对消费的研究已经从最初的经济领域扩展到哲学、社会学、文化学、心理学、生态学等多学科领域,各学科分别从不同角度,带着不同的目的对消费进行研究。消费经济学、消费社会学、消费文化学、消费心理学、消费行为学等学科应运而生。

消费经济学认为,消费是影响和制约经济发展的重要因素,“消费在观念上提出生产的对象,作为内心的意向、作为需要、作为动力和目的”^③。在现代社会,消费的经济性日益凸显。经济学上推动经济增长的三驾马车(消费需求、投资需求和出口需求)中,消费需求是最终需求,始终都首当其冲,消费不仅成为经济发展的起搏器,也是改善生活质量、促进人的全面发展和社会繁荣进步的最有效手段。消费需求的变化与变动速度最终决定着经济增长的方向和速度。在经济学意义上,通常消费对国内生产总值(GDP)的贡献率要达到50%以上,才能维持长期经济增长。因而要积极引导和更新消费观念,认识到财富的创造不再单纯依靠财富的直接生产,更依赖于有效消费的存在。

消费社会学认为,人们不仅需要通过消费追求经济学意义上的效用最大化,也需要通过消费进行自我确认和社会认同,与他人结成分工、合作、互动等多种社会关系,实现社会交往和沟通^④。随着社会物质和精神文化消费品日益丰富,人们花费在休闲娱乐方面的时间和精力也越来越多,人们在社会中的地位 and 位置不再完全取决于人们在工作场所中的身份状态,个人的消费水平和生活方式也影响了他人对自

① [英]弗兰克·莫特:《消费文化——20世纪后期英国男性气质和社会空间》,余宁平译,南京大学出版社2001年版,第3页。

② [法]让·波德里亚:《消费社会》,刘成富、全志钢译,南京大学出版社2006年版,第1页。

③ 《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第94页。

④ 王宁:《消费社会学:一个分析的视角》,社会科学文献出版社2001年版,第1页。

己的看法,消费已经成为社会分层的一个重要维度。在当今的社会分层研究领域,越来越多的社会学家把消费分层放在更重要的位置。在西方,从凡勃伦的《有闲阶级论》到布迪厄的《区分:鉴赏判断的社会批判》,都认为消费是阶层的标志;波德里亚在《消费社会》中不仅将消费的影响扩大到整个社会的区分认同上,而且甚至主宰了全社会的生产结构,“揭示了大型技术统治组织是怎样引起无法克制的欲望,而且又是怎样创建了用以取代旧的不同阶级区分的新的社会等级”^①。也就是说,消费在社会学意义上是一种“意义”建构、趣味区分、文化分类和社会关系再生产的过程,人们通过消费对社会阶层结构进行着解构和重组,消费的分野也就是社会地位的分野。消费者通过消费实践,透过消费模式中商品品牌的符号使用,构建了他们对自我的社会群体认同,从而使现代消费的性质发生了变化,这已成为现代社会发展的重要特征。

消费文化学认为,消费社会本质上是一个文化的范畴,因而消费必然具有内涵文化的意义。“在大众文化中,由于人们对商品的消费不仅是其使用价值,而主要是消费它们的形象,即从形象中获取各种各样的(也是后现代主义的)情感体验,因此,影像就代替了使用价值,成为使用价值的代用品。”^②波德里亚指出,“为了变成消费对象,物体必须变成符号”,消费就是“一种操纵符号的体系化行为”。消费文化意味着“首先,就经济的文化维度而言,符号化过程与物质产品的使用,体现的不仅是实用价值,而且还扮演着‘沟通者’的角色;其次,在文化产品的经济方面,文化产品与商品的供给、需求、资本积累、竞争及垄断等市场原则一起,运作于生活方式之中”^③。现代社会,消费文化已渗透于大众传媒,媒体广告通过附加新的形象和符号来改变商品的原始意义和使用概念,使人们更多地追求商品所蕴涵的声望及表现消费者的个性、特征、社会地位以及权力的功能。有学者认为广告文化是生产经营者把自己的销售意志转变为消费者的消费意志的一种

① [法]让·波德里亚:《消费社会》,刘成富、全志钢译,南京大学出版社2001年版,第6页。

② [英]迈克·费瑟斯通:《消费文化与后现代主义》,刘精明译,译林出版社2002年版,第20页。

③ [英]迈克·费瑟斯通:《消费文化与后现代主义》,刘精明译,译林出版社2002年版,第123页。

社会机制,是生产经营者推销消费者并不需要的消费品的“阴谋诡计”,它煽动人们的消费激情,刺激人们的购买欲望,使人们不断处于一种“欲购情结”,成为隐性的精神控制。但另一方面,大众也通过市场表达着、张扬着自己的文化诉求和个性选择,挑战并挤压着传统的主流文化和精英文化,文化与消费的奇特关联就这样进入并影响着我们的生活。

与此同时,生态伦理、环境伦理研究越来越多地关注消费行为与生态环境的关系,涌现了一批开创性的研究成果。芭芭拉·沃德和勒内·杜博斯的《只有一个地球》(1976),蕾切尔·卡逊的《寂静的春天》(1979),丹尼斯·米都斯的《增长的极限》,史怀泽的《敬畏生命》(1992),弗·卡特、汤姆·戴尔的《表土与人类文明》(1987),中国学者余谋昌的《惩罚中的醒悟——走向生态伦理学》(1995),李培超的《自然的伦理尊严》(2001)等等,标志着生态环境伦理研究已进入一个新的水平。现实中生态失衡、环境恶化、资源浪费与枯竭、消费的公平正义等消费伦理问题,促使人们对自身生活方式进行深层反思。消费社会带来了市场的繁荣、经济的高涨,带来了物质的丰裕、个性的释放,也带来了生态失衡、环境恶化,带来了伦理的失落和精神的困惑等一系列严峻的社会问题。正如美国著名环保理论家比尔·麦克基本所说:“消费主义是到目前为止最强有力的意识形态——现在,地球上已经没有任何一个地方能够逃脱我们的良好生活质量的魔法。”^①施里达斯·拉夫尔在《我们的家园——地球》一书中也指出:“消费问题是……环境危机问题的核心,人类对生物圈的影响正在产生着对于环境的压力并威胁着地球支持生命的能力。从本质上说,这种影响是通过人们使用或浪费能源和原材料所产生的。”^②生态危机从根本意义上来说是人类道德的危机,大自然固有的逻辑与自洽性在现代文明的演绎中因人类的欲望、贪婪及非理性行为而遭到破坏,在经过了一次次流变与阵痛之后,新的价值判断和道德重建问题也是人们思考的焦点。面对人类的共同道德课题,迫切需要用伦理去规范消费主体的行

① [美]比尔·麦克本:《自然的终结》,马树林、孙晓春译,吉林人民出版社2000年版,第14页。

② [圭亚那]施里达斯·拉夫尔:《我们的家园——地球》,夏堃堡等译,中国环境科学出版社1993年版,第13页。

为与活动,从伦理角度来唤醒人类责任意识,拯救人类自身的消费困境。从“罗马俱乐部”的系列报告到世界宗教议会发出的《走向全球伦理宣言》等等,都是这种全球道德解决方式的重要尝试。

在和谐社会建构中,越来越彰显出消费伦理研究的重要性。“和谐”是人类永恒的追求。“和谐”作为伦理学的范畴,是“是”与“应当”的统一,是实然性与应然性的统一,是自然界、人类社会内在和谐必然性与人类和谐发展主观愿望的统一。现代社会的和谐建构首先强调的就是自然与社会、历史一样,都是人类得以立足的依靠。“我们乃是扎根于自然之中,人类永远不可能脱离自然;我们同时也扎根于社会的历史和制度中,我们的个人特征永远也不可能同它们相分离。……我们与生态的人类的和神的生命进行着创造性的交流。”^①自然生态环境是人类共同的家园,不管国家利益、地区利益、民族利益如何矛盾甚至冲突,在“只有一个地球”问题是统一的。人类不仅是自然的实践主体,更是自然的道德主体。随着科学和实践的发展,人类作为自然的道德主体的使命和责任越来越重要,环境灾难以负面价值告诫人类要顺应自然规律,“人道地占有”自然,科学地利用、改造好自然,使其朝着和谐、有序的方向发展。人应该通过理性的、科学的社会实践,实现“人同自然界完成了的、本质的统一,是自然界真正的复活,是人的实现了的自然主义和自然界的实现了的人本主义”^②。

现代社会的和谐建构还体现在人与人、人与社会之间的和谐,因为,“对后现代精神而言,纯粹自主的自我已不再可能”^③。消费和谐是自然生态和谐、社会生态和谐的基础,是环境、文化、传统、习俗、物质、精神等诸方面的和谐统一的重要前提。人类的责任和使命是未来的希望。虽然,在一个利益原则支配的世界中,伦理常常是乏力的,但伦理之为伦理,就在于它不仅是一种观念,同时也是一种现实的力量。传承伦理观念的人一旦成为一种社会力量,必然会对世界产生影响。

从我国国内现状看,创建和谐社会还面临许多制度、文化、伦理等方面的难题。就消费意义而言,消费和谐是国民经济和谐的重要组成部分

① [美]大卫·格里芬:《后现代精神》,王成兵译,中央编译出版社1998年版,第84—85页。

② 马克思:《1844年经济学哲学手稿》,人民出版社2000年版,第75页。

③ [美]特雷西:《诠释学·宗教·希望》,冯川译,三联书店1998年版,第136页。

部分,是构建和谐社会的必要条件与内容,甚至可以说是构建和谐社会的目标与归宿。由于我国特殊历史发展历程,消费现象和消费观念更是受到多种因素的影响,呈现出复杂的特点和快速的变迁。一方面,受西方消费主义影响而产生的超前消费、盲目消费、攀比消费、奢侈浪费、夸富型消费、腐败型消费等道德失范现象日益突出;另一方面,相当数量的低收入居民的消费需求不足,城乡之间、高收入群体和低收入群体之间形成了较大的消费反差,这种反差不仅与节约型社会及小康社会目标相悖,也阻碍着和谐社会的推进。因此,构建积极的、健康的与环境社会和谐的现代消费伦理,不仅是消费伦理研究的现实需要,更是时代赋予我们的责任。

多学科有关消费的理论研究,无疑为消费伦理探讨提供了多元视角和重要的思想素材。但是,由于各学科在消费伦理探讨中还处于初级阶段,研究中尚存在明显的欠缺和不足,表现在:

第一,重消费实证研究,轻消费伦理省察。消费经济学、消费社会学、消费行为学、消费心理学等学科注重消费的实证研究,对消费的伦理建构较为漠视。例如在经济学领域,由于买方市场的确立,经济学对消费研究的视角是“如何让人多消费,追求增长”,特别是消费的经济人的假设使人们注重消费过程中纯经济因素的分析,忽视大量的非经济因素的存在;注重经济利益的追求,忽视非经济利益的存在;注重经济需求的实现,忽视社会和精神需求的满足,对消费中反映出来的思想文化、价值观念、意识形态等伦理问题或关注不够,或研究的深度不足。这在西方经济学界表现得尤为突出,客观而言,在西方经济学中,消费的伦理问题一直就没有得到应有的重视,而只不过是生态伦理学家、社会学家感兴趣的课题。而消费社会学的所谓消费“社会人”的假定仅仅是从微观的、应用的角度研究消费的社会人,其主要的解释范畴是消费者行为、消费者家庭、消费者社会阶层、消费者社会群体等等。而且,即使是生态伦理、环境伦理涉及的消费伦理研究也是零散的,缺乏系统性,没有建立起消费伦理研究的整体学科框架。

第二,重消费关系的表层分析,轻消费伦理的深层解构。各学科研究对消费关系的表层分析较为注重,如消费经济学关注消费行为的经济意义和后果,消费心理学研究消费者心理,消费社会学强调消费

的社会性质、社会意义、社会动机、社会过程和社会后果。在消费的地位和作用问题上,有的学者过多地强调消费对刺激经济增长的作用,忽视了过度消费对生态环境和社会文化带来的负面影响;有的学者虽然意识到非理性消费会带来环境污染、资源浪费,但没有进一步从伦理这一向度探讨造成这种情况的人的原因、社会机制及工业文明发展模式的原因。而社会学科研究,无论是理论基础还是实践向度方面,伦理性是不可或缺的,失去伦理性的社会学科是狭隘的。阿马蒂亚·森说过:“虽然从表面上看经济学的研究仅仅与人们对财富的追求有直接的关系,但在更深的层次上,经济学的研究还与人们对财富以外的其他目标的追求有关,包括对更基本目标的评价和增进。”^①这个“基本目标”就是社会的伦理。因为不论是环境中的不平衡,还是社会中的不平衡,造成这种不平衡的是人类自身,其根源显然在于人类内在自我的不平衡。因此,如何从消费伦理的深层解构上辨证、综合把握消费中所体现出来的人的生存发展状态,有待进一步研究。

第三,学科交叉缺乏有机的结合点。当代社会科学的发展中,学科之间的渗透越来越密切,一种现象不可能只有一种学科属性,相反,任何现象都可能同时成为几种不同学科的研究对象,因而对某一对象而言,既可以从某种特定的学科来加以研究,也可以同时从其他的学科来研究,正如克隆技术本来是生物学研究的对象,但它引发的相关问题同时可以从心理学、医学、社会学、伦理学、哲学角度进行探讨。同样,消费问题正成为多学科研究的对象,但目前的研究中,各种学科之间表现为简单的重复和交叉,缺乏有机的结合点和学科之间深层的相互交融、渗透。如消费伦理与生态伦理、环境伦理的关系,消费伦理与消费文化的渊源,消费伦理与消费教育的融合等等,有较大的研究空间。

本书试图在吸收与整合国内外消费经济学、消费社会学、消费文化学以及环境、生态伦理等多学科有关消费理论研究的基础上,立足于新现代性的视域,从马克思主义实践观的立场,以和谐社会构建为切入点,运用经济与伦理、工具理性与价值理性、历史与现实相结合为

① [印]阿马蒂亚·森:《伦理学与经济学》,王宇、王文玉译,商务印书馆2000年版,第9页。

基本研究方法,对现实消费伦理进行综合性研究,探索当代消费伦理建构的实践意义、价值取向和初步框架体系。

全书的基本思路 and 主要观点体现在如下几个方面:

第一,消费伦理的内涵、结构及研究意义。通过对消费及消费伦理的语义变迁、本质界定和意义分析,阐述了消费伦理的内涵、结构和价值取向。消费伦理是社会道德原则和规范在消费领域的具体体现。在大众消费时代,面对日趋严重的生态失衡、环境恶化以及伦理的失落和精神的困惑,如何重树道德的权威,用伦理化的消费观念去约束消费者的行为,促使个体消费行为的道德认同与意识自觉,是整个社会健康、和谐发展的基础。

第二,中外消费伦理思想的历史演进及启示。中国传统文化内含有丰富的消费伦理思想,它们是民族本土的内生性思想资源,同时,消费伦理思想的外生资源也不能忽视,它们同样对现代消费伦理建构具有重要参考价值。通过对中外消费伦理思想发展的历史轨迹的梳理与比较,探寻节俭与奢侈消费思想冲突的经济及伦理根源,汲取历史的思想火花与精神智慧,在扬弃的基础上,实现传统消费伦理范式的科学转换,以丰富现代消费伦理建构。

第三,消费伦理建构的逻辑体系。首先以消费伦理价值观的冲突与甄别为切入点,在对消费模式与社会经济、生态环境、社会关系乃至人的发展的现状分析的基础上,提出了消费伦理价值选择的基本维度,即经济维度、生态维度、社会维度和人本维度。其次从学理、实践、文化等多种视角,探索当代消费伦理建构的基本原则体系,即可持续消费原则、公平消费原则、适度消费原则、和谐消费原则以及科学消费原则。这五个方面既体现了现代消费生活中经济评价与伦理评价的相通性,也体现了人类共同的道德追求和生态理想,作为互相联系又互相制约的整体,规范着、保证着我们的消费生活的伦理可能。再次从学科交融角度,探讨消费伦理与生态环境、消费伦理与消费文化、消费伦理与消费教育的内存关系。探求加强消费伦理与构建和谐社会的有机结合点,以科学发展观为指导,实现消费伦理与生态伦理、消费文化的有机整合,加强对社会大众的消费教育和伦理价值引导,营造协调、健康的消费文化,启迪人们的伦理意识和觉悟,感染和净化人们

的心灵,提高人们的环境素养和品格。

第四,和谐社会建构过程中的现实消费伦理问题研究。在学科交叉和学科交融的基础上,力求多层次、多角度地对社会经济发展进程中的现实消费伦理问题进行研究。主要分五个方面的问题:一是消费分层、消费公正与消费和谐研究,和谐不是没有差别,更不是没有矛盾,和谐是对差别和矛盾的接受、承认和容忍,也是对差别和矛盾的协调、缓和和化解,如何建设性地处理消费分层过程的矛盾,消费分层公正和消费伦理疏导是对这一问题的解答;二是对消费和谐的重要社会基础——中等收入阶层进行分析研究,探求拓宽中等收入阶层对于构建和谐社会的意义和实现途径;三是从社会公正视角对农民消费问题进行透视分析,并提出解决农民消费困境的现实对策;四是节约型社会与消费理念的现代解读,主要厘清消费与浪费、积极消费与节俭消费概念的区别,致力于构建节约型社会的消费理念;五是对奢侈消费的伦理解析,对现代奢侈消费挑战甚至颠覆着传统的消费文化和理念进行客观界定与理性评价,力求对大众消费进行科学引导。

伦理学是实践的科学,它力求解决的问题是人与社会生存实践中的道德问题。从这一意义上说,消费伦理是一个具有普遍意义的人本话题。虽然古今中外的哲学家、伦理学家、经济学家、社会学家、文化学家对消费问题都有所涉及,但系统地对消费伦理问题进行阐述,尤其是在学科交融基础上,结合我国国情,进行完整论述的还不多见。应该说,到目前为止,消费伦理学之理论体系正处在形成和发展过程中。对于这样一个综合性、前沿性的世界性课题,本书的研究只是初始阶段的探讨,还存在许多不足之处,特别是本书涉及的哲学、伦理学、经济学、社会学、文化学、心理学等相关交叉学科的大量理论知识。著者学识有限,本书的一些观点和论述,亦会有不当、不尽意处,恳请专家、学者批评指正。

目 录

序	1
导 言 消费伦理:和谐社会构建的重要伦理课题	1
第一章 消费和消费伦理	1
一、消费	1
(一) 消费语义变迁	1
(二) 消费的属性	5
(三) 消费的本质	7
二、消费伦理	11
(一) 消费伦理的嬗变	11
(二) 消费伦理的内涵解析	15
第二章 消费伦理思想发展的历史轨迹	22
一、中国传统消费伦理思想溯源	22
(一) 老子:“见素抱朴”、“少私寡欲”	23
(二) 孔子:“节用以礼”、“安贫乐道”	26
(三) 孟子:“养心莫善于寡欲”	29
(四) 墨子:“俭节则昌,淫佚则亡”	32
(五) 荀子:“节用固本、裕民富国”	35
(六) 管子:“俭奢并重,侈靡有效”	39
(七) 朱熹:“明天理、灭人欲”	41
(八) 魏源:“禁奢崇俭是治国美政”	45
二、西方消费伦理思想考索	47
(一) 亚当·斯密:“奢侈是公众的敌人,节俭是社会的	

恩人”	48
(二) 马克斯·韦伯:“节欲美德是资本积累的重要来源”	51
(三) 维尔纳·桑巴特:“奢侈衍生了资本主义”	53
(四) 孟德维尔:“节俭的罪恶,侈靡的贡献”	57
(五) 凯恩斯:“节俭是导致经济萧条和危机的祸首”	60
三、中西传统消费伦理思想的比较与借鉴	64
(一) 发展特点不同	65
(二) 人性基点不同	66
(三) 评价角度不同	66
第三章 消费伦理的价值选择	68
一、消费伦理的主要冲突	69
(一) 传统与现代消费伦理观的撞击	69
(二) 物质消费与精神消费的价值交锋	70
(三) 理性与非理性消费行为的伦理矛盾	70
二、消费主义价值观的伦理剖析	71
(一) 消费主义的内涵	71
(二) 消费主义的衍生	73
(三) 对消费主义价值观的伦理评价	77
三、消费伦理价值选择的四个维度	80
(一) 消费的经济维度	80
(二) 消费的生态维度	81
(三) 消费的社会维度	82
(四) 消费的人本维度	84
第四章 消费伦理的基本原则	87
一、可持续消费原则	88
(一) 什么是可持续消费	88
(二) 可持续消费如何可能	91
二、公平消费原则	94