

消费: 身份、自由与幸福

高 珊, 李 欢^①

(中南大学 应用伦理学研究中心, 长沙 410083)

摘 要: 消费既是一个个体性的概念, 也是一个非常复杂的社会化范畴。就个体的日常消费而言, 在某种意义上, 消费体现的是一种社会身份, 而消费自由则是这种身份得以确立的一个根本性的前提, 消费的目的是幸福, 但消费的增长并不能总是促进人们的幸福。

关键词: 消费; 身份; 消费自由; 幸福

毫无疑问, 我们已经进入了一个消费社会, 许多人把个人幸福等同于消费的增加, 甚至有人认为消费即幸福。不可否认, 经济的增长以及相关的就业机会确实需要消费的增长, 庞大的生产性经济也要求我们将消费作为一种生活方式, 而所谓的“幸福生活”也要求我们在不断的消费中寻求我们心灵的满足并试图在消费中证明我们的身份。当然, 在一个民主、文明、进步的社会中, 人们具有消费的自由并能自由地消费是无可厚非的。可是, 消费的增长同时也意味着我们正以一种加速度消费掉我们所生产的消费品。结果是: 我们的“幸福生活”似乎正在损害我们赖以幸福的自然。面对这种现实, 许多人都在思考怎么办? 因为我们不可能不消费。我想我们还是得从身份、消费自由、消费正义等几个方面来反思消费和幸福之间的内在逻辑关系。

一 消费与身份建构

“消费”既是一个看似简单的个体性概念, 也是一个非常复杂的社会化范畴。就其个体性而言, 消费泛指主体受其消费观念的支配, 有目的地购买、消耗和享用各种消费对象的活动。表面看来, 正如马克思所言: “在消费中, 产品变成享受的对象, 个人占有的对象……在消费中, 产品脱离这种社会运动, 直接变成个人需要的对象和仆役, 供个人享受而满足个人的需要……在生产中, 人客体化, 在消费中, 物主体化。”其实, 这只是消费所显现的“肤浅的表

象”。^{[1]6-7}显然, 马克思反对把消费简单地认为就是一种个体行为。更不能把消费仅仅作为一种个人主观意志的行为, 一种不需要与他人合作的纯偶然的为行为。因为“生产直接也是消费。双重的消费, 主体的和客体的。第一, 个人在生产过程中发展自己的能力, 也在生产行为中支出、消耗这种能力, 这同自然的生殖是生命力的一种消费完全一样。第二, 生产资料的消费, 生产资料被使用、被消耗、一部分(如在燃烧中)重新分解为一般元素。”^{[1]8}这可以称之为“生产的消费”。同时, 消费直接也是生产。“生产中介着消费, 它创造出消费的材料, 没有生产, 消费就没有对象。但是消费也中介着生产, 因为正是消费替产品创造了主体, 产品对这个主体才是产品。产品在消费中才最后得以完成。”^{[1]9}可见, 消费是生产的目的, 没有消费, 就无所谓生产。产品也只是在消费中才成为现实的产品, 因此产品不同于单纯的自然对象, 它在消费中才证实自己是产品。消费创造出新的生产的需要, 也就创造出生产观念上的内在动机。因此, 在这种意义上, 消费就不仅仅表现为个体性, 也并不只是“个人的事”和“个人的自由”。消费恰恰表征着一种人与人、人与社会、人与自然之间的特定关系, 体现了人的社会化的一面。正如波德里亚所指出的: 消费是“作为建立在一个密码基础之上的明确意义和交流过程, 实际消费行为能够在其中得以实现并具有应有的意义。在

^① 收稿日期: 2008-05-12

作者简介: 高珊, 男, 湖南双峰人, 中南大学应用伦理学研究中心副教授, 哲学博士, 主要研究伦理学理论、应用伦理学; 李欢, 女, 湖南华容人, 中南大学应用伦理学研究中心伦理学专业硕士研究生。

这里,消费是一种交流关系,而且是一种语言的等同物。”^[2]这样,消费这一表面看来的个体行为,实际上就演变成了特定社会关系的建构方式,甚至是社会身份的建构方式。

关于消费的社会身份建构,我们不得不思考两个层面的问题:第一,消费主体消费什么?第二,消费主体消费多少?前者说的是消费的质的规定,即哪些物可以成为消费的客体,哪些又不能作为消费的客体;后者则说的是消费的量的规定,即消费多少是合理的。在现代社会,商品符号意义的生产是消费文化的重要方面,商品作为消费的对象不仅具有使用价值和交换价值,而且更重要的是具有符号价值或象征价值。这样,商品就变成了消费符号,人们对商品的消费就变成了符号的消费。消费者实际上试图通过这种消费来建构自己的身份,在消费的过程中来获得某种满足和承认。而在消费社会,消费不再受到等级制度的约束,只要消费者有消费能力和支付能力,任何有理性的人都可以最大自由地来追求自己的消费、来满足自己的欲望,人是消费的主体,消费者有着充分的消费自由和充分的消费自主权。消费者在消费中确认自身的价值,他们认为消费者的身份的确认与消费品价格呈正相关关系。在一部分消费者看来,所消费的产品越是高档、名贵、稀缺就越能体现自己的能力和价值。越是经常进出高档消费场所就越能显示其地位和身份。结果,他们在不知不觉中,由消费的主体变成了消费的客体,由人变成了物或成为了物的奴隶,因为他们的消费只是一种虚假的满足和自我身份的陶醉。

二 消费自由及其限度

如果说消费建构了人们的社会身份的话,那么消费自由则是消费者身份建构的一个根本性的前提,而自由消费则是消费者主体性的体现。不可否认,消费自由和自由消费构成了消费者权利的重要方面。一个文明社会,应该保障消费者的消费自由,也应让消费者自由消费。消费自由作为一种权利,我们可以借用以赛亚·伯林有关自由的类型学分析,从“积极自由”和“消极自由”两个层面来分析。前者说的是“免于……”的自由,而后者则是指“去做……”的自由。^[3]

我们先从第一种意义上来看消费自由。根据伯林的观点,消极自由回答这样一个问题:“主体(一个人或人的群体)被允许或必须被允许不受别人干涉地做他有能力做的事、成为他愿意成为的人的那个领域是什么?”^[3]对于消费自由而言,这里有两个

基本的问题需要探讨:第一,政府或社会在何种意义上保障消费者不受他人干涉或强制去进行自主的消费?第二,消费者缺乏消费能力是否意味着他将缺乏消费自由?由于第一个问题具有自明性,本文不作探讨。我们将就第二个问题进行分析。假如一个人确实由于贫困以至于消费不起一块面包、一次入学的机会、一次环球旅行等等,我们是否就可以认为这个消费者就没有消费这个东西的自由呢?显然,这种消费能力的缺乏并不能必然地称之为缺乏消费自由。但是,另外一种情形就不同了,如果是由于社会制度或者其他他人做了某些安排,而据此安排,消费者没有足够的钱去消费这种物品,此时,我们可以说消费者成了一种强制或奴役的牺牲品。比方说,与大多数消费者的实际消费能力不符的高价房。因此,当我们是因为一种不公平的制度安排而处于无力消费的状态时,我们可以说自己的消费自由被剥夺了。在这种意义上的消费自由就意味着不被他人干涉,不受干涉的领域越广,消费自由就越大。

在第二种意义上,消费自由正如伯林所指的“积极自由”,它所回答的问题是:“什么东西或什么人,是决定某人做这个、成为这样而不是做那个、成为那样的那种控制或干涉的根源?”^[3]积极意义上的消费自由就是指消费者是自己的主人,消费者的消费决定取决于消费者自己,而不是取决于外在的强制力。消费者在消费的过程中始终是主体,而不是客体;消费的欲望被理性、有意识的目的推动,而不是被外在的、影响我的原因推动。可以这样认为,积极意义上的消费自由意味着消费者的消费自由建立在理性基础之上,是一种具有自主性和选择性的自由消费。这种消费自由是消费者依据其价值观、幸福观和审美观,自主地作出对产品或劳务的消费效用的评价,并进行最佳选择。

当然,消费自由并不是无限制的为所欲为,消费自由必须有一个限度。因为无限制的消费自由将是一个所有人没有限制地干涉所有人的状态,而这种无限的“自然状态”的自由将导致身处其中的人连最低的消费需要都无法得到满足,要么就是强者压制弱者的自由。“狼的自由就是羊的末日”。^[3]当一部分消费者因为自己拥有消费自由而肆无忌惮地消费名车豪宅、山珍海味、花天酒地,而另一部分消费者则衣不蔽体、食不裹腹,处于饥饿和疾病之中时,前者的自由是否构成了对后者自由的嘲弄和剥夺呢?对于没有消费能力的消费者而言,即使社会给予他们消费自由,他们也无法自由地消费。在这种

有差别的消费中, 关涉到一个社会的消费正义和文明程度。在一个贫富极其分化的社会, 消费的不正义往往和分配不正义有着密切的关系。大多数富人的自由消费恰恰是建立在穷人的消费不自由的基础之上, 也许富人在消费中获得了身份和满足, 但是富人病态消费的示范效应以及这种行为所导致的不正义和相对剥夺感的增加, 其结果可能会出现对富人自由消费的剥夺和社会的动荡。因此, 在这种意义上, 消费自由就不仅仅是一个简单的经济问题, 而是一个复杂的政治哲学问题。进而言之, 即使一个消费群体的消费并未对另一个人的自由和权利构成损害, 但是无限制的消费的增长可能对自然或环境造成损害。比方说, 如果消费者不顾国家的法律规定, 只讲个人的消费自由而消费濒临绝种的野生动植物的行为不仅是不符合消费道德的, 而且该行为本身就是违法的。即使在法律禁止以外的情况下, 消费者的自由消费也还需要根据习俗、传统、文化以及消费道德的具体规定来消费。这就需要消费者在自由消费的同时还要承担相应的消费责任。

总之, 消费自由不仅符合消费主体的健康、自我实现以及自然的可持续发展, 同时消费自由必须以不损害他人、社会、自然的利益为前提。对消费自由进行必要的限制, 实际上是为了自由自身而牺牲自由, 因为除了消费自由, 还有更多与消费相关的价值, 如正义、幸福等等。

三 消费与幸福

最后, 我们有必要再回到最初的问题, 消费的增加是否总是能够促进人们的幸福? 或者说, 在一个社会, 消费者消费更多的奢侈品是否就意味着他的身份在不断地巩固, 他的幸福感也在不断地加强? 根据经济学家和心理学家们的研究, 消费的增长并不总是能增进人们的幸福。美国当代著名学者彼得·温茨认为存在这种情况有两个方面的原因: 第一个原因在于人们不适宜地把他们当前的消费与消费的增加加以比对。“收入增加带来的好处并不总是长期有效, 因为更多的收入又成为比对的新基础。对大多数的人而言, 当比对的做出即便是在指向更为富裕的情况时, 最初的幸福也总是在下滑。”^{[4]375} 当奢侈消费品转化为必需品时, 我们就会认为它是理所当然的, 就不再从中获得快乐。第二个原因在于

人们对自身与他人之间所进行的比对。“来自诸如美国、英国、以色列、巴西以及印度这样一些多元化社会的心理学资料表明, 高收入阶层往往比中产阶层稍微幸福些, 而底层民众往往是最不幸福的。富裕国家中的上等阶层……与更为贫穷的国家中的上层阶级都一样感觉不到满足。”总而言之, 温茨认为, 经济增长所带来的财富总体增加并没有使普遍幸福感得以增强。^{[4]376} 美国另一位著名的伦理学家彼得·辛格通过使用大量的实例表明, 只要是花在奢侈品而不是必需品上的消费都应该被舍弃。^{[5]125} 虽然他说的是“应该”舍弃, 也就是意味着并没有通过强制来限制人们的消费自由。但对于有理性的消费者而言, 我们确实需要认真地反思消费的目的以及消费本身。

亚里士多德认为, 幸福是灵魂的一种合于完满德性的实现活动, 幸福是完善的和自足的, 是所有活动的目的。^[6] 正如罗尔斯对亚里士多德幸福理论的发展, 他进一步认为, 幸福是自给的, 它之所以被选择是由于它自身的缘故。幸福也是自足的, 它使得一种生活真正值得一过。^[7] 显然, 消费是人们实现幸福的一个环节、一种活动, 消费本身并不等于幸福。而幸福是消费的目的, 也是人的目的。

参考文献:

- [1] 马克思.《政治经济学批判》导言[M]//马克思恩格斯选集:第2卷.北京:人民出版社,1995
- [2] [法]让·波德里亚.消费社会[M].南京:南京大学出版社,2001:48
- [3] [英]以赛亚·伯林.自由论[M].胡传胜,译.南京:译林出版社,2003:189-192
- [4] [美]彼得·S·温茨.现代环境伦理[M].宋玉波,等,译.上海:上海人民出版社,2007.
- [5] [美]彼得·辛格.对世界贫困问题的解决[M]//[美]詹姆斯·P·斯巴特.实践的道德.程炼,等,译.北京:北京大学出版社,2006
- [6] [古希腊]亚里士多德.尼各马可伦理学[M].廖申白,译.北京:商务印书馆,2003
- [7] [美]罗尔斯.正义论[M].何怀宏,等,译.北京:中国社会科学出版,1988

(责任编辑:徐 蓓)

"describing one's real feelings", advocated the style of "readability and fluency" and held that different literary writing has different taste, which meet the aesthetic rule and have great reference value for current literary writing and research. XU Jun was a worshiper and practitioner of Chinese culture. XU Jun's literary views come from ancient Chinese literary theories but he is quite commendable for his foresight when making his choice from a broad array of Chinese literary theories.

Key words XU Jun, "clinging to the ancient, ignoring the present"; charm; "readability and fluency"; literary theory

(4) On GUO Mo-ruo's Theory about Historical Play

ZHAO Yan-qiu (019)

College of Humanity, Hunan Normal University, Changsha Hunan 410081, China

Abstract GUO Mo-ruo is one of the advocators who put forward the Marxist theory of historical play with Chinese characteristics. In the relation between historical play and history and reality, he advocates displaying the historic reality by using the past to allude the present. In the creation of historical play, he lays emphasis on writing the necessity of history seeking approximation when historical truth cannot be got. GUO Mo-ruo pays much attention to social tragedy, appeals to giving full play to the education function of tragedy, and holds that tragedy can be written even in the socialist period.

Key words GUO Mo-ruo, historical play, historical reality, seeking approximation when historical truth cannot be got, social tragedy

(5) Social Sanctions and Their Correction Function

LIU Yao-huai, CHEN Yan-lin (023)

School of Public Administration, Suzhou University of Science and Technology, Suzhou Jiangsu 215000, China

Abstract If a member of society makes some deviant behaviour against social norms, he will bear a certain social sanction. By punishing and remedying the captured deviate individuals, social sanction compels them to repent and admonishes and educates the deviate individuals who are not captured. As a result, the reoccurrence of impermissible behavior can be prevented.

Key words deviate behavior, deviate individual, social sanction, correction

(6) Consumption, Identity, Freedom and Happiness

GAO Shan, LIHuan (027)

Center of Applied Ethics, Central South University, Changsha Hunan 410083, China

Abstract Consumption is a concept of individuality as well as a very complex social category. An individual's everyday consumption, in a sense, reflects a sort of social identity. The freedom of consumption is the fundamental prerequisite for this sort of identity to be established. Happiness is the purpose of consumption, but the growth in consumption can't always promote people's happiness.

Key words consumption, identity, consumption freedom, happiness

(7) A Brief Discussion about the Support Role of Christian Ethics to the Operation of American Democratic System

NING Ling-ling (030)