

经济伦理新探索

消费伦理

JINGJI

LUNLIXINTANSUO

尹继佐 主编 周中之 著

河南人民出版社

经济伦理新探索

尹继佐 主编 陈超南 陆晓禾 副主编

消费伦理

JINGJI
LUNLIXINTANSUO

周中之 著

河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济伦理新探索/尹继佐主编. — 郑州:河南人民出版社,2002.5

ISBN 7-215-05079-3

I. 经… II. 尹… III. 经济学—伦理学—研究
IV. B82-053

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 024847 号

责任编辑 陈智英

陈金川

封面设计 袁 伟

版式设计 胡颖君

责任校对 岳秀霞

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002 电话:5723341)

新华书店经销 郑州文华印刷厂印刷

开本 787 毫米×1092 毫米 1/32 印张 12.875

字数 279 千字

2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月第 1 次印刷

定价:49.00 元

序

尹继佐

自我国改革开放以来,特别是加入 WTO 后,社会对市场经济伦理的呼唤愈益迫切。我们向读者推出的这套《经济伦理新探索》,就是对这种呼唤的一种探索性的新回应。

经济活动,如同人类其他领域的活动,应遵循一定的伦理规范,这一要求并非始于当代。无论在西方还是中国,都有源远流长的传统可追溯。但近代以来,在西方,随着商业的动机从宗教和文化的联系中被解放出来,形成了一个根深蒂固的观念,即个人追求私利,结果将自然有利于社会。这一观念成为人们放手追求利润最大化的道德根据。经济活动被认为是可以不受伦理制约的特殊领域。衡量企业成功的标准是利润而非伦理。因此,尽管一些企业家在私生活方面品行端正,但在生意活动中却将利润追求置于所有考虑之上。直到 20 世纪 70 年代,由于战后新科学技术和资本主义的最新发展,激化了这种单纯以利润最大化为目标的经济活动与社会之间的矛盾,引发了“经济伦理学运动”后,这种观念才遭到质疑,经济活动才重新受制于社会约束,伦理责任才成为经济主体必须考虑的重要因素,对经济的伦理规范要求才作为一门可系

统研究的新学科而出现。值得注意的是,改革开放以来,随着市场发挥资源配置的基础作用,我们这里也出现了类似西方经济伦理学兴起之前的观念和现象。例如,在关于“诚信危机”的讨论中,我们听到了同样的观点:“每个人都为自己的私利而工作,就会产生为他人福利和社会利益而工作的结果。”从一些企业家身上也看到类似的“异常现象”:“就其个人品质和道德而言都可算无可挑剔,但考察其市场行为时,却看到另一番景象,他们对民众智商极度蔑视,在营销和推广上夸大其词,随心所欲,对市场游戏规则十分漠然,对待竞争对手冷酷无情,兵行诡异。”这表明,我们现在也遇到了在市场经济体制下放手追求利润最大化而带来的问题。对许多人来说,尽管社会和自己要讲伦理,但市场是按效率而非伦理来论输赢的。因此经济活动似乎成了可以不讲伦理、“什么计谋都可用”的“丛林”地带了。

历史教训和现实问题值得总结。否则,难免重蹈西方覆辙,也很可能失去加入 WTO 后获得的发展机会。个人追求私利结果将自然有利于社会吗?或者,市场经济必然导致“丛林行径”吗?最近 20 多年来的西方经济伦理学发展表明:追求利润的活动并非与伦理无关,因为这种活动涉及例如环境污染、自然资源衰竭对社会造成的后果,工作条件对劳动者的健康以及产品对消费者的安全影响等。因此,撇开这些方面的考虑而追求私利的活动并非自然有利于社会。追求利润的活动是社会的、在社会中进行的,须服从于社会道德准则才能存在。此外,西方社会已逐步形成了通过立法、舆论和公众审查以及企业本身的自律对“丛林行径”的约束机制和力量,换言之,作为经济协调工具的市场在西方运用的社会条件某种程

度上发生了变化。即便这种工具的本性或局限性是以盈利而非道德来论英雄的,因而鼓励人们惟利是图的话,至少最近几十年的进展已经迫使这种本性或局限性实现的条件发生了某种变化,因此可以说,市场经济并非必然导致“丛林行径”。注意到这两个问题的变化是非常重要的。因为它们表明了:我们实行市场经济的历史环境已经发生了变化。在经济伦理成为全球经济发展趋势的今天,在加入 WTO 后将全面对外开放的国内市场上,“丛林行径”将不再能通行无阻。因此我们需要具体考虑经济与伦理关系,历史地评价利润动机,恰当地应用市场工具。应该看到,从计划经济到市场经济,释放和调动了人们正当追求富裕的激情,对促进我国的经济增长是很有必要的。这是我们在发展中国经济伦理时特别应当肯定和保护。但同时,也应重视西方教训,正视我们的问题,注意发挥社会约束和监督力量的作用,促使市场经济以有益于我们共同生活于其中的社会的方式来发展。

自 20 世纪 70 年代末改革开放以来,对市场经济伦理规范的呼声从未中止过。随着中国加入 WTO,与世界经济接轨,这种呼声愈益强烈,呼声所来自的层面也更趋广泛,从学术界、传媒到政府、公众。这种趋势表明,经济伦理也正在成为我国社会发展经济的要求。自 90 年代初以来,在“经济伦理学”名称下,学术界已经对这种呼唤和趋势敏锐地作了回应,一些哲学、伦理学、经济学和管理学研究者勇敢地跨入了这一新的研究领域,发表了许多研究论文和著作。我们提供给读者的这套书可以说是对这种现实呼唤的回应和跨学科尝试的继续和扩展。它的特点是:(1)参与的学科和专业更多,不仅有哲学伦理学、经济学、管理学,还有法学和金融等专业;

(2)探索的领域更新、更广,不仅有企业管理、分配、消费,还有保险、证券、网络等;(3)研究的问题更实际、更专门,尝试深入经济活动专门领域,研究这些领域的特殊伦理问题,探索适合这些领域的特殊伦理规范。应当看到,即便在经济伦理研究比较发达的西方,类似的研究有的也还处在起步阶段。

从学科角度说,经济伦理包括宏观政府、中观企业和微观个人这三大行动层次在所有领域的行为规范。从实践要求看,也需要对这些经济主体在这些领域中的伦理规范作系统研究。但是,从目前研究状况和队伍看,短期内似还不能提供这样系统全面的鸿篇巨制,而社会对市场经济尤其一些新领域的伦理规范的呼唤会更加迫切。因此,探讨一些新领域或经济环节的伦理问题,这将拓宽或深化现有的经济伦理研究,有助于具体回应实践呼唤,不仅可为系统经济伦理研究提供基础,也可为职业道德建设和有关法规健全提供参考。同时,随着新领域和专门活动的延伸,也将促使研究者打破学科或专业界限,推动这些学科专业自身的发展。总之,经济领域在扩展,实践在发展,呼唤是具体的,研究要跟上。

尽管这套书的组织者系上海社会科学院经济伦理研究中心,但不少作者来自上海多所高校。他们大都是某一学科的教授,也有刚进入研究单位的青年学者和有丰富从业实践经验又经过学府深造的管理者。写这样的书需要突破自己,因为任务本身具有挑战性。其中有些还是初步的,比较粗糙,可能引起争议,因为所涉及的领域比较新,需要有相当的积累。因此,这些研究只能是探索性的。如果能因此而引起读者的兴趣,促进伦理思考和实践,推动更广泛深入的经济伦理研究,我们就感到非常欣慰了。

前 言

世纪之交的中国,流传着一个耐人寻味的故事。

有两位白发苍苍的老人,一位是中国人,一位是外国人,明天他们都将走完人生的道路,心中不免感慨万分。

中国老人说:“我积蓄了 20 年的钱,终于买下了新房。今天我住进了梦寐以求的新房,那太好了!”

而另一位外国老人则说:“这套公寓我住了 20 年,今天我终于还清了贷款,如释重负。”

这段“天国”门口的对话为什么会引起许多中国人的兴趣并广为流传?原因是多方面的,但可以肯定的是,消费的伦理思考已走进了普通百姓的生活。两位不同文化背景的老人,由于消费的伦理观念不同,才会作出不同的选择。

目 录

前言	(1)
一、什么是消费伦理	(1)
1. 消费也是一种伦理现象	(1)
2. 消费的道德调节	(4)
二、中西消费伦理之比较	(13)
1. 节俭: 中国传统消费伦理之主流	(13)
2. 西方消费伦理之嬗变	(18)
3. 中西消费伦理比较后的思考	(24)
三、消费道德规范	(26)
1. 要遵循崇尚节俭和合理消费相统一的原则	(27)
2. 要建立文明健康的消费方式	(30)
3. 要确立符合保护生态环境要求的消费	(33)
四、消费伦理与当代中国社会的发展	(36)
1. 消费伦理对于推动中国经济发展的重要意义	(36)
2. 加强青少年消费道德教育, 培养一代新人	(41)
主要参考书目	(47)
书目及作者	(49)
后记	(51)

一、什么是消费伦理

消费是人类社会生活中最基本的现象之一,哪儿有人类生活,哪儿就有消费,形形色色的消费构成了人类生活的重要内容。从经济学角度看,消费是社会再生产的重要环节之一,它与生产、分配、交换构成一个统一的有机整体。生产是整个经济活动的起点和居于支配地位的要素,它决定消费,而消费的增长又是产生新的社会需求,开拓广阔的市场,促进生产更大发展的强大推动力。然而,人们的消费活动不仅要将其置于社会再生产过程中考察,也要将其置于整个社会生活的背景之中分析,特别是注意社会的伦理风尚、个人的道德观念对人们消费活动的制约和影响。为了协调好生产与消费的关系,使国民经济呈良性循环的态势,我们不仅要用经济的杠杆、行政的手段,同时也要用道德的力量引导消费,使物质文明和精神文明携手共进。

1. 消费也是一种伦理现象

消费伦理主要研究消费活动中的道德观念、道德关系、道德规范等问题,但要全面而又正确地阐述这些问题,必须首先界定消费。

消费,是人们把自己劳动生产出来的产品使用掉,以满足自己生活需要的行为。非劳动产品,例如阳光、雨露,有个如何利用的问题,但不存在怎样消费的问题。消费是与生产相对的对立面,但它不应仅仅理解为吃、喝、玩、乐的消极行为,它也是使人获得全面的自由的发展,提高自己的能力、积极性和生产的素质的积极行为。

消费可从广义和狭义两个方面加以理解。从广义上说,

消费包括生产消费和个人消费。在物质资料生产过程中,生产资料和活劳动的使用和消耗也是消费行为,但这种消费通常已被包括在生产这个范畴中。我们这里所说的消费,它指的是人们把生产出来的物质资料和精神产品用于满足个人生活上的需要的行为和过程,是“生产过程以外执行生活职能”。也就是说它是狭义上的消费。

当我们对人类的消费活动进行研究后,不难发现消费不仅仅是一种经济现象,而且是一种伦理现象。从消费行为的动机分析,我们有了消费的经济能力后,人们就一定愿意进行消费吗?不。比尔·盖茨是微软公司的老板,拥有价值数百亿美元的家产。对他而言,在消费问题上决不会存在任何经济问题。他在出行购买飞机票时说:“既然头等舱同二等舱都在同一时间到达目的地,我何必要坐头等舱?!”他以平常心坐二等舱,而不坐头等舱。这反映了他的消费价值观:如果目的只是“到达”,方式越简单、快捷、便宜越好。这说明,消费行为的选择中,不仅有经济能力上“能不能”的问题,而且还有消费者个人“愿不愿”的问题,一定的价值观支配着人们的消费行为。当然,我们不能否定经济能力的决定作用,但决不能忽视、甚至否定伦理道德对消费活动的重大影响。消费既受一定的物质资料生产方式和水平的制约,也受个人的生活态度、价值观念及社会道德风尚的影响,它是经济学与伦理学的重要交会点之一。

消费伦理的研究必然涉及人的需要问题,因为一切消费活动的起点和归宿点是人的需要。马克思说:“我们的需要和享受是由社会产生的,因此,我们在衡量需要和享受时是以社会为尺度的,而不是以满足它们的物品为尺度的,因为我们的

需要和享受具有社会的性质。”^① 在不同的生产力水平下,人们的消费需要是不同的;在不同的社会制度下,不同社会阶层的人的消费需要是不同的。在不同的社会道德风尚的条件下,人们的消费需要也是有着明显差别的。社会道德风尚刺激或节制了消费者的需求。一位美国学者曾专门分析了社会道德风尚对消费的影响,他写道:“究竟是什么促使比较富裕的人一直不断地增加他们对商品和劳务的需求呢?回答在于资本主义社会最根深蒂固的特征之一,这就是消费主义风气。消费主义来自资本主义意识形态的一个基本的教义,即认为个人的自我满足和快乐的第一位的要求是占有和消费物质产品。”^②

西方经济学的消费理论在分析消费者购买动机时,有“推力论”、“拉力论”、“推力和拉力相结合论”等多种理论。“推力论”认为,消费者总是先有了某种欲望,然后才会作出购买决定。消费者的欲望是消费者追求消费品的推动力。“拉力论”认为,消费品的吸引力才促成了消费者的购买决定。但是,如果采取“推力论”的观点,那么通常只能说明一次性购买,而难以说明对商品和商标的“忠贞不渝”,而采取“拉力论”的观点有助于说明多次购买、重复购买过程,特别是说明消费者对某种特定商品喜爱的原因。而在实际过程中,消费者行为是一个动态的决策过程,“推力”和“拉力”是结合在一起的,两方面不可分离。只有从两方面的结合中才能说明购买的连续过

① 《马克思恩格斯选集》,第1卷,人民出版社1995年版,第350页。

② 爱德华兹等编:《资本主义制度:美国社会的激进派分析》,恩格渥德崖1972年版,第369页。

程,这样,“推力论”和“拉力论”应运而生。然而,即便如此,仍有一个悬而未解的问题,即为什么消费者会购买某些看来他们并不需要的商品呢?或者说,为什么有些消费者看来不仅被消费品所“吸引”,甚至被消费品所“缠住”而无法脱身呢?20世纪六七十年代起,西方经济学出现了一个新的领域。在这个新的领域中,经济学家开始研究社会消费风气对消费者购买动机的影响。社会消费风气是社会道德风尚的一个方面,其实质是社会道德价值观念问题。消费问题不仅是经济学的问题,同时也是伦理学的问题,这一观点得到了进一步的确认。

消费者根据什么提出消费需求,又怎样获得消费资料,并按何种方式实现消费,这一系列的消费过程,贯穿着消费者的道德价值观念。在现代西方,科学技术的进步推动了生产力的飞跃发展,消费品被大量地生产出来。资产阶级为了获得更多的利润,扩大销售市场,大力生产消费品和奢侈品。在追求体面的消费的社会风气中,许多人渴求无节制的物质享乐和消遣,这正是现代享乐主义道德价值观念的反映。在人们的消费过程中,作为主体的人,总是自觉不自觉地受着一定的道德价值观念的指导,不是这种道德价值观念就是那种道德价值观念的指导。换言之,道德价值观念通过社会舆论、传统习惯和内心信念调节着人们的消费内容、消费方式与消费行为。

2. 消费的道德调节

人们的消费行为可以通过法律手段加以调节,例如制定政策和法令,禁止或减少人们对某一商品和服务的消费,然而法律对于人们消费行为的调节是有限的。消费什么,消费多

少,在很大程度上取决于人们的性格、爱好、人生观和价值观,这就意味着道德手段比法律手段有着更为广阔的调节空间。消费过程中的道德调节主要集中在三大层面上:

第一层面是物质消费和精神消费关系中的道德调节。消费需要是人们初始的需要,最基本的需要。人类要生存,社会要发展,必须有消费资料,必然产生消费需要。尽管对于人的需要,理论家作过多种划分,但是人的物质需要与精神需要是不可否认的两大基本需要。消费是满足人的需要的活动,因此,与这两大基本需要相适应的是物质消费和精神消费。物质需要和精神需要是两个完全不同的领域。科学发展到现在证明,要满足饮食的需要,要充饥,还只能借助于食物,用形象的比喻来说画饼焉能充饥?物质需要必须通过物质消费来加以满足,精神需要只有通过精神消费才能得到满足。在某种特定的条件下,物质需要与精神需要可以融为一体。例如,穿一件款式新颖的时装,既可满足物质需要,也同时满足精神需要。但是,并不是任何时候、任何消费活动都能使物质需要和精神需要同时满足的。因此,划分物质需要和精神需要,划分物质消费和精神消费是完全必要的。

物质需要与精神需要、物质消费与精神消费,在不同的道德价值观念体系中有不同的评价。禁欲主义的道德价值观念主张抑制甚至摒弃个人的物质欲望,把人的物质消费需求视为邪恶。古希腊禁欲主义的代表——犬儒学派认为:“无欲是神圣的;而尽可能地减少欲望乃是最接近神圣的。”^① 统治西欧近千年的基督教道德价值观念把禁欲作为其核心内容,有位

① 转引自黑格尔:《哲学史讲演录》,第2卷,商务印书馆1960年版,第145页。

神学家说：“谁慕求属天的东西，谁就对属地的东西不感兴趣。谁企望永恒的东西，谁就厌恶暂时的东西。”这种把“属天的东西”与“属地的东西”、“永恒的东西”与“暂时的东西”截然对立起来的论调，无非是要求人们摒弃一切物质欲望。在中国，宋明理学中的“存天理，灭人欲”颇有代表性。朱熹认为，天理是“是”，人欲是“非”。“同是事，是者便是天理，非者便是人欲。”^①他认为，天理与人欲是一存一亡的关系。“天理存则人欲亡，人欲胜则天理灭。”^②既然天理与人欲是对立的，而且天理是纯粹的善，人欲是绝对的恶，人所做的只是“革尽人欲，复尽天理”^③了。禁欲主义的道德价值观扭曲了人性，同时也阻碍了社会生产力的发展。

与禁欲主义道德价值观截然相反的是享乐主义的道德价值观，这种道德价值观主张放纵人的物质欲望，刺激人的物质消费。从中国历史上看，早就有所谓“浮生若梦，为欢几何”之说，它属于享乐主义道德价值观范畴。在西方历史上，古希腊的亚里斯提卜宣传人生的惟一目的是快乐，而且这种快乐是眼前的、肉体的快乐。十七八世纪的欧洲唯物主义者代表着当时资产阶级的利益，从彻底的感觉论出发，认为“趋乐避苦”是人性的自然要求，因此，人生的一切目的和行为归根结底都是为了求乐避苦，为了物质享受。尽管资产阶级倡导的享乐主义对反对中世纪的禁欲主义产生过一定的积极作用，但是随着历史的发展，它对人类社会所产生的消极影响越来越突

① 《朱子语类》卷四〇。

② 《朱子语类》卷一三。

③ 《朱子语类》卷一三。

出。西方的“消费道德”正是扎根于这种享乐主义的道德价值观。享乐主义道德价值观从人的生物本能出发,把人的消费、生活仅仅看成满足人的生理本能需要的过程,认为追求感官快乐,最大限度地满足物质生活享乐是人生的惟一目的,其实是片面夸大了人的自然属性、物质生活一面。以这种道德价值观为指导,必然使消费走入误区。

在社会主义市场经济条件下,要有健康的消费,必须以正确的道德价值观为导向。这种道德价值观既不是禁欲主义的,也不是享乐主义的,既重视人的物质需求,又重视人的精神需求,并且把两者很好地协调起来。古希腊哲学家柏拉图认为,善的生活应该是一种混合的生活,是一种理性与感性、快乐与智慧混合的生活。他说,生活中有两道泉在我们身侧涌流着,一道是快乐,可以比作蜜泉,另一道是智慧,可以比作清凉剂,我们必须设法将这两种东西配成可口的合剂^①。柏拉图的这一思想,在两千多年后的今天,也不无价值。现代的生活也应该是一种感性与理性、物质与精神协调统一的生活,与之相伴随的是,不但要重视物质消费,也要重视精神消费。

现代科技的进步,生产力的迅速发展,带来了商业的繁荣。花花绿绿的商品,铺天盖地的广告,刺激了人的感性欲望。注重物质生活需求,是现代生活的一大特征。但不可否认的是,精神生活需求有相对减弱的趋势,物质消费与精神消费两者不平衡的情况较为突出。人们对于物质需求与消费、精神需求与消费的思想 and 行为,简单地用经济手段、行政命令进行调节,是难以收到好的效果的。要用道德评价、道德教

① 周辅成编:《西方伦理学名著选辑》,上卷,商务印书馆 1964 年版,第 93 页。

育、道德示范、道德激励、道德沟通等方式,使人们正确认识人生的价值,树立正确的人生观和价值观,才能为协调好物质需求与精神需求的关系提供思想基础,才能为解决好物质消费与精神消费的关系提供前提。

第二层面是生产与消费关系中的道德调节。生产与消费的辩证关系在政治经济学的教科书中已充分论述,但是,对于道德价值观念在生产发展与消费增长关系中的作用,研究还不够充分。特别是在发展中国家里,对“早熟消费”,或曰“超前消费”,如何进行道德评价,是一个突出的问题。所谓“早熟消费”,是指消费增长幅度超过了生产增长幅度而形成的资源配置的不正常的格局。如何认定“早熟消费”呢?“早熟消费”是就全社会而言的。由于每个家庭的收入状况的差异,说某一户居民的消费或某一收入档次的居民的消费是“早熟消费”,缺乏科学性。由于地区经济水平发展得不平衡,消费增长幅度也不一,这就难以简单地根据某一城市或地区的生产增长幅度和消费增长幅度来认定“早熟消费”。

“早熟消费”对经济发展是利还是弊?或者说,从道德评价上说,是善还是恶?有人认为,“早熟消费”可以刺激生产的发展,应该肯定。但是,这种观点有失偏颇。“早熟消费”在短时期内可能会刺激生产的发展,然而,这种发展属于“泡沫型”经济,缺乏后劲。一位经济学家指出:“‘早熟消费’是不利于这些国家的经济进一步发展的。这是因为,一方面,它将导致社会的储蓄率和外汇储备的下降;另一方面,它会使得发展中国家把人力、物力、财力资源中的较多部分用于发展新消费方