

消费伦理研究的三重范式

张志丹

(南京师范大学 公共管理学院,江苏 南京 210046)

摘要 消费伦理研究的困境在于其“范式危机”,因之,实现消费伦理研究的创新与突破,需要研究范式的高度自觉,需要保持消费伦理研究的理想范式、问题范式和实践范式等三重范式之间的必要紧张和有机整合。唯此,才能厘清消费的道德本质,破除消费迷思,找到实现消费伦理模式的时代转型的可能路径。

关键词 消费伦理研究 理想范式 问题范式 实践范式

中图分类号 B82-053

文献标识码 A

文章编号 1671-4970(2011)04-0028-04

之所以从研究范式的角度提出问题,是由国内外消费伦理的研究现状决定的。从国内外研究现状看,消费伦理研究缺乏高度的方法论自觉、范式意识淡薄(最多在研究中自觉不自觉地隐含着某种范式),导致消费伦理研究陷入“范式危机”之中。而且,范式研究可以总括性涵盖消费伦理研究的基本理路。因此,加强范式研究与反省确有其必要。当然,需要先行澄明的是,本文所说的“范式”并非托马斯·库恩意义上的不可通约的、具有主观性、相对主义的范式。因为不同范式间既具有独特个性、不可公度性、不可通约性,也具有内在的关联性、可公度性和可通约性。不同范式之间可通约的根本存在论基础在于这些范式之研究对象、研究问题的相对固定性、具体同一性;其辩证法基础在于不同范式本身的区分是相对的,它们彼此交融,相互关涉。基于此,消费伦理研究应该保持高度的范式自觉,从消费伦理研究的具体特性出发,从消费伦理的研究对象、研究问题的具体统一性及研究者的具体个性、共性出发,具体理解消费伦理不同研究范式之间的辩证差异及互补性的关联。

具体而言,就理想范式来说,需要从本体论意义上对消费的道德维度加以反思并明确消费伦理研究的目的;就问题范式来说,需要研究消费道德本质的异化问题;就实践范式来说,需要研究消费道德的出场路径。当然,3个范式之间的区分是相对的,相互联系、相互渗透。不存在没有问题范式和实践范式的理想范式,反之亦然。概言之,消费伦理研究要构

建消费伦理的理想范式,同时要研究具体的消费伦理异化的问题范式,从中找到消费伦理的一般规律和实践路径,用以指导消费实践和消费行为。这三重范式之间存在内在紧张的关系。下面分别以这3个范式来阐述消费伦理研究问题。

一、消费的道德关切 理想范式

消费伦理研究的理想范式,需要从本体论意义上对消费的道德维度加以反思并明确消费伦理研究的目的,这是消费伦理研究的主导的基础性范式。首先需要拷问的是,消费的道德维度是否是一个“本体论妄诞”的命题?回答这一问题,还得先从经济有无道德性的问题谈起。新自由主义经济学试图把经济学打扮成纯粹“客观中性”的科学,认为它“价值中立”“伦理无涉”,将其驱赶入“道德虚无特区”,由此经济与道德剥离。

从哲学方法论的角度看,此论属于典型的“二元论”和“孤立主义”。诚如科斯洛夫斯基指出:“经验与先验的分离、研究结果与先验的普遍生活准则及与非经验的善良意志的特性的分离,将导致行为经济学和对其结果的权衡与道德自律性的内涵截然分开。康德的实践理性道德的二元论、纯意愿的二元论即对道德并不重要的服务制度和经济学的二元论迎合了经济学的发展趋势,即局限在成本、利益、核算和协调经济问题上,并把所有合乎规范的考虑从经济学中驱除出去。”^[1]由此,在历史上造成了经济学和伦理学双双陷入了贫困。可见,经济学与伦理

收稿日期 2011-07-06

基金项目 国家社会科学基金重点项目(08AZX004) 江苏省高校哲学社会科学基金项目(2010SJB720009)

作者简介 张志丹(1974—),男,河南信阳人,副教授,博士后,从事经济伦理学和当代意识形态理论研究。

学无论从历史渊源还是现实的学术潮流和理论趋势来看,都不可能在无视对方的前提下保持自己逻辑的圆融性,交叉共融是必然的趋势,而这也正是经济伦理学产生和发展的重要根据。

从道德关涉的范围来看,一切人类活动领域都是道德的地盘。美国哲学家杜威认为,道德潜在地包括我们的一切行为。因此,可以说,道德的‘以太之光’必然普照一切经济领域和所有的经济行为。实际上,(生活)消费正如经济活动一样,不是纯粹的数量概念和物质活动,也不是纯粹的消耗活动、物质活动。对于消费主体来讲,消费活动诚然是其自由意志行为而非外力强迫,尽管赚钱有道,但宣扬‘我想怎么花就怎么花!’的论调仍然需要经受道德法庭的严厉拷问与批判。因为消费就不单是个人性的行为,也是社会性的行为,它显然需要道德观照和伦理考量。消费并非天然合理,消费方式与模式并非利人利己、有益社会、无损生态,消费者并非都是以互利主义为行动原则的‘经济道德人’^[2]。因此,消费就不仅是一个‘能与不能’的购买力问题,“想不想”的自由意志问题,而且必然也是一个“该不该”的道德问题。对于前两者,消费能力和欲望想法是指消费的对象和条件问题,它受到一定历史条件和经济发展水平的制约,是由历史的‘给定空间’来框定的。正如马克思说道:“我们的需要和享受是以社会的尺度而不是以满足他们的物品去衡量的。因为我们的需要和享受具有社会性质。”^[3]显然,“社会性”既包含经济发展水平又包含道德要求。

总之,无论从经济伦理学存在的合法性以及道德的关涉范围,还是从消费本质来看,消费‘非道德性神话’的破产都确乎理所当然。换言之,消费在本真意义上应该符合必要的道德关切,这即是消费道德维度的本真命意。

消费伦理研究的理想范式的另一层意思是指,消费伦理研究要实现的目的和终极旨归是什么。有学者认为是为了实现人的幸福,也有学者认为是为了合理消费和适度消费,还有学者认为是为了实现消费的代内正义和代际正义;此外,也有学者是为了启动社会生产,推动我国市场经济的健康发展。在我看来,消费伦理研究的理想模式在本真意义上应该符合必要的道德关切,包括主体关切维度、社会关切维度、生态关切维度,从而实现个人的自我完善发展、社会和谐进步以及环境保护的目标。当然,这种理想模式的‘应然’不是脱离实践和现实的‘应然’,而是立足于‘实然’基础之上并反映消费伦理发展趋势和内在本质关系的‘应然’。在此意义上,理想范式并非抽象空洞、空口无凭,而是有着扎实的现实基

础。因为它是由现实中人的生产和社会生产方式的性质和状况确定的,同时也受到一定时代一定社会的价值观念的影响制约。

二、消费道德本质的异化 问题范式

消费伦理研究的理想模式是张扬了消费伦理应该实现的‘理想’和‘目标’,而为了实现理想模式,必须剖析现实生活中的消费异化和消费伦理的现实问题,这即是消费伦理研究的问题模式。从道德哲学上来看,在本体论意义上,真正的消费本质上不再是纯粹经济学意义上的‘物质消耗’这一中性的‘价值无涉’范畴,而是一个道德的以太之光关照的个体性、社会性的行为。审视消费三维本质,即人、自然与社会3个维度上是否具有道德内涵,是否达到道德上的‘帕累托佳境’状态,存在哪些急需破解的问题及其原因,这是消费伦理研究的核心内容,也是又一基础性范式。

首先,消费主体性本质异化。主体性也可称为人性异化。本来,消费目的是为了服务于人的自由全面发展和理性生存样式的构建。消费包含生产消费和生活消费。尤其生活消费,在理想的意义上是人的自我完善与发展的必要途径和实现方式。消费又包含物质消费和精神消费,一般来说,前者再生产人的身体、满足的物质需求,后者重塑人的精神、满足人的精神、心理需求。可以说,消费在建构着世界的同时也建构着人本身。

从历史(经济)评价的角度看,今天的消费在总体上确实促进了世界经济社会的发展和人的发展完善。然而,历史(经济)评价与道德评价并非无条件的‘合拍’。从道德评价角度来说,理论的逻辑与现实的逻辑并非完全等同,消费异化和非人性化的困境时常困扰着消费主体,究其原因,主要是由社会制度、生活环境以及消费主体的素质是否‘够格’等方面造成的。比如,在全球资本主义时代,资本逻辑必然将所有社会生活的因素卷入其中,资本逻辑导致消费引领的社会横空出世。鲍德里亚认为:消费社会‘是一个充斥着预防性白色的饱和了的社会、一个没有眩晕没有历史的社会、一个除了自身之外没有其他神话的社会’^[4]在这样的社会中,逃脱消费霸权的殖民几乎是不可能的,于是消费异化、人性异化,满足欲求而不是满足需要的消费好比一个牢笼笼罩着消费‘主体’(准确地说已经变为‘客体’)。

弗洛姆深刻地看到,现时代的消费社会中,一个幽灵正在我们中间徘徊,绝大多数人却习焉不察。这个幽灵即‘一个完全机械化的社会,它服从计算机的命令,致力于最大规模的物质生产和消费,在这样

一个社会的发展进程中,人自身被转变为整个机器的一部分,尽管他吃得好,娱乐得好,然而他却是被动的,缺乏活力和感情的。^[5]他“越来越成为一个贪婪的、被动的消费者。”^[6]这即是消费主体性异化产生的‘被动的人格’“‘人性异化’。异化的消费者只是用高档的时尚消费来炫耀身份和地位,慰藉所付出的辛勤汗水,并补偿精神的空虚。异化的消费者过着以‘多买多用多扔’为标志的生活方式,遵守‘多多益善’“‘贪得无厌’为特征的消费观。内心虚空、疯狂享受、欲壑难填是其典型特征。其结果是文化的无根与道德的虚无,在失去意义的世界里毫无信仰。

其次,消费生态性本质异化。在理想的意义上,消费以生态无伤害原则为圭臬。消费为何在道德哲学意义上具有生态性本质的维度,首先必须阐明人与自然的本质关联。在马克思看来,“自然界,就它自身不是人的身体而言,是人的无机的身体。”^[7]撇开别的不谈,仅就消费而言,“自然即人,人即自然”恰恰是通过消费链条将人与自然牢牢拴在一起,消费实现了自然的人化,也实现了人的自然化。而实现两者之间转化自如、“对接无痕”的关键性因素在于马克思所说的‘物质变换’非断裂化,否则,人与自然之间本然的联系纽带就被割断了。导致物质变换断裂的原因在于当代人类的生产与消费活动损害了自然本然的健康机体。

消费生态本质异化根源在于,在主流经济学的视域中,自然的价值被简单化约为工具性价值,价值大小与有无的衡量只有经济价值这唯一的一把标尺。实际上,自然除了经济价值外,还有生态、审美等多重价值,绝非经济价值能够涵摄无遗。从认识论方面来看,消费的生态本质的缺失或异化,其认识论原因是因为以纯粹经济学的视角去看待生态,而伦理学视角被弃之一旁,生态学视角则更不用说。经济学视角中的生态价值,不在于它对于企业、社会乃至人类的生存的意义,以及其本身的内在价值、愉悦之外的善等,只在于能否给企业带来直接的或间接的利润。即“用经济学的词语表达,自然的工具价值在原则上总是超过它的审美价值和内在价值。”^[8]可见,经济学把生态价值抽象化了,被工具化、功利化了。这遭到了爱德华·弗里曼的明确反对,他指出:“人类的生活是丰富多彩的,绝不仅仅是简单的经济价值的得与失。如果我们仅仅以简单的经济价值来衡量人与事物的价值,我们就是把自己降了格。”^[9]

最后,消费的社会性本质异化。消费的社会目的服务于人的自由全面发展、和谐社会的构建和社会的公平正义。人所共知,消费不是纯然的个人性行为,而是社会性行为。一方面,主体的消费内容就

不是‘伦理无涉’的空场。另一方面,消费方式也不是‘伦理无涉’的空场。消费方式是指如何消费以及消费多少的问题,其中大有伦理道德的蕴涵。其实,从消费的数量来看也有一个伦理‘合宜性’的问题。因为金钱与消费品等财富是人耗费体力、脑力和智慧创造的。在某种程度上,对于财富的态度就是对待自身及他人的态度。西美尔深刻揭示了消费的社会本质的异化与货币拜物教之间的内在关联,他说:“大多数的现代人在他们生命的大部分时间里都必须把赚钱当作首要的追求目标,由此他们产生了这样的想法,认为生活中的所有幸福和所有最终满足,都与拥有一定数量的金钱紧密地联系在一起。在内心,货币从一种纯粹的手段和前提条件成长为最终的目的。而只要达到了这个目的,就会无数次出现那种致命的无聊和失望……目标为手段所遮蔽,是所有较高度度的文明的一个主要特征和主要问题。”^[10]也就是,货币的获取和消费都以自身为目的,而美好幸福生活的终极目标却被置于遗忘的角落。

在全球化的背景下,消费主义文化的‘殖民’威力更是弥漫拓展,空前巨大。由于消费主义文化是由资本尤其是强势资本左右和操控的,因而,它是资本主义全球殖民体系当中的内在构成部分。在恶劣传统的沉渣泛起和新兴消费潮流的兴风作浪的情势下,消费的目的、手段、心理和主体统统遭到异化,就并不奇怪。资本、文化、消费者、公司吊诡性地变为同一过程的共谋者。这样,消费往往是消费者自己的陷阱,不是主体在‘消费’而是主体‘被’消费,沉溺于‘消费迷思’,迷醉于‘消费狂想曲’之中而不能自拔。可见,消费问题关乎个人的道德修养,也关乎经济伦理和社会伦理的问题。

需要指出的是,我们不能听凭消费异化‘自生自灭’。它根源于生产(劳动)的异化,以及受到由生产异化决定的文化异化和消费‘殖民’的影响。在此意义上,深度批判消费异化之谜,不应该从消费自身中寻找,也不应该仅仅批判消费主义文化,而应该从决定与之相对的对抗性力量,即它的根源去寻找,生产异化是消费异化之谜的答案。否则,只能陷入历史循环论和文化乌托邦之中不能自拔^[11]。

三、消费道德本质的‘出场’路径 实践范式

消费伦理研究的实践范式旨在寻求一条消费伦理的规律及其实现路径,解决消费伦理的现实问题,它也是又一个消费伦理研究的关键性内容,也是又一基础性范式。

消费伦理研究的实践范式是在高扬理想范式和坚守问题范式的基地上,坚持一些必要的伦理原则

并妥善处理一些矛盾关系。消费伦理的实践路径必须坚持三项伦理原则,即社会责任原则,生态原则和人本原则。即其一是必须有利于推动社会经济发展,是发展性消费;其二是必须符合可持续发展的要求,是可持续的生态性消费;三是必须是科学文明健康的消费,精神性、人本性和主体性的消费。唯此,消费道德维度的本真含义在现时代尤其在中国才能真正“在场”。尽管消费伦理的实践路径不能整齐划一,但都需要处理好以下关系:

其一,处理好消费与节俭、扩大内需之间的关系。我们主张生态性节俭的消费伦理取向。在今天,我们需要抛弃过分节俭、守财奴式的消费理念。其实,这两种消费方式是滞后性的消极的消费。该消费的没消费、该节俭的没节俭,导致物质和精神产品在时间、空间和内容上的损耗或者丧失。其结果一方面是消费品闲置,另一方面是消费主体得不到应得的消费品,这势必影响经济社会发展和人们的生活质量的提高,与消费伦理的精神相悖。在金融危机影响犹存的今天,扩大生产、拉动消费,保持消费与节约之间的平衡以推动经济社会的发展,这既体现我们消费的应有境界,也体现真正的人的本质实现之要求。

其二,树立正确的消费价值观,必须拒斥不良的非理性消费文化,特别是消费主义文化。消费者是一种文化动物,不良的消费文化对于人的影响是巨大的。因此,拒斥不良的非理性的消费文化,杜绝“红色消费”(肆意挥霍公款)、“黑色消费”(盲目铺张浪费)、“灰色消费”(不当人情来往)、“白色消费”(烟酒不良嗜好)、“黄色消费”(黄赌毒)具有重要的价值意义。消费主义促进了现代经济的发展,也带来了相应的许多问题,甚至有些问题是全局性的、灾难性的。如果不加注意,人类发展势必遭受重创。两年前的全球金融危机就与消费主义的推波助澜不无关系。对消费主义的批判有3个角度,以法兰克福学派为代表的从人性的角度、以丹尼尔·贝尔为代表的从文化的角度、从生态角度进行的批判,它们都共同揭示了消费主义带来了灾难,是具有深刻见解的洞见。

其三,全球共识、集体行动,倡导与国情相结合的低碳消费理念。消费伦理研究的实践范式重要性在于,它关乎本国乃至全球的可持续发展与和谐进步。因此,需要全球就消费伦理问题达成某些共识,以利于形成合力,共同推进低碳消费伦理在全球范围的集体行动。说到底,消费伦理的实践路径的旨归意在找到一种合德性的消费模式和生活方式,实现人类的美好生活,低碳消费无疑正是这种消费模式的最新最集中的代表。无可置疑,低碳消费是时

代性的发展趋势,尽管西方国家妄图以此来让我们承担不该承担的责任、扼制中国发展,尽管人们对于低碳消费存在着诸多误解。当然,在低碳消费问题上,我们既要破除所谓低碳消费“非道德性神话”,又要破除所谓低碳消费“道德性神话”,将其厘定在合理的位置上,以最大限度地发挥其积极功效。冷酷的现实要求我们必须把低碳消费与中国现实国情“绑定”,与时俱进,积极地、有步骤地、分阶段地推进中国低碳消费模式,这才是全球视阈、中国语境中的低碳消费模式。否则,要么陷入道德乌托邦,要么堕入故步自封、僵化保守的消极状态。

要构建消费伦理研究的理想范式,必须从问题范式上来具体研究的消费伦理在具体历史场境的问题,在这两者的基础上,超拔于地方性、偶然性的道德知识谱系,从而从实践范式层面来寻找具有普遍意义的消费伦理模式,这是研究和实践消费伦理的应有理路。只要保持消费伦理研究的理想范式、问题范式和实践范式之间必要张力,全球共识、集体行动,倡导低碳消费理念,努力践行消费伦理模式,消费伦理模式的历史转型与时代跃升就不言而喻。

参考文献:

- [1] 彼得·科斯洛夫斯基.伦理经济学原理[M].孙瑜,译.北京:中国社会科学出版社,1997:13.
- [2] 张志丹.论经济道德人[J].江苏社会科学,2010(2):238-243.
- [3] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集 第1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,1956:398.
- [4] 让·鲍德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2000:231.
- [5] ERICH FROMM. The revolution of hope :toward a humanized technology[M]. New York :Harper & Row,1968:1.
- [6] E·弗洛姆.在幻想锁链的彼岸[M].张燕,译.长沙:湖南人民出版社,1986:174.
- [7] 马克思.1844年经济学哲学手稿[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,2004:56.
- [8] 尤金·哈格洛夫.环境伦理学基础[M].杨通进,江娅,郭辉,译.重庆:重庆出版社,2007:254.
- [9] 爱德华·弗里曼,杰西卡·皮尔斯,理查德·多德.环境保护主义与企业新逻辑[M].苏勇,译.北京:中国劳动社会保障出版社,2004:6.
- [10] 格奥尔格·西美尔.金钱、性别、现代生活风格[M].顾仁明,译.上海:学林出版社,2000:10.
- [11] 张志丹.历史唯物主义视阈中的消费社会批判:从阿格里塔和鲍德里亚的方法论谈起[J].马克思主义研究,2008(8):79-86.