



首页 → 学术文章 → 环境伦理

何小青：生态伦理与绿色消费

摘要：从深层意义上说，生态危机源于人类的心态危机，即人类日益膨胀的物质欲望，因而环境保护在本质上是一个道德伦理问题。解除生态危机，一个很重要的途径是从生态伦理层次上转变人们的消费道德观念，而绿色消费则是人类对自身消费行为进行深刻反思后的理性选择，它将人类的消费行为限定在不破坏生物圈的良性循环之内，因而包含着深刻的生态伦理意蕴。它一方面符合人与自然和谐统一的伦理价值取向，有利于提高生命质量，促进生态环境与社会的可持续发展；另一方面，也有利于促进全球范围内的消费公正，体现更广泛意义的人类大同理想。

关键词：绿色消费；可持续发展；生态伦理；消费公正

从一定程度上说，一部人类社会发展史就是人类的欲望（主要是指物质欲望）不断产生又不断满足的历史，而欲望的产生与实现又是通过生产、交换、分配、消费这一过程来完成的。其中，消费作为社会再生产的重要环节，其消费方式、消费结构以及消费的伦理价值取向在很大程度上受社会生产力水平、社会制度、民族传统、社会道德的制约。经过了近代工业文明的高消费、超前消费和盲目消费及其所造成的巨大负面效应之后，人类在20世纪后半叶产生了绿色消费和适度消费的观念，并掀起了绿色消费的运动和浪潮。这是人类对自身与自然界关系理性思索后的重新定位，因为人类与自然的关系，从某种意义上讲即是人类的消费行为，消费方式对自然界的开发、利用或破坏的关系。那么，如何界定绿色消费的生态经济伦理意蕴，其伦理价值取向又有什么积极的意义，本文就此作些探索。

一、绿色消费观念的产生——消费误区、生态环境恶化促使人类进行道德伦理的反思

20世纪以来，随着工业革命与科技革命的发展，环境污染、生态失衡问题日趋严重。据统计，全球每年因荒漠化丧失的土地相当于一个斯里兰卡，每年约损失230亿吨表土，每年消失近5万种动植物。而工业革命以前的2亿年中，平均每年只有一种物种灭绝。此外，人类每年消失4000平方公里的森林，每年有2%的洁净饮用水水源被永远破坏，每年约有2.8亿人沦为环境难民。[1]在资源的消耗上，据统计，自1939年以来全世界所消耗的资源比第二次世界大战爆发前的整个人类历史所消耗的总量还多。翻开历史，我们看到，曾经盛极一时的古巴比伦文明、玛雅文明无可挽回的衰亡了；曾经是生命绿洲的非洲撒哈拉，已成为当今世界最大的不毛之地。

造成当今环境恶化与全球生态危机的原因是多方面的。表面上直接的原因，是建立在工业革命基础上的经济活动和科学技术发展所带来的负面作用改变了人类的生存环境和人类自身。科学赋予人类巨大的智能和力量，但它在给人类带来前所未有的物质文明的同时，也带来了资源的过度开发和浪费，造成了环境污染和生态破坏。但真正深层次的原因，生态危机源于人类的心态危机，是由于人类日益膨胀的物质欲望造成的，或者说是人类消费需求增长而引起对自然的过度开发而造成的。长期以来，人们把社会发展直接等同于经济发展，在这种理论支配下，人的价值观念发生了偏离，即重物尺度，轻人尺度，对经济价值、消费享受的过度追求，必然导致人类走入消费误区。在西方国家，一度受消费主义观念的影响，人们把能够高消费、多消费和超前消费的行为视为正当和善行，在道德上给予肯定性的评价。那些消费大量物质财富的人，受到社会的尊敬和羡慕；消费能力的大小、水平的高低成为判断善恶是非的标准，高消费不仅象征了消费者本人的体面和经济地位，也表明他们拥有的荣耀、价值和尊严。因而人们不是为需要而消费，而是为地位、为虚荣而消费。“他们在商品中识别出自身，他们在他们的汽车、高保真音响设备、错层式房屋、厨房设备中找到自己的灵魂”。[2](P105)人们简单地以物质欲望的满足为生活内容，从而成为“拜物主义”的“单面人”。正如弗洛姆所言：“现代人具有贪婪地占有和使用新物品的欲望，并理智地认为这种贪婪乃是自己所向往的一种更美好的生活体现。”[2](P105)近代社会虽然赶走了禁欲主义的魔咒，却打开了享乐主义的潘多拉魔盒。消费上的盲目攀比、竞争、物欲横流使“文明”的西方社会积重累累。

消费和人的真实需求完全失去了联系，甚至消费变成了一种异化消费，这在20世纪末的中国也一度成为时尚。20世纪最后的20年，经过改革开放，刚刚告别经济短缺、消费紧缩时代的中国人似乎也患上了“消费饥饿症”（专家把由于社会消费基金的增长超过国民收入增长而引起的畸形消费行为称为消费饥饿症），陷入了狂热的病态消费中。短短十几年，一部分腰包鼓起后的中国人，艳羡西方国家早已抛弃的靡靡生活方式，似乎一夜间悟出了人生的真谛：享受。更有甚者，一些经济学家一叶障目，为畸形消费推波助澜，鼓吹“消费有效论”，把消费对生产的促进作用无限夸大，超前消费成为时

尚,能挣会花、一掷千金成了英雄,节俭则成了小农意识的代名词。人们挂在口头上的口号是“花明天的钱,圆今天的梦”,不负责任的非理性消费带来了种种恶果。大量生产—大量消费—大量废弃的生活方式是造成环境恶化的主要根源。消费需求的不断增长必然导致生产规模的扩大,而生产规模的扩大则依赖于更多的资源和更好的环境,自然界就这样成为人实现自身利益的对象,正如圣雄甘地所说的一句话,“地球可以满足人类的需要,但无法满足人类的贪婪”。人们可以为了满足食欲而吃掉大量的珍稀动物,为了头上一顶帽子而去捕杀大量鸟类,为了私利而向环境抛弃大量的大大超出环境吸收与分解能力的废弃物等等,人类正是通过自己的非理性的消费行为侵蚀和破坏了自己的生存基地。正如恩格斯所说:“我们不要过分陶醉于我们对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利,自然界都报复了我们。”[3](P517)古代国家灭亡的标志不是生产过剩,而是达到骇人听闻和荒诞无稽的程度的消费过度和疯狂的消费。

二、绿色消费的生态伦理价值

基于对人类现状和未来的深度忧思,20世纪下半叶以来,一些有识之士,包括政治家、经济学家和伦理学家纷纷提出要倡导采用更科学、更合理的生产和生活方式,抑制日趋蔓延的消费主义风习。绿色消费、适度消费的观念应运而生。英国《绿色消费指南》一书出版后受到公众的欢迎,我国也翻译出版了“绿色经典”文库,柳树滋所著的《通向21世纪的绿色道路》以及曹风中、马登齐主编的《绿色的冲击》竞相宣传绿色产品、绿色消费的观念,许多专家、媒体在消费模式与可持续发展问题上也以引导消费者进行绿色消费为己任。以绿色消费为特色的崭新的消费观念正日益深入人心,成为一种新时代的消费伦理价值观。

绿色消费的主要特点是:人们不再以大量消耗资源、能源的方式来求得生活的舒适,而是为保障舒适生活的持久稳固,自觉地节约资源和能源,公众在决定是否购买某种商品时,会越来越多地考虑环境和利益。因而绿色消费是一种无害于环境和人类的高层次的理性消费,它既不同于享乐主义的过度挥霍性消费,又区别于苦行僧或禁欲式的单一消费和消费不足,具有深刻的生态伦理意蕴。

第一,绿色消费是一种可持续消费,有利于促进生态环境与社会的可持续发展,达到人与自然的和谐统一。

消费的可持续性主要指当代人满足消费发展需要时不能超过生态环境承载力的限制,消费要有利于环境保护。人类对地球的影响既取决于人口的多少,更取决于人均使用或消费能源及其它资源的多少,这种承载力极限取决于自然系统自身的更新或废弃物的安全吸收,一旦生态环境承载力被破坏,消费也就没有了可持续性,人类社会的可持续发展也就成了一句空话。因为在自然界母体中孕育的人类一直生活在环境的摇篮之中,人是自然发展的产物,人离不开自然环境的哺育。恩格斯说得好,应该记住:“我们连同我们的肉、血和头脑都是属于自然界,存在于自然界的”。[3](P518)人类能否找到与自然和谐共处、协调发展的办法呢?这个问题已成为与世界上每个人息息相关的全球性问题。生态伦理认为,包括人类在内的所有生物物种都是自然的产物,它们共同组成富有生机的地球生态系统。人是万物之灵,但并不表明人比其它生物物种在价值和权利上更优越,人与其它物种的差异只是大自然在漫长的进化过程中产生的分工差异,在大自然面前,所有生物的地位是完全平等的。正如英国哲学家莱昂波特所言:应“把权利的概念从人类伦理学中扩充到大自然的一切实体,一切过程中去。山川树木,鸟兽鱼虫,它们也有生存、繁殖的权利”。[4]据专家论证,如果没有人,地球生态系统照样运转,但如果没有了植物、昆虫,或没有了微生物,人类却至多只能生存一个月,因此,人类更离不开其它生物。

人类把自己凌驾于其它生物物种之上或无视其它生物物种的生存权利,就是在摧残自己生存和发展的根基。人类行为造成某些物种灭绝,不仅违背了人与物之间的公正原则,本质上也是对人类未来利益和整体利益的严重侵犯。

绿色消费则顺应了人与自然、社会经济发展与自然环境协调发展这一趋势。绿色消费要求在承认并尊重生物和自然界价值的基础上,承认并尊重生物和自然界的生存权利,把人以外的其它生物当作人类的朋友和伙伴,与它们共享地球与生态资源,以维持人与其它生物的共同生存,促进整个地球的生态系统的平衡,从而改变“人类中心论”、“万物皆备于人”的传统观念,重新确立人对自然的道德准则,把了解、尊重、爱、友谊、责任、权利与义务等等运用到改造自然的活动中,真正达到生态环境与社会的可持续发展。

可持续发展的提出可以说是人类价值观、发展观的一次深刻的革命。在一定程度上,可以说是环境保护的压力与经济增长的动力两种力量相妥协或矛盾的统一。经济发展与道德伦理进步的不平衡性在一定时期总是伴随着人类的生活,如何用伦理道德来套住由于经济发展而激发出来的人的灵魂深处的“私欲”,用道德的活力来涵化人性、约束人的非理性行为是文明发展的需要。良好的生态环境既是人类生存繁衍和社会发展的基础,也是社会文明发达程度的标志。马克思说:“个性的比较高度的发展,只有以牺牲个人的历史过程为代价。——因为在人类,也像在动植物界一样,种族的利益总是要靠牺牲个体的利益为自己开辟道路的。”[5]倡导绿色消费,克制不合理的消费欲望,学会尊重自然、保护自然,将人类与自然融为一体,有利于人类形成可持续发展意识,有利于维护和实施与可持续发展相关的制度,最终有利于人类社会的进步与发展。

第二,绿色消费是一种理性消费,有利于人类走出享乐主义等消费误区,提高生命质量,促进人的全面发展。

社会主义的根本任务是解放生产力,发展生产力。随着经济的发展和人们收入的增加,不断改善人们的物质生活水平,提高人们的消费水平,这是符合生产发展的逻辑的。因此,消费对生产来说是目的,对生活来说是满足人的需要的手段,但如果把消费仅仅归结为目的,就会失去消费的道德性,使人变成自私自利的享乐主义者、拜物主义者、拜金主义者,

这同样有悖于社会主义道德观念和道德价值,最终影响或降低人类的生存质量。消费的目的应当是人的全面发展,它的全部内容应在于把人类作为发展主体,以人的全面和谐发展为理论依据,以改善和提高人的生活质量为实现条件,以人的素质提高和能力发挥为最终目的。

如何评价合乎理性和道德的消费行为,可以从三个因素来分析:第一,个人的消费行为和内容是否有益于人的身心健康,是否符合人的全面发展的需要。第二,个人的消费目标和利益的实现是否损害他人的目标和利益的实现,即一个人的消费行为有没有妨碍他人的学习、生活、健康和安全,损害他人利益的消费行为就是不道德甚至是不合法的行为。第三,个人的消费行为是否败坏社会风气,损害社会利益,影响社会风尚。和上述诸因素相联系,我们可以看到,首先,绿色消费与适度消费紧密相连,是与现阶段生产力状况和社会经济发展相适应的,因而更符合道德原则与审美意识,有益于社会、环境的和谐,有益于人的身心健康。其次,绿色消费注重生态价值导向,反映了随着“文明病”的出现,人们对生态生活的追求,这也是人类健康生存、自由发展的前提和基础,因而符合人类本性和人的全面发展需要,使我们的生命更具质量和意义。再次,相对于物质型消费和精神型消费而言,绿色消费更注重精神型消费的比重。因为人的精神、灵魂等心理建构会促使人类在生命的更高层次上提升自己。我们的生活目标不应该是越来越高的物质享受,而应该是更高的道德水平,更高的文化素养。消费应成为人类“一种有意义的、有人情味的、创造性经验”。[6]在这个层次上,绿色消费的口号是:“提高生活质量,实现自我超越”。美国一位学者曾指出:高消费是一种不快活的追求,如生活在20世纪90年代的人比世纪初他们的曾祖父辈的生活富裕了三倍半,但他们并不感到快活了三倍半。因而“意识形态的转变主要是朝着提高生活素质的转变,而不是追求不断提高的生活标准”。[7]

第三,绿色消费是一种公平消费,有利于促进全球范围代内消费与代际消费的公正与平等,体现更广泛意义上的人类大同思想。

消费公正指消费主体在消费自然资源和物质资料时应充分考虑到其它消费主体的消费权益,考虑消费活动对自然的影响。消费公正应该包括代际消费公正与代内消费公正两大层面,不公正的消费行为理应受到伦理的谴责。

就代内公平而言,在自然面前,人类是一个利益共同体,所有人,尽管国籍不同,种族不同,民族不同,但在“只有一个地球”问题上都是平等的。因而要求国与国之间,人与人之间应以一种平等公正的关系共同履行对地球的责任,不能单纯从一己私利出发,对生态资源进行破坏性开采和利用,损害人类共同的、长远的利益。而现实中,资源、环境、消费的不平等现象十分严重,占世界少数人口的发达国家却消费着世界上绝大多数商品,享受着世界上绝大多数的能源和资源。据统计,美国人口不足世界的5%,却消费了占全球25%的商业资源,排放出25%的温室气体。发达国家只占世界人口总量的1/4,消耗的能源却占了世界人口总量的3/4,木材的85%,钢材的72%,人均消耗量是发展中国家的9—12倍。与此同时,工业化过程中大量排放的工业废料,有毒物质和气体造成了全球的温室效应,臭氧层破坏,导致全球生态退化量高达3/4。[1]相比之下,占世界人口80%的发展中国家却只消费着世界20%的能源和资源,享受着20%的商品和服务。联合国粮农组织发表的《2000年粮食与农业状况》报告说,目前全世界仍有8亿人处于饥饿状态,而这些人绝大多数属发展中国家。[8]据统计,40年前,穷国与富国的人均收入差别是1比30,1990年为1比60,现在则是1比74,这是极不公正的。一旦贫富差距超过社会的实际承载能力,就会干扰现行社会的正常运行,破坏社会的稳定。

绿色消费承认所有人,所有国家或民族享有平等的开发、利用自然资源的权利与自由,倡导“关心他人,发展自己”,引导人们健康消费、合理消费,这对于消灭世界范围内的消费不平等,促进消费公正具有重要意义。没有相对公平消费的社会犹如一艘航行中严重倾斜的轮船,是不可持续的,发达国家应检讨它对人类环境、生态和资源造成的不可逆的灾难性后果。

就代际消费的公正与平等而言,生态伦理认为,人类要在地球上生存、发展、繁衍,就要充分考虑子孙后代的利益,可持续发展的内涵就是当代人在满足其需要的同时,不能对子孙后代满足其需要的能力构成威胁,因为我们并非从父辈那里继承了地球,而是从后代人那里借用它。当代人应尽可能给后代人留下更广阔的生存和发展的条件和空间。另一方面也要注意当代人的合理权益,如果因照顾后代人的消费而消极克制当代人的消费,也会由于消费需求的不平等而扼杀当代人在环境开发与利用上的能动性,重新使人沦为环境盲目性的奴隶。

绿色消费承认后代人与当代人享有平等的生存与发展的权利,要求我们在进行生活消费时,以维持整个人类的长远生存利益和根本利益为道德准则,保障后代享用能够持续生存下去的自然环境和资源。这是当代人自觉意识不断提高、忧患意识不断增强,立足当代、放眼未来的明智之举。

消费观的革命,从深层次意义上是道德伦理的革命。反思人类历史,人类文明经历了采猎文明、农业文明、工业文明、后工业文明四个阶段,人类对自然的态度也从依赖自然—改造自然—征服自然—善待自然地改变着,每一时代的伦理无不打上特定时代的烙印,而文明的每一次进步都唤醒了人类内心深处的动物性,是人类本性的回归。如果说,哲学、伦理是在对“人与自然”问题的不断思考中得以深化,而社会则是在这种反思中评价并选择其发展模式以实现人类社会的进化。

绿色消费作为一种全新的生态经济伦理观念及其实践,是与人类经济、环境、社会的可持续发展要求相一致的,它所倡导的消费方式、消费理念、消费结构不仅符合自然本性,符合社会经济发展要求,也有助于个人的自由全面发展。当代社会,人类将用理性的、生态的眼光重新审视自己的行为,采取符合生态的方式进行生产与消费,绿色生产、绿色消费、绿色管理将全面发展。绿色的春风会吹遍全球,正由于有了这场绿色革命,人类的前景才会更美好。

参考文献:

- [1] 刘长明,苏宝梅 对节欲的伦理解读与经济评价[J].社会科学辑刊,2001,(3)
- [2] 刘京 异化消费和生态革命[A].中国人民大学马克思主义学院 新时期思想理论教育探索[C] 北京:中国人民大学出版社,2001
- [3] 马克思恩格斯选集(第3卷)[M].北京:人民出版社,1972
- [4] 王梓坤 九十年代前沿科学新视野[M].北京:北京出版社,1990 206
- [5] 马克思恩格斯全集(第26卷)[M].北京:人民出版社,1979 125
- [6] 赵玲 消费的人本理念[J] 学海,2002,(3)
- [7] 张华夏 现代科学与伦理世界[M].长沙:湖南教育出版社,1999 12
- [8] 明智 对深层生态伦理的两点思考[J] 咸宁师专学报,2001,(1)

转自当代文化研究网: <http://www.cul-studies.com>

中国社会科学院应用伦理研究中心
北京建国门内大街5号 邮政编码: 100732 电话与传真: 0086-10-85195511
电子信箱: cassethics@yahoo.com.cn