

现代性反思：生态伦理与消费实践的关系互构及进阶

范和生¹，刘凯强^{1,2}

(1. 安徽大学社会与政治学院, 安徽合肥 230601; 2. 安徽大学法学院, 安徽合肥 230601)

摘要: 现代性历来被人文社科领域视为核心研究范式, 是梳理社会发展与变迁的重要概念, 具有浓厚的哲学和社会学旨趣。在“天人合一”文化自觉与生产力束缚、现代性后果的“自然”与“传统”双重终结、“生态社会主义”与“有机马克思主义”等价值的影响下, 我国生态伦理与消费实践关系途径农业文明“重生态-轻消费”, 到现代社会“轻生态-重消费”, 再到后工业转型时期“重生态-重消费”的递进过程。生态文明建设作为反思“生态-消费”互构关系中的全新切入视角, 既是对传统生态观下消费不足与工业社会异化消费的矫正, 又开辟出廓清理念信仰、产业结构升级、绿色技术创新和法律制度安排等方向的现实路径。

关键词: 现代性; 生态伦理; 消费实践; 互构演进

中图分类号: B82-058

文献标志码: A

文章编号: 1671-4970(2019)06-0025-07

一、思考的缘起

现代性作为理论研究的话语谱系抑或社会实践的参照依据, 自诞生之初便遭受争议: 一方面, 它帮助人们从传统固化理念、生产力枷锁中解放, 推动政治、经济、文化等层面的转型与重构; 另一方面, 它促使人类生活环境由“自然环境”转变为功利性制造出来的“人造环境”, “个体-利益”间主导关系超越“个体-自然”的和谐关系, 成为“原问题”的风险点。米歇尔·福柯将现代性判定为“某类态度”, 是同现实联系紧密的模式选择, 它是由人们根据自身发展

需要采取的行动, 也是一种思想和感觉的总结^[1]。齐格蒙特·鲍曼认为现代性本质是“流动性资本”, 它在动荡复杂的社会中反而成长迅猛, 其多维互变性质在松绑个体羁绊、时间导向加速的同时, 致使劳动力无主和共同体失效^[2]。安东尼·吉登斯谈及现代性时指出其是社会生活或组织形式, 大约 17 世纪出现在欧洲, 尔后岁月里程度不同地在世界范围内产生着影响^[3]。现代性融于技术与制度之中, 将工业化成果和科学进步内嵌于发达社会图式。

毋庸置疑, 现代性是一种总体进步、合乎理性、难以逆转的时空观念, 它推进国家、民族、社会繁荣,

收稿日期: 2019-02-10

基金项目: 国家社会科学基金项目(19BSH140)

作者简介: 范和生(1961—), 男, 安徽无为, 教授, 从事消费社会学与政治社会学研究。

但某种程度上也动荡原本均衡的社会系统,突出的悖论之一就是生态环境与人类消费行为关系的扭曲。前现代社会中人们受到文化拘束和科技滞后等因素掣肘,自由活动水平整体偏低、环境破坏有限,消费实践与生态伦理尚保持稳定谐序;而时间轴至近代,现代性的启蒙与蓬勃,在大量技术工具辅助下我国民众社会生产和消费欲望空前提升,之前的生态意识已经无法对人类活动进行有效规劝,消费实践近乎失序。笔者以为,当前我国格外强调社会主义生态文明建设,实质上是对现代性自身内涵特征的及时省思,最终目标是塑造超越传统意义上主客二分的新型文明范式,在满足人民群众美好生活需要前提下,立足消费与生态关系间的依靠和互动,出台兼顾经济效益和环境保护的顶层设计。

二、重生态-轻消费:农业社会理念演进与维度辨析

中国传统社会所确立的生态伦理要求人们出于“生存”与“道义”原则,必须担负保护环境的公共责任。工具理性孕育不足的农业社会,人类消费尚处于起步阶段,自然的开发相对有限。

1. “天人合一”生态观的内涵厘定

“天人关系”自古是哲学大家所共同阐释的义理,中国思维向来主张“性天相通”和“民胞物与”,认为人与自然不该疏离冲突而是相互依赖、辩证统一的整体。“天人合一”理论雏形最早见于《周易》“先天而天弗违,后天而奉天时”的“天人调谐”论评。其后,儒道两家都围绕此进行思想争鸣。

儒家学派提倡“天人合德”。孔子曾言“天何言哉,四时行焉,万物生焉”,肯定人与自然两者间的统一,四季运行与万物生长是自然之“天”最突出的禀赋;孟子强调“尽其心者,知其性也。知其性,则知天矣;存其心,养其性,所以事天也”,认为只有通过自我秉性的修炼和内化方可达成人与自然融洽相存;荀子道“天不人为之恶寒也,辍冬;地不人为之恶辽远也,辍广”,在自然体系中人与万物各自遵循规律且履行彼此职责,以保证双方的平衡格局;及至明代理学家张载明确提出“儒者因明致诚,因诚致明,故天人合一”叙述,他坚信自然运行存在各种规律,人们在充分掌握后须严格遵守。另一边道家则是从“顺应自然、弱化人为”等角度理解“天人合一”,如老子“人法地,地法天,天法道,道法自然”;

庄子“天地与我并生,而万物与我为一”。

笔者认为“天人合一”思维下的生态伦理具有三方面特质:其一,自然与人类是同宗同根且相互联动的有机整体,对自然采取的集体行动会得到相当回应;其二,自然与人类之间又是矛盾统一的共同体,两者之间固然存在互斥,但最终要回归到相互尊重的落脚点;其三,自然与人类的关系并非一成不变而是可以通过实践调节。随着认知水平和科技力量的推进,人们对周围环境的改造会使生态结构发生良莠不齐的变化。

2. 现代性启蒙:“敬畏—挑战—协调”自然的脉络梳理

中国社会现代性在生态伦理的演变历程表现在敬畏、挑战和协调自然3个阶段,它标志人类与生存环境关系随着工具和价值理性的博弈而修正。

敬畏自然多发生于科学知识匮乏和生产力低下的早期阶段,人们无法对众多自然现象给予正确解释,只能将日月星辰、电闪雷鸣以及非常规变化(地震、月食、台风等)加以神化。出于对自然的崇拜,不得不凭借着原始工具和经验摸索利用大自然馈赠的资源,此时人们更加重视生态平衡而相对弱化消费;随着现代化工业革命的发起,西方“主客二分”思想挟夹着科学技术一同传入国内,人类在工具理性助推下开始尝试对自然挑战来探索更高品质的生活境界,资源的征用成为群体主体性的心智,将环境包含的生态价值视为服务本体的中介,失去信仰和理智的规制一度打破生态平衡。如大卫·休谟所论“对自然改造的欲望主宰着个体,它是个体的行为依据,所谓的尊重此时只不过是欲望满足后的副产品”^[4]。现代性萌芽之初消费欲望的膨胀使得科技化卷入上升为“普遍意志”,最终爆发环境危机。令人宽慰的是,21世纪以来人们在生态失衡的残酷现实面前及时作出反省,重新审视“天人合一”生态观对于恢复“生产-环保”和“消费-节约”两对关系的意义。事实证明,农业社会中由于现代性不足一味重生态而轻消费不利于社会进展;而现代性初级阶段“向大自然宣战”的管控失范、过分攫取同样有失偏颇,人类发展终极目标仍须回归人与自然的协调并进。

3. 文化自觉与生产力束缚下的消费节制性

前现代性社会中,人们将满足自身最基本生活需求的交易集合统称为消费,形成大众朴素的“吃饭穿衣哲学”。彼时社会中生产端对环境破坏微

弱,消费端活跃水平偏低,这种格局主要原因是长期遵循“天人合一”的文化惯习以及生产力徘徊不前的复合效应。

从文化视域剖析,无论是孔孟为代表的儒家思想还是老庄为翘楚的道家理念,都非常看重消费的“永续性”。孔子言及“钓而不纲,戈不射宿”,希望人们对资源的消耗取之有度、用之有节;孟子提出“不违农时,谷不可胜食也;数罟不入洿池,鱼鳖不可胜也;斧斤以时入山林,材木不可胜用也”,认为人们应在生态系统客观规律指导下开展消费,不可无节制地向大自然索取;老子则主张“知止可以不殆”和“圣人去甚、去奢、去泰”,要求人们行为奉行“度”的原则,在消费层面坚持“知足”“无为”。农业文明盛行的诸子文化不约而同地提倡克制欲望、勤俭节约,消费保持在稳定阀限而尽可能减少对自然环境的人为染指。

从变革社会的能力解读,正如马克思反复强调“生产生产着消费,消费生产着生产”,人们通过大量生产才能创造出形形色色的商品并给予其全新规定,实现“为对象生产主体”。我国前现代社会中整体生产力进步迟缓导致群体消费水平提高乏力,从刀耕火种至铁犁牛耕再演化到简单机器使用,虽然生产力水准代际擢升,但始终无法逃离小农经济的时代局限,消费仅仅停留在自给自足和简单的物物交换。文化范式指导下的主观能动性和现实生产力的不足从主客双边将前现代社会中消费定格在基础性领域。

三、轻生态-重消费:工业化时代中的失衡与冲突

从文艺复兴到思想启蒙再至两次工业革命,现代自由、平等、博爱等价值观风靡开来,以发现和肯定人的欲望、感觉、情感等消费实践甚嚣尘上,个体极度渴望自身的解放。

1. 现代性扩展与蔓延:“自然”与“传统”的双重终结

现代性问世以来学界对其评判从未停歇:尤尔根·哈贝马斯为代表的拥趸者认为现代性是社会从现存走向未来的核心,是呼唤社会改变落后面貌的“发声器”,社会秩序和道德改良在其母体中培育,推动社会从贫穷走向富裕^[5];但以丹尼尔·贝尔领衔的质疑者指出现代性主导的社会最终将陷入“失去升华的意义”和“失去结构的形式”^[6]。过分

崇尚实证科学、信守工具价值、追求物质财富的功利标准会把人们诱引至贪图物欲、恣意享乐的异化发展之路。安东尼·吉登斯作为中和现代性之争的集大成者,他不限于单一解释“好”或“坏”,而是侧重对现代性本质的“合理怀疑”。他既肯定现代性在精神指向、思想原则、行为准则等方面的引导功能,也反思现代性发展过快、蔓延过广导致社会“自然和传统的终结”。

在吉登斯观念中“自然的终结”并不是自然环境彻底抽离化,而是周围“物质世界-身体-有机部分”摆脱不出人类的干预。“我们的日常生活迄今还未受人为涉及或利用的,即便有也寥寥无几,我们不该再担心自然界可能会带来的拘役,而是要忧虑我们已经给自然界造成的胁迫”^[7]。传统社会中人们首要忧虑的是自然界不确定因素(地震、洪水、干旱)对生产及消费的脆性困境。但现代性介入后,人类知识盲点区域缩小,自主改造能力增加,资源已经变更为人们改善生活的资本,转而面临“自然终结”(环境污染、温室效应、土地荒漠化)引发的生态危机。

鉴于科学技术发展,特别是全球化风潮席卷,生活世界的另一个重大变化是“传统的终结”,吉登斯用这一概念囊括人与价值选择的关系剧变。前现代社会人们行为依仗于文化信仰,涉及有规律可循的“重复性”,暗示着众多“礼仪式理性”,属于典型的集体记忆。在历史场域中,传统形塑人们之间的生活框架;而在现代范式下,传统文化和实践方式在工具理性和自由解放面前只能顽强存活,“现代社会倒没有完全消解传统,但是已然赋予传统新的背景和外沿,将其替代为决策的依据,我们已经不再完全听天由命,而是根据自我理解使我们的生活趋于个人化”^[8]。不难发现,现代性理念正从硬件设施和软性思想两方面转变传统人与自然的关系。

2. “生产-环境”深陷“公地悲剧”:“人类中心主义”的误判与扭曲

“人类中心主义”肇始于古希腊城邦时期,与东方“天人合一”文化自觉不同,西方从“认识你自己”到“我思故我在”再到“知识就是力量”,主线强调自由民主和人性解放。加之两次工业革命科技属性的方兴未艾,人类中心主义论调一时间成为当时主流价值取向。即人类是世间万物的中心,是实践活动起点又是实践的归宿,自然界作为人们生存的先天环境应充分发挥资源的工具价值来服务人类所有实

践的内在价值。不可否认,人类中心主义鼓励主观能动性的高度开发,助推现代性冲破神学和生产力牢笼,将社会整体水平带到全新高地。但将人类塑造造成“主宰者”形象,反而人为切割社会生产与生态环境间的关系互动。

加勒特·哈丁建立的“公地悲剧”理论模型可以生动诠释人类中心主义者对待“生产-环境”的态度:在公共草地上,每增加一只羊会有两种结果,一是获得增加一只羊的收入,二是加重草地负担,并可能对草场造成毁灭性打击。但是经过考量,大多数牧羊者还是决定忽略草地承受能力而增加羊群数量。由于羊群进入的无门槛,最终草地生态状况迅速恶化,反而无草再喂。作为深受现代性观念影响的个体,每个“牧羊者”都希望实现生产利益最大化。工业文明中形成的“唯我观”将人类与自然划分为两大系统,自然扮演的不过是人类发展提供载体的服务者,模糊处理两者间的依赖关系,促使大量当事人抱着“及时捞一把”的心态,为了有利资源蜂拥而上。这种掠夺式和穷尽式的认知造成自然界内部新陈代谢断裂、环境危机井喷。

3. 被开发出的欲望:消费主义营造的异化镜像

改革开放后消费在经济社会中扮演的角色愈发重要,但遭受突发事件威胁的概率也大幅跃增。乌尔里希·贝克谈到“我们正在见证一场风险的开端——这是一种超越工业化起初预料到的危险。在今天许多危险和破坏已经引致现代化的威胁力量和怀疑”^[9]。马克思将生产与消费的关系归纳为因果链接“物品只是在消费中才成为现实的产品,消费创造出新的生产需要,也就是创造出生产的观念上的内在动机,后者是生产的前提^[10]。”正是关注到现代社会中生产与消费的不可分割性,从赫伯特·马尔库塞到艾瑞克·弗洛姆再到安德烈·高兹等学者担忧随着现代性解放生产力,生产异化将延伸为消费异化。

建立在欲望达成基础上的消费实质是被工具理性开发与设计的产物。首先,从意识形态主导出发,工业革命后,现代社会物质得到极大丰产,各种物化刺激下消费主义严重影响人们心智。帕斯·福尔克指出现代消费主义从3个维度干涉人类实践:其一是消费欲望的形成使得消费本身超越了“必需”水平;其二消费作为沟通体系和交换结构连接了资源原始开发和大机器加工制造;其三是消费欲望的无限性和虚构性加速人们产生了对新商品的无尽渴

望^[11]。过度消费造成大量污染源对自然系统造成破坏,身陷资源告罄和生态失衡窘境。

其次,从“生产-消费”互动关系分析,为满足工业社会“资本增殖”目的,全社会从生产端就围绕消费铺陈浓烈的消费气息,利用各种媒介与资源产出光怪陆离的产品供人消遣,消费逐步代替生产成为社会发展的强力驱动,经济系统循环从“生产→消费→再生产”衍变为“消费→生产→再消费”。令人担忧的是建立在消费欲望上的非理性选择造成主体性奴役,过度眷注群体激情满足,病变出重视消费意义而轻视生态价值的互构错配。

四、重生态-重消费: 绿色缺失下的诘难与蜕变

现代性在多元消费选择的同时,客观上开拓一条消耗资源、漠视环境承载力的“黑色”发展道路。经历两百多年的文明失序后,人们开始重新衡量社会生产、群体消费与生态系统间的良性互动。

1. 黑色弊端与工业结构转型倒逼生态改革

新中国“一五”计划加速我国现代化进程,增强工业实力、提升民众生活质量的目标长期是国家发展战略核心。但鉴于“迟发展效应”的窘境,我国被迫在某种程度上模仿西方“先发展后治理”的道路。为追求经济增长选取的黑色发展模式倒逼绿色生态改革的急迫性。

一方面,重视生产和消费招致生态环境不堪重负。我国多年采用高能耗、高污染、低效率的粗放型经济使得自然系统承受巨大负荷:截至2015年,过度破坏植被、肆意开荒导致的土地荒漠化面积达到261.16万km²,其中沙化土地面积为172.12万km²,分别占国土面积的1/4和1/6以上;与此同时,2005年至2016年十多年间我国年废水排放量由5245089万t递增至7110954万t,年平均增长率超过3%^①,触目惊心数据背后揭示当前中国经济增长与生态环境间的矛盾日趋尖锐。另一方面,我国工业化运作长期处于“多而不强、高而不优、快而不绿”的低端轨道。当前世界体系中主要存在两种典型工业模式:外延主导型和内涵主导型。前者是通过资源输出来实现工业结构的更新换代,它是一种

^①此两项数据为笔者查阅《中国统计年鉴》整理归纳得出,可对精确性负责。

“高成本、低生态”模式；后者奉行“低成本、高生态”价值，在减轻资源负担前提下依赖技术革新、产业升级兼顾生产效率。过往一段时期内我国采取外延型模式，在自然资源较丰富的初期尚且可取，但环境被恶性破坏后，此发展路向就将步入“死胡同”。美国生态经济学家赫尔曼·戴利冷静看到工业生产者将资源环境界定为社会发展的单线条“经济理性”，不关心环境系统被破坏累积的负外部性……人类社会应当摆脱“空的世界”而走向“满的世界”，即重新梳理经济、自然、社会三重效益，生态利益要优先经济利益^[12]。扣除不可再生资源枯竭加上各级财政拨款的环境治理资金，全盘考量当下工业化对社会综合贡献并不突出。因而，亟须淘汰“低成本比较、高资源投入”的黑色模式而过渡至“高成本竞争、低资源消耗”的绿色模式。

2. 生态社会主义与有机马克思主义关于走出“消费-生态”困境的启迪

作为人类中心主义的对立面，生态社会主义和有机马克思主义重新审视“人-自然”之间关系，成为现代性指引下，社会建设最具影响力的两大流派。生态社会主义拥护者高兹·安德列认为目前遭遇的生态危机不是现代化本身的错误而是支配现代化的资本主义制度造成的“不合理动机”，必须尽快给予生态理性代替资本主义一贯的经济理性而完成环境重建^[13]；贝拉米·福斯特坚持以历史唯物主义为理论基础，运用历史分析法和阶级分析法反对资本主义的制度性压迫，反对盲目消费造成的自然资源威胁^[14]。生态社会主义思想最大贡献在于将世界性生态问题根源指向固化的资本主义制度，并系统论证其带来的异化消费同生态危机间的关联；与之不同，有机马克思主义学者则以阿尔弗雷德·怀特海的“过程哲学”为元理论，认为工业文明将人类与自然关系人为二元疏离才导致了生产的不可持续性，促使生态文明本质问题上理性的内在缺失。约翰·柯布抨击现代性文明中用“人类例外论”思想来将自然归结为满足人类消费的工具。人类应根据自身的实际利益建构正确的生态消费观，把其他一切生命形式放在同等尊重的地位^[15]。有机马克思主义某种程度上更把理论侧重点聚焦在现代性价值体系的内生缺陷，在分析极端个人主义和消费主义对生态破坏基础上，提出把“个体价值观”转换成为“共同体价值观”。

笔者看来，我国生态文明建设的深化首先要借鉴生态社会主义对于制度根本性的主张，毫不动摇地走中国特色社会主义环境整治之路，避免落入资本主义治理体系中“伪保护、实浪费”的圈套；其次，立足有机马克思主义秉承的后现代主义规模性遵守生态原则的价值自觉，在全民“环境正义”理念下树立正确的消费伦理；最后，积极参与生态全球化治理的项目中去，通过相互交流与学习将国外先进治理经验因地制宜地移植于我国土壤。

3. 绿色规则回归：筑建共认消费实践索引性

消费作为社会交换基本形式之一，具有典型的主客属性。彼得·布劳强调社会交换过程中人们的一切认知都要受到社会事实也就是规范的制约，互惠互利且公平健康的准则与伦理是维系交换不被打断的前提^[16]。易言之，生态伦理对消费实践过程中“认识-事实”的影响根深蒂固，依赖个人对客观事物在逻辑上所赋予主观价值是否正确。在后现代转型加速期的中国，形成同时注重消费与生态间的良性互构和相互依托的局面，当务之急是全民范围内尽快建立绿色共享的消费索引性规范。

索引性一词源自语言学，主要用来研究语句在不同情境中的各种意义。哈罗德·加芬克尔将其延伸至社会学领域，认为人们日常实践同样具有索引性，即人的活动和场景之外的社会结构之间存在复杂的关联，“索引性表达是指日常沟通行动依赖于对实践意义的共同完成且未经申明就可以被广泛接受和理解的假设及共享价值”^[17]。笔者将该概念引至消费领域，表述人们在消费实践活动中需要建立起一种隐性伦理：互动双方可以省略或隐舍彼此共同遵守的消费规范，但日常的对话和交易并不超越潜在消费秩序。这种索引性规范以一种弹性约束对互动双方进行引导，但又不直接干涉交换的进行。当前生态与消费的绿色互构可以从两方面入手：首先，利用网络、电视、广告等媒介平台的影响力进行宣传教育，增加绿色共享理念曝光度，培养社会成员保护环境的意识和消费习性，让民众从消费圈的“小我”中跳出来，开始关注社会公众“大我”的消费框架；其次，提高供给商品的“绿色含量”和“共享色彩”，保证大部分商品出厂就自带节能环保和共享光环，减少商品生产环节中的资源浪费和环境破坏。

五、新构现代消费下突破生态危机的现实路向

生态消费作为反思现代性概念中物质浪费和理念错位的全新设计,其目的意在从消费端口入手进而冲破环境治理过程中的瓶颈。

1. 观念廓清:重塑俭而有度、理性至上的使用价值

后工业社会转型伴随生产技术更新而带来整体物质水平极大丰盛,消费社会特性在我国悄然降临。让·鲍德里亚远见性地指出,我们的日常生活早已不再是工业社会中仅满足于追求经济发展的场所,而是进入一个全面编码价值的交换系统,人们消费时绝不是孤立行动而是符码、媒介活跃的舞台,即被标记上风格、名望、身份、地位及权力的商标属性,带来了集体环境的败坏,噪音、空气和水污染、风景的凋敝^[18]。纵观当前消费对生态破坏的实践来看,很大一部分是因为人们崇尚商品背后符号价值所造成的盲目消费。要想实现消费实践与生态伦理的互构平衡,首先要从理念层面进行廓清。

一方面,以辩证思维看待符号消费对于促进社会生产和解放生产力的积极作用,适时转变道德观念、重新评估符号见解对于释放经济活力的作用;另一方面,呼唤理性的使用价值回归。马克思曾将使用价值和交换价值界定为商品最重要的两大属性,重视使用价值就是反对通过资源无尽消费来谋求人类发展,也不是片面将幸福生活寄托于传统使用价值的实物消费,而是要在消费观中做到现实与未来、个体与自然、部分与整体、精神与物质的多方统一。这就要求消费者具有独立自主、明辨是非的审度能力,匹配与自身真实需求相符合商品的使用意义,在尊重自然、克勤克俭等伦理上满足多元欲望。

2. 产业升级:激发文化资本消费走向繁盛

消费与生产是一张因果关系网:生产决定着消费层次,消费反过来刺激生产。消费现代性可以通过生态化的生产实践反促产业结构转型升级。当前,我国产业布局整体特点是一、二产业比重偏高,第三产业比重虽大幅提升,但受制于起步较晚,相比欧美国家仍显滞后。由于第一、二产业对于原材料和能源的依赖较重,不可避免地对环境造成破坏。根据“配第-克拉克定理”,随着经济发展和国民收入增长,全社会产业结构调整是必然趋势,最终合理的产业结构分布是“经济-生态”最佳的第三产业比

例最高。新型服务业嵌入知识经济和信息技术,是一种相对绿色的消费渠道,大力发展服务业不仅能成为刺激经济的有力增长点还可以摆脱工业生产对于自然资源的依赖。

现今国内群众中意以电影电视、文娱活动、旅游、体育比赛为介质的文化产业消费,更渴望获得娱乐、健身休闲以及智能消费等方面体现出的精神服务,借助文化消费来满足情感体验、提升品位旨趣。印证皮埃尔·布迪厄所思,文化资本不同于经济资本和社会资本,“它是借助于各种理性行动可相互传递和循环的精神物品,是迥异阶层区隔的重要指标,与这种阶层群体区隔相对应的便是途径文化消费实践彰显出来的不同群体的文化品位,这也直接反映群体消费水平高低”^[19]。文化资本的渐趋繁荣不仅是新时代中国特色社会主义产业结构升级的历史趋势和必然选择,更是推广生态消费的全新预设。

3. 科技创新:推动突破生态技术瓶颈

改革开放之初,国内积极承接西方产业转移,现代化工业程度奋起直追。但这种缺乏科技含量且极度倚仗“环境透支”的发展模式也让中国成为“世界工厂”。在后工业转型的今天,技术创新是社会全方位发展的决定力量,十八届五中全会提出的五大发展理念更是将创新拔高到国家建设的核心位序。生态技术既是降低资源耗损的关键手段,又是解决环保问题的不二法门。要想真正实现绿色发展题中之义、构筑绿色消费物质基础,离不开能源综合利用、清洁生产、资源(废物)循环速率及环境治理检测等生态技术的配套。因此,我国生态技术困境的摒弃须各方通力协作。

其一,发挥各级职能部门主导作用,从宏观层面出台一揽子政策逐步取缔能耗大、污染强、水准低的企业,引导其在自身优势领域完成产业升级;其二,牵头拓展校企、院企和校地的多元合作格局。大多数企业作为营利组织自身创新投入不足且后劲乏力,而科研院所往往具有较强的科研实力,双方可以借助“产学研”的形式各取所需,既可以为实验室研制的新型产品提高实践检验平台,又能够帮助企业掌握行业内第一手科技专利,完成产品附加值的晋阶;其三,国家建立完备的生态技术创新补偿机制,激励一切创新因素竞相迸发,对踊跃响应绿色技术研发的企业适当分担前期科技投入带来的资金流失,解除企业对新型生产技术试用的后顾之忧。

4. 制度安排:铸就生态消费法治保障框架

维持消费实践与生态伦理彼此间的良性支撑离不开法律层面的硬性介入。十二届人大八次会议重新修订的《环保法修订案》,从立法理念、涉及领域、监管手段和惩罚力度等方面相较于1989年的《中华人民共和国环境保护法》均体现出与时俱进的时代特色。2016年3月国家发改委牵头十部门联合制订的《关于促进绿色消费的指导意见》很大程度上扭转我国生态文明建设长期缺乏规范化机制的模糊局面。当前,生态消费法治体系的改革应多管齐下。

首先,改革税收法律调控制度,形成合理纳税梯度范畴。对于温饱和中产阶层基础衣食住行息息相关的耐用消费品适当降低征税,而对富裕(雇主)阶层的奢侈消费和与之相连的高档商品稳步扩大缴税比例;依法征收资源消费限制税。特别是不可再生资源的税率不仅要相对提高,更要时刻监督相关企业及法人的纳税额度。其次,建立政府采购主体职责的问责机制。按照法律章程使用年度预算,积极带动消费需求向生态物品的替换,从绿色清单制度、标准制度、优惠制度和监督制度四个方面入手,优先关照“高科技—低能耗”的产品和服务,形成“政府、社会组织、企业、个体”条理清晰的绿色购买机制;最后,强化商品环境标识法律规范体制。既要按照《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国产品质量法》等明文规定依法保护符合绿色标识商品的合法权益,对于严格遵守环保标准的厂家和商品给予配套优惠措施。又要严格取缔未达到环保要求而无法领取环境标识的产品和商家从事生产和销售资质,追缴其前期盈利份额。

六、结 语

现代性作为贯穿于社会发展的中枢是各项事业迈入更高台阶的核心力量,从萌芽到兴盛再到某种程度的失范都对国内消费和自然环境的关系造成各异影响。其发展需要把握好“度”的尺寸,既要肯定过往对于社会前进的积极意义,又要在反思附带问题的过程中尽快实现后现代转型。生态伦理与消费实践作为相互融合且平等对应的统一体,本质上的互构相依体现在两个方面:其一,生态伦理化身观念信仰影响个(群)体采取消费行动时的价值选择;其二,个(群)体迥异的消费实践反作用于生态伦理并成为其演变的关键动力。无论是现代性薄弱的农业社会中重视生态导致的消费弱化,还是现代性膨胀

的工业社会侧重消费而造成的生态轻视,都是当时历史阶段内对两者关系的解读与选择。新时代下我国大力倡导生态文明建设就是要认知现代性本质后正确把握“消费—生态”间互动规律,最终实现绿色效益和经济效益的相得益彰。

参考文献:

- [1] 米歇尔·福柯. 规训与惩罚[M]. 刘北成,译. 北京:三联书店,2012:9-11.
- [2] 齐格蒙特·鲍曼. 流动的现性[M]. 欧阳景根,译. 上海:上海三联书店,2002:14-17.
- [3] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 田禾,译. 南京:译林出版社,2000:67.
- [4] 大卫·休谟. 道德原则研究[M]. 曾晓平,译. 北京:商务印书馆,2010:44-45.
- [5] 尤尔根·哈贝马斯. 后现代主义文化与美学[M]. 王岳川,译. 北京:北京大学出版社,1992:9-16.
- [6] 刘少杰. 国外社会学理论[M]. 北京:高等教育出版社,2014:336.
- [7] 尹小俊. 现代性的社会学诠释及理论反思:从韦伯到福柯[J]. 人文杂志,2014(10):121-128.
- [8] 陈忠. 风险社会与“自然的终结”——贝克“风险社会理论”的“本体论问题”与“历史超越”[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版),2008(2):7-11.
- [9] 乌尔里希·贝克. 风险社会[M]. 何博闻,译. 南京:译林出版社,2004:2-19.
- [10] 马克思. 马克思恩格斯选集:第二卷[M]. 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,译. 北京:人民出版社,1995:41.
- [11] 王宁. “国家让渡论”:有关中国消费主义成因的新命题[J]. 中山大学学报(社会科学版),2007(4):1-7.
- [12] 赫尔曼·戴利. 超越增长:可持续发展的经济学[M]. 诸大建,胡圣,译. 上海:上海译文出版社,2006:35-37.
- [13] GORZ A. Ecology as politics[M]. Boston: South End Press,1980:117-118.
- [14] 贝拉米·福斯特. 生态危机与资本主义[M]. 耿建新,译. 上海:上海译文出版社,2006:17-19.
- [15] 王雨辰. 生态学马克思主义与有机马克思主义的生态文明理论的异同[J]. 哲学动态,2016(1):44-51.
- [16] 彼得·布劳. 社会生活中的交换与权力[M]. 李国武,译. 北京:商务印书馆,2008:112-113.
- [17] 袁同凯,袁兆宇. 成员与社会秩序:常人方法论的社会结构观[J]. 南开学报(哲学社会科学版),2016(4):81-91.
- [18] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,译. 南京:南京大学出版社,2014:23-24.
- [19] 陈劲. 城市居民文化消费结构及其资本积累:重庆例证[J]. 改革,2015(7):110-119.

(责任编辑:许宇鹏)