

生态时代消费问题的中国方案

——读《自然之境:“消费—生态”悖论的伦理探究》

建设生态文明,必须在节约能源资源和保护生态环境方面形成相应的产业结构、增长方式、消费模式。消费是“人的本质”的表现和确认,也是人的本质不断升华、不断发展的重要条件。此前全球金融危机的一个深刻结论是,传统消费模式是一条资源环境难以支撑的“负重之路”。因此,转变经济发展方式和消费方式成为当下生态文明建设的重要环节。曾建平教授所著的《自然之境:“消费—生态”悖论的伦理探究》(中国人民大学出版社2018年版)一书,作为国家社会科学基金重点项目《“消费—生态”悖论的伦理学研究》的终结成果获得“优秀”等级鉴定,它以“消费—生态”悖论为逻辑起点,以“消费—生态”之间的张力与人类文明的历史演变的关系为研究基础,以伦理审视生态时代的消费问题为研究重点,以消费方式生态化的价值诉求为研究核心,探寻“消费—生态”悖论的化解之道。该书视角独特、思想深刻、论证严谨、逻辑缜密、阐释规范、语言优美,从理论上和实践上展开了富有创新的探讨,为生态时代消费方式异化问题提供了一份具有理论意义、现实价值和未来远见的中国方案。

首先,该书在综述以往国内外学者关于消费方式与生态关系研究的基础上进一步分析消费方式生态化的必然性和可行性。从马克思恩格斯的视野、国外学者视野、国内学者视野三个方面梳理“消费—生态”悖论的相关研究;沿着消费—消费需要—消费人、生态—生态需要—生态人的主线,对消费需要、生态需要、消费者主权、消费者责任等概念进行辨析;从探讨消费方式生态化与生态文明之间的关系入手,探讨“消费—生态”悖论的多维内涵和伦理意蕴。

其次,该书从历史的宏观视野分析了“消费—生态”悖论与人类文明的更替。从人类文明经历的三个阶段即渔猎文明、农耕文明、工业文明入手,分

析消费伦理文化对人类文明进程的深刻关联和内在影响。出现在人类文明初期的渔猎文明以狩猎、采集为主要生产活动,生产力水平低下导致人类为了维持自身生存只能进行一种弱生存型、原生态型、群居型的原始消费方式;伴随着生产力的发展,农耕文明时期的人类改造自然的能力逐渐提高,由食物采集者向食物生产者转变的人类开始了向基本生存型、生态依赖型、分散型的农业消费方式转变;工业革命不仅提升了人类的物质生产能力,而且把人类带入到发达的工业文明,人类摆脱了物质匮乏的束缚,开始按照自己的意愿和需要选择享受型、发展型的消费方式,然而,在丰盛物质的支撑以及科技万能的鼓吹下,率先进入工业文明的资本主义社会出现了由消费主义价值观倡导的奢靡享乐型、生态破坏型的消费方式。

再次,该书围绕着问题审视、案例分析两个方面深入分析了生态时代的消费问题及其本质。伴随着工业化进程的推进,当今社会的发展理念、生产方式、文化制度等消费环境因素发生改变;消费主体的结构、需要、地位也在改变,社会关系呈现物化、抽象化;倡导“主客二分”的现代主体观念形成“多消费、少积累”的消费主义价值观并使当代消费方式出现了浪费性、炫耀性、一次性、享受型等异化现象。该书从消费方式异化的伦理辨析、消费结构失衡的道德风险、消费取向偏颇的价值调节三方面入手,剖析了“消费—生态”悖论的当代镜像;从宰杀动物的道德边界、交通出行的伦理维度、家居生活的理性抉择、公共消费的价值视域等方面,对“消费—生态”悖论进行了现实的实例分析。

又次,该书从悖论超越、价值诉求两个方面对消费方式生态化的当代建构展开了富有创新性的独到分析。消费方式生态化作为生态文明的内在要求,是解决当今社会消费方式异化所引起的生态危机的必然选择。消费与文明之间存在的内在互通关

系作为破解当代消费方式异化与生态之间矛盾的关键,使消费方式生态化的当代建构成为可能。该著从主体文明的视角探讨了消费与个体幸福的关系,从社会文明的视角探讨了消费与社会进步的关系,从生态文明的视角探讨了消费与自然和谐的关系,从而实现了现代社会中存在的消费主体通过消费主义追求幸福的这种内在于消费主体自身缺憾的悖论的超越。通过变革消费主义张扬的高碳消费、奢侈消费、低俗消费等反伦理、反生态的消费方式,建构“合度”、“合宜”、“合道”的消费方式,最终,从消费的经济合理性、生态合理性与伦理合理性角度探寻了消费方式生态化的价值诉求,形成了有利于生态文明建设的低碳、绿色、文明的消费方式。

最后,该书从政府、企业、公众等三个行为主体入手,探析不同主体应当践行的生态消费伦理准则,为“消费—生态”悖论找到了化解之道。党的十九大报告强调,推进资源全面节约和循环利用,实施国家节水行动,降低能耗、物耗,实现生产系统和生活系统循环链接。倡导简约适度、绿色低碳的生活方式,反对奢侈浪费和不合理消费,开展创建节约型机关、绿色家庭、绿色学校、绿色社区和绿色出行等行动。以资源节约和环境友好为实践取向的消费方式生态化成为实现新时代中国特色社会主义循环、绿色、科学的发展方式和生活方式的必然要求。该书以政府、企业、公众为破解“消费—生态”悖论的行为主体,以生态消费伦理理念为指导,以建设生态文明为旨归,以实现美丽中国为目标,从政府之职、企业之职、公众之行三个方面实现消费方式的生态化、文明化、科学化。

通读《自然之境:“消费—生态”悖论的伦理探究》一书,我们能够突出地感受到如下特色:

一是视野宽广。该著作从历史和现实相关照、理论和实践相结合、中西方伦理文化相融合的角度,多层次多时空地对生态时代消费方式的问题进行了有益的探讨,首次试图全面阐释“消费—生态”悖论,揭示生态伦理、经济社会发展、消费方式之间的内在关联,对生态消费伦理观开展了富有创新的理论探讨。该著理论基础厚实,分析问题深入,洞察矛盾敏锐,解决办法科学,把握未来准确,因而,其研究结论和相关措施可靠、可信、可行。

二是视角独特。该著从消费与生态的悖论关系入手,揭示消费方式异化与生态危机、消费方式生态化与生态文明之间的内在关联性,并结合国内外研究的前沿成果与我国现阶段的具体国情,紧扣国家在消费和生态战略层面的宏观举措,提出适应生态文明建设需要、体现生态消费伦理理念和中国特色新型消费模式的发展战略,以政府、社会、公众、企业为主体,通过“自上而下”与“自下而上”双向贯通的实践路径,推进消费方式生态化在我国的构建。整部著作观点正确,论证深入,材料丰富,案例生动,其视野、观点、方法均体现了马克思主义基本立场和价值取向,且具有独到之处,是一部研究生态时代消费方式生态化的力作。

三是思想新颖。该著提出,人类内在的消费价值诉求,构成了消费方式生态化可能的伦理根据,这主要是“合是”、“合度”、“合宜”、“合道”。消费之“合是”,即要求人们本真消费,面对真实的“人”之本性,人的生存与发展始终贯穿着“消费是什么,人的消费是怎样的,怎样的消费才是真实的、本真的”这样一个主旨;消费之“合度”,就是要求人们低碳消费,是应然生活逻辑作为一种较为根本的处理消费问题的方式;消费之“合宜”,即要求人们绿色消费,捍卫生命本色的消费理念,是生态限度的内在要求;消费之“合道”,即要求人们文明消费,文明消费即是现代文化嫁接天人之道,实现作为自然之子与万物之灵合体获得自由的道德律。这些富有创见的思想观念是该著最为值得称道之处。

总体而言,《自然之境:“消费—生态”悖论的伦理探究》一书是作者在长期关注和研究生态与消费相关问题的基础之上针对生态时代消费方式异化的现实问题展开的富有创造性的理论研究,具有重要的学术价值、现实意义和咨政作用。其创新之处主要是,在学界首次提出“消费—生态”悖论的概念并做出界定;从伦理学角度分析当前消费问题的学理缘由;从学理上深刻证明合理的消费方式既是主体文明的显现,又是社会文明的表征,也是生态文明的标志;从哲学角度提出应对不合理消费方式的价值诉求是“合是”、“合度”、“合宜”、“合道”;从对策方面提出消费主体要树立科学消费观,消费客体要优化消费结构,消费方式要促进消费生态化。(李琳 山东理工大学马克思主义学院讲师、博士)