Globethics Repository



虚拟享用：伦理辩护与批判[virtual enjoyment： ethical defense and critique]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	宴, 辉
Publisher	中国社会科学院
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-13 12:14:21
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182369

晏辉：虚拟享用：伦理辩护与批判

晏辉

虚拟享用：伦理辩护与批判

晏　　辉

[内容摘要]虚拟享用是人在需要及其满足方式上的一个重要环节，同时也是一种心理机制和实践行为。借助虚拟享用人的占有、显现和创造的欲望被极大激发起来，从而使人的生活世界变的丰富多彩，提升人的幸福感。但虚拟享用却是一个悖论性的存在：在使人的各种需要得到满足的同时，可以使个体同自然、社会和自己和谐相处；也可以使人的占有、消费和炫耀的欲望得到神圣的激发，以致超出同代和代际规定给它的伦理界限，造成奢侈和浪费。虚拟享用本身无善恶之分，但虚拟享用的实现方式却有好坏之别，关键在于社会给出的是一种何种样式的设置。资本在世界范围内的运转是我们直观到的一个基本事实。本质上，资本并不是简单的商品和货币，而是一套复杂的社会设置，资本原本是在追求快乐与幸福的推动下、在商品 -货币设置的保障下、在科学技术的支持下而被发动起来的，然而资本这辆战车一旦被发动起来，便沿着属于自己的运行轨迹前行，它靠着自己强大的惯性把人们带入一个不知疲倦地生产 -消费、再生产 -再消费的境地，生产 -消费、再生产 -再消费的运行逻辑使人来不及考虑消费的合理边界。分析资本的运行逻辑，考察虚拟享用的运行机制，指明一种引导虚拟享用朝着合理方向发展的社会安排，是本文的核心任务。

[关键词]　需要　　欲望　　虚拟享用　　资本　　时尚　　制度安排

虚拟享用何以可能与如何可能：一种现象学考察

需要、欲望和虚拟享用是密切关联的范畴，其间具有起始于需要、中经欲望而生发虚拟享用的演进逻辑。为着把握虚拟享用的实质以及它与需要和欲望的关联，我们暂时将引发虚拟享用的社会设置和环境悬置起来，直面需要、欲望和虚拟享用本身，借以现出它们的本真状态，这是一种现象学的方法，对理论研究来说，这是可能的也是必要的。需要、欲望、需要意识是相互关联但却有区别的概念，有学者未加区分视为同一个范畴。此种思路可能导致两种逻辑结果：一是把需要、欲望和需要意识视为实体范畴，继而把价值看作是完全物质化、量化、可计算的　成分　，结果取消了价值的主体性即意义内涵，取消了人类活动的基于生物性（物质性）之上的社会性和精神性特质。事实上，快乐与幸福的质量与物质财富的积累不是亦步亦趋的关系，人可以在少量的物质财富中创造并体会出许多意义来。二是把需要归结为主观性的欲望和需要意识，视价值为主观体验，使价值成为无法衡量、不可让渡的　主观效用　，这种逻辑的极端形式有可能是将一些虚假的、过量的、奢侈的需要意识或欲望视为合理的存在，从而使需要越过了身外的自然、人自身的自然规定给人的界限。事实上，需要与需要意识（欲望）是不同的。需要是指生命的一种存在状态，表现为不足、匮乏、释放的状态，以及由此造成的由外向内、由内向外的摄取和外化的指向。当生命机体经验到这种状态和指向时，就会形成一种需求。人在把有边界的需要变成需求、欲望这些需要的主观状态时，常常使原本有边界的需要变成了倍加的、日益膨胀的心理能量，加之人有一种在现实满足需要之前预先满足的特质，这种预先满足乃是一种想象体验，而非真实体验，会加诸一些少有的或根本没有的成分，这种想象满足又一次扩张了需要的原初广度与力度。澄明需要的存在论层面与认识论层面的区别与关联，旨在揭示人是如何使需要从有边界的存

在变为无边界的欲望的，以及由此引发的一系列问题的。

需要与需要意识或需要感是不同的。人与人以外的生命物质一样，只有与外界进行物质、能量与信息的交换，才能使自己存活下去。这是自然界给有生命物质规定的限制，自然界中的一切事物都不能超出自然规定给它们的界限。其一，人不但处在不足、匮乏、摄取、释放的状态，而且处处感受到这种状态，并把这种状态置于思考之下。感受到了的、且作为表象存在的不足、匮乏和释放的状态就是需要感或需要意识。观念的或表象化的存在一定与存在本身有所不同， 观念的东西不过是移入人脑并在人的头脑中改造过的物质的东西而已 。但毕竟经过了移入的过程。经过移入和改造，不足、匮乏和释放变成了脱离原初状态的观念存在，观念的存在可以在观念的范围内被重新分解和组合。因此，通常说来，需要感或需要意识总比需要本身来得多样化和强烈。而这种结果是靠了人的理智作用。其二，理智使需要的殊多化成为可能。它把人的需要按照由低到高编排成由物质需要进达精神需要的序列；根据环境的变化和自身的偏好作出策略最优选择，见出优势需要和次优需要、首要需要和次要需要的序列。同时，理智试图为殊多化的需要找到多样化的满足方式和手段。同一种类型的需要因满足方式和手段不同，体验也就有别。满足需要之手段的多样性与需要的殊多化之间具有对置性的关系，经过理智 特殊处理 了的需要便以表象的方式存在着，需要演变成了具有心理取向的偏好和趣味，急需得到满足的似乎不是需要本身而是具有主观色彩的 主观意见 了。 趣味和用途成为判断的标准，因为需要本身也受其影响。必须得到满足的，终于不再是需要，而是意见了。 （1）由于存在着可以将需要转变成表象式的 主观意见 这样的机制， 主观意见 便可以超出需要的限制，或集中或分散地存在着。 主观意见 更显心理的、主观的倾向，具有明显的定向机制，我们称之为 欲望 。 欲 就是想，而 望 便是期待、期盼； 欲 起于心意以内的由己性，而 望 则期盼某种东西快速到来。欲望总是针对某类或某个需要，而不是所有的需要，尽管各种需要在人的身上同时存在着。 需要的殊多化就包含着对情欲的抑制，因为如果人们使用多数东西，那么他们对任何一种可能需要的渴望心理，便不会那末强。这就表明需要本身一般说来不是那末迫切的。 （2）欲望与需要有所不同，需要是非自足性存在物的一种不足、匮乏和需要释放的状态，无论是否感受着它，它都是客观存在的；而欲望在则把这种不足、匮乏和释放引致到外界，使它指向某个东西，但这些东西到底是何物，还是模糊的；欲望又与虚拟享用不同，欲望尚未把某个或某类东西具体化到某个确定的价值物，进言之，它还没有进到把价值物与需要关联起来的程度，更没有达到因享用某个价值物而体验快乐、幸福、失望和不幸的程度，在欲望的领域里，需要、手段和价值物还是分离的，尚未构成一个整体的运动，而虚拟享用则不同，它在想象的基础上，把与需要的满足相关联的诸多要素构成了一个整体的和连续的运动，更重要的是，它使需要者置身于由于享用而带来的各种体验当中，尽管这种体验是想象的，而非实际上的。因此，虚拟享用更相关于由于不足和匮乏的解除而带来的快乐感、幸福感或失望感和痛苦感。满足感是虚拟享用的直接后果，当然这种满足感是想象出来的，而非实际的，因为它未使任何价值物发生变化，发生变化的是人的内心世界，而非实际上的人与物的关系。

匮乏感与满足感是人的体验历程的两个端点：起于匮乏而止于满足。满足是需要的解除，是新的匮乏的起始。满足的心理表现形式是舒适，追求舒适是人的终生的一个事项，但是否得到舒适却常常不取决于追求者。舒适不是一个一个的孤立者，毋庸说舒适是一个流动。 [舒适的]是某种完全无穷无尽的和无限度前进的东西，因为每一次舒适又重新表明它的不舒适，然而这些发现是没有穷尽的。因此，需要并不是直接从具有需要的人那里产生出来的，它倒是那些企图从中获得利润的人制造出来的。 （3）照理，舒适是不能通过制造得来的，它原本是需求者的需求得到满足的那一刹那的体验，是一个瞬间，惟其是一个瞬间，难以得来，又难以留驻，人们才格外地重视它。而在这个瞬间到来之前，舒适就已经进入到了体验的序列，不过这不是真实的体验，而是想象的体验，是一种虚拟的享用。 虚拟享用 中的 虚 不是虚无，不是不存在，它是一种客观的存在状态； 拟 带有构造的性

质，是人基于想象力而构造出来的不足、匮乏、释放的解除，以及对这种解除的体验，尽管它是人为的，或想象出来的，并未使物质价值物发生任何的变化，但却使人的生理和心理发生事实上的变化，或兴奋、愉悦，或沮丧、苦恼，因为它已经在主观上经历了享用的过程。虚拟享用是人的一种心理机能，同时又是一个事实上的实践行为即体验过程。由于这种虚拟享用纯粹是人为的结果，我们才把它视为 制造 。参与制造的人有两个，一是需要者本人，二是需要对象的提供者。需要者制造舒适是通过想象的心理机能完成的，在真实地进入舒适之前已经在观念上预先地进入了舒适的状态。这种预先进入有两个后果，第一，它把舒适这种瞬间给延长了：通过想象让舒适提前到来，通过回忆使舒适得以封存起来，成为人们追忆美好过去的 质料 。于是，人总是凭借想象（指向将来）、体验（指向当下）、回忆（指向过去）把自己置身于一个舒适的流动之中。第二，人的这种置身工作却是双重的：可以沉浸在虚拟的享用之中，而对实际的享用却不那末重视，它包含着在有限的世界里构造无限的意义世界的可能性；也有可能把这种超出了实际需要的享用变成对实际资料的疯狂占有，从而把人带入一个不知疲倦地占有-消费的序列里。需要对象之提供者制造舒适的方式与需要者的自我制造不同，他是为着利润的目的，通过购买、消费他的产品达到求得利润的目的。如何才能促使需求者购买他的产品呢？他要制造一个虚拟享用和舒适，通过联想和想象诱使消费者进到由他所设计的享用当中来。尽管可以说，虚拟享用和舒适毕竟不是实际的享用和舒适，包含着某种虚假的成分，因为人们经常在虚拟享用中添加一些实际上并不存在的享用内容，虚拟享用中的自欺欺人不是无知的结果，而是出于追求无限的需要。但他人制造的虚拟享用于需求者的风险常常大于自我制造的虚拟享用，因为自我制造者总是立于我的实际需要之上的，而售卖者是立于我的利润之上的。更为可怕的是，当两种类型的虚拟享用的 制造 结合在一起的时候，风险的几率就会更大。

但人无论怎样地构造舒适和虚拟享用，他毕竟要通过实际的条件和过程来完成，虚拟性只有建于现实的基地之上并作为对现实有限性的超越和补充时才有意义。 需要和手段，作为实在的定在，就成为一种为他人的存在，而他人的需要和劳动就是大家彼此满足的条件。当需要和手段成为一种抽象时，抽象也就成为个人之间相互联系的规定。这种普遍性，作为被承认的东西，就是一个环节，它使孤立的和抽象的需要以及满足需要的手段和方法都成为具体的、即社会的。 （4）虚拟享用只在有限的范围内才有效。作为社会性的存在物，构造虚拟的方式、被构造出来的虚拟的内容都是具体的、社会的。我必须配合着别人而行动，普遍性的形式便由此而来。所谓普遍性的形式也就是被社会所认知、理解和认同了的需要类型和满足需要的方式。其实，需要的普遍性的形式还不止是一个认同问题，它是通过劳动及其产品达到认同的。我既从别人那里取得满足的手段，我就得接受别人的意见，接受别人通过产品和服务给我的意志。与此同时，我也不得不生产满足别人的手段，如此一来，彼此配合，相互联系，一切个别的东西就这样地成为社会的。需要本身与满足需要的手段，连同消费观都是在交互作用中确立下来的，相互影响和诱导是形成时尚的一个重要根源。这一环节无论对于手段自身及其占有来说，以及对满足需要的方式和方法来说，都成为特殊目的的规定者。由于需要及其满足是在交互作用中进行的，便生成了很具代表性的需要心理：平等化的要求和特殊化的追求。平等化的要求表现为地位和机会上的均等，尽管客观上不可能趋同，但在意识上总是要求着这种平等，这种平等的要求表现在日常行为上就是向别人看齐，亦即摹仿、攀附。摹仿和攀附的心理在消费行为上起着重要的推动作用。除了平等化的要求之外，在这里同样存在着另一个要求，即特殊化的追求，即用某种突出标志肯定自己。正是这两种需要使得需要本身得以扩张，黑格尔说： 这两种需要本身就成为需要殊多化和扩张的现实泉源。 （5）劳动以及劳动之外的交互作用对个人的需要起到了两种作用：一是，在何种意义上，主观的、幻想的、虚拟的甚至任性的需要成为人的需要；二是，对自然而然的需要的解放作用，它把直接受自然性决定的需要引入到了一个 意见 的境域。于是，在自然需要和社会的 意见 之间便架起了一座桥梁，这个桥梁就是社会需要。 社会需要是直接的或自然的需要同观念的精神需要（6）之间的联系，由于后一种需要作为普遍物在社会需

要中占着优势，所以这一社会环节就含有解放的一面，这就是说，需要的严格的自然必然性被隐蔽了，而人就跟他自己的、同时也是普遍的意见，以及他独自造成的必然性发生关系，而不是跟仅仅外在的必然性、内在的偶然性以及任性发生关系。 （7）关于需要、欲望、虚拟享用的现象学考察，不是完全撇开它们得以发生的社会条件和环境，而是考察，具有社会性的需要、欲望和虚拟享用是如何发生的，需要的原始发生已经预先地将社会性的因素纳入到了需要的内容中，而之所以将这些非常具体的社会条件暂时 悬置 起来，目的在于见出那个隐蔽着的需要的 原生形态 。指明 虚拟享用 的真实性，具有相当重要的意义，其一，我们有充足的理由指出，人的需要、欲望和虚拟享用具有自发的合理性，因为只要有人存在，只要人们愿意生活下去并试图过上好生活，就一定有需要、欲望和虚拟享用在，因此，一切社会设置和制度安排，都是为着使人的需要的满足最大化，提升幸福感，它是符合伦理标准的，也是我们为之进行伦理辩护的根据。其二，尽管需要、欲望和虚拟享用一般是合理的，但满足的方式和程度却是具有伦理边界的，我们明确批判的是那种超出伦理界限而达于过量、奢侈甚至浪费的消费观念和消费方式。其实，虚拟享用的二重性决定了可以引导人们使用最小的物质资源而升迁到足够快乐、幸福之境界的可能性，关键在于我们能否找到这种理念和社会安排。资本便是这样一种社会设置，然而资本追求利益最大化的天性，却把人引导到了生产-消费、再生产-再消费的简单序列，其后果是明显的。

资本、商品、货币与时尚：虚拟享用的社会设置

我们虽不能把现代人类社会的过度消费甚至浪费完全归结为资本的出现，资本成了现代社会之一切罪恶的渊薮，但总是与资本的魔力有着某种关联。而资本不过是人类能够找到的释放人类潜在能量、实现占有一切、支配一切之愿望的一个工具而已；但资本又不仅仅是一种工具，应该说，资本与商品、货币和时尚一起构成了一套社会制度、一种社会设置、一组行为方式，它们为虚拟享用提供着共同的基础，并把虚拟享用引致到片面发展方面去的可能性。

看待消费的方式有两个：一个是作为资本运行逻辑的一个环节；一个是作为实现增殖之目的的手段。关于消费在资本增殖中的作用，马克思是把它作为一个重要环节来看待的。生产创造出适合于需要的对象；分配依照社会规律把它们分配，交换依照个人需要把已经分配的东西再分配；最后，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需要。把四个环节关联起来就形成了一个运动： 生产表现为起点，消费表现为终点，分配和交换表现为中间环节。 （8）当我们把消费与资本的运行逻辑和运行目的关联起来加以考虑，消费的作用就表现为以下三个方面：第一，消费对产品来说，是实现其价值的重要的过程。在资本主义生产方式占统治地位的社会的财富，表现为 庞大的商品堆积 ，与这种 庞大堆积 相对应的是 庞大消费 。第二，消费创造出新的生产的需要。随着科技的发展、人之能力的提高，人类创造出了远远超出其基本需要的产品和满足需要的方式，由此也创造出了各种各样的新式需要，这些需要不是必要的、基本的，换言之，不是先天的，而是培养起来的，人类不仅创造着新的世界，而且创造着新的需要。消费不仅创造出新的生产的需要，而且是以观念的形式为生产提供内在动机。 消费创造出生产的动力；它也创造出在生产中作为决定目的的东西而发生作用的对象。如果说，生产在外部提供消费的对象是显而易见的，那么，同样显而易见的是，消费在观念上提出生产的对象，把它作为内心的图象、作为需要、作为动力和目的提出来。消费创造出还是在主观形式上的生产对象。没有需要，就没有生产。而消费则把需要再生产出来。 （9）第三，消费是衡量增殖的重要指标。由于资本的现代逻辑是以货币为其起点，以商品为其中介，以增殖为其终点的，其目的不是商品的 庞大堆积 而是作为财富之虚拟形式的货币的 庞大堆积 。拥有货币就拥有了财富和消费，继而拥有了支配事物的权力。特别是，当把销售量作为一个几乎是唯一的衡量收益的指标被组织和政府确立下来的时候，消费就取得了无需论证的自身合

法性。消费不是直接的，须得借助货币这一环节不可，而货币的真实性与超越性又进一步强化了虚拟享用。

我们的视野不能停留在货币的日常意识和日常行为上，而是要发见货币与消费具有怎样的逻辑关系。在学术研究上，关于货币有至少有这样几种写作方式：货币史、货币经济学和货币社会学。马克思、西美尔、尤卡　格罗瑙等思想家对货币的研究并不仅限于经济学的视野，而是把它视为一个社会现象，与资本、权力、现代文化、趣味、时尚、奢侈、现代生活风格关联起来，展现了货币、金钱在现代生活中的现象学面貌。我们则试图研究货币作为一种财富与享用的符号形式，是如何把人们带入一个虚拟享用的世界，并在虚拟享用的推动下实际地消费、享用，甚至奢侈与浪费。

就其存在形式说，货币具有二重性，既是物质又是观念。货币一当脱离了一般商品的队伍，就获得了似乎超越一切的幻象。其实，这种幻象并不来自于货币本身，而是来自于商品自身具有的可通约性。　商品并不是由于有了货币才可以通约。恰恰相反。因为一切商品作为价值都是物化的人类劳动，它们本身就可以通约，所以它们能共同用一个特殊的商品来计量自己的价值，这样，一个特殊的商品就成为它们共同的价值尺度或货币。货币作为价值尺度，是商品内在的价值尺度即劳动时间的必然表现形式。　（10）但实际上，不同的商品，就其各自不同的使用价值说是不能比较的，也是不能让渡的。然而人可以找到这样一种东西，把它作为超越个性之上的共性确立下来。产品作为商品进行交换，并能够交换取决于人的一种原初结构：非自足性以及由此决定的类性，亦即交往性和交换性。合作是使每个人能够生存下去并生活得好的唯一途径。通过交往，人类建立起了基于共同生活基础之上的共同感或共通感，从而达到关于某些事情、某些行为的视界融合；交换是在视界融合基础之上的关于两件物品之共同性的认同，是一种　默契交易　。在实体的意义上，任何物品都是个别和特殊，而人却可以超出个别和特殊之上给出一个共同的普遍的东西，可以说，这种普遍的东西是人给予的，是植根于人的精神性之中的。借助于精神性之上的普遍性，人们找到了由此达彼的桥梁和基础，正是由于这个基础和桥梁，不同的物品才可以通约和让渡。人之愿意交往和交换而又能够交往和交换，人才弥补了自己的缺陷，使人成为了不断扩展着和延展着的存在物。商品和货币都是人类能够找到的扩大交往与交换的一种手段和方式，它们也不过是一种特殊的物质而已，然而它们在性质上却是基于人类精神性之上的普遍性的对象化形式，是人类精神之外化的产物，它在物质与精神两个层面发挥着特殊的作用。在实物的意义上，　作为价值尺度和作为价格标准，货币执行着两种完全不同的职能。作为人类劳动的社会化身，它是价值尺度；作为规定的金属重量，它是价格标准。作为价值尺度，它用来使形形色色的商品的价值变为价格，变为想象的金量；作为价格标准，它计量这些金量。（11）正是货币的真实性与超越性使得货币的所有者可以想象地集聚它和分割它，并通过想象将自己置身与虚拟享用之中；而且把这种享用同别人加以比较，借以见出自己的优势，满足炫耀的需要。

金钱竞赛、金钱观、消费观、奢侈与浪费不仅仅与资本的运行逻辑和货币的普遍化相关，更与社会基本结构的特定安排密切相联。

民主与平等的社会安排为金钱竞赛和普遍消费提供了社会基础。主体性资源的差异决定着人们获得社会可配置性资源的差异，这种差异在前工业社会是以一致性的方式存在和展开的：地位-权力-财产权-消费水平-荣誉，其间具有某种对等关系。尽管如凡勃伦所说，　不论在什么地方，只有建立了私有财产，哪怕是在极低级的发展形态下，在经济体系中就有了人与人之间对商品占有进行竞争的特性。　（12）但竞争的结果是等级的确立，与地位、权力和财产权相对应的是消费水平和消费方式的差异，　有闲阶级　就是用来描述这种差异的一个概念。就　有闲阶级　的原始发生说，是起因于主体性资源的差异及其社会差异的最终确立，它构成了一种制度和习惯。在凡勃伦看来，竞赛的表现形式很多：　取得财富和积累财富的动机是在于企图在金钱地位上力争上游，胜过别人，从而猎取荣誉，赢得同侪的妒羡；但决不可把这番话理解为取得财富和积累财富的动机再没有别的了。在近代工业社会积累财

富的每一阶段，关于增进物质享受以及为了防免困窘而预测安全这类愿望，总是作为一种动机而存在的；虽然这些方面的满足标准，又大大地受到了金钱竞赛的习惯的影响。（13）但有闲阶级与劳动阶级毕竟不同，尽管劳动阶级也有参与金钱竞赛的愿望，但他只能通过劳动的方式或节俭的途径。随着地位、权力的分化，消费的分化也开始确立下来，而且这种分化被认为是一种惯例和制度。消费分化的制度化以及由此形成的价值观，加之劳动者阶级缺少有闲的经济基础，奢侈品的消费主要集中于有闲阶级，且被认为是光荣的事情。一切奢侈品和生活上的享受用品是属于有闲阶级的，在禁律之下，某些食料，尤其是某些饮料，是严格规定由上层阶级享用的。然而，不事生产而从事消费是光荣的：首先这是勇武的标志，是人类尊严的必要条件；其次，这种消费行为，尤其是对比较有价值的事物的消费，其本身就是在实质上光荣的。这着实是一个悖论：有闲阶级靠着原初的优势获得了较之他人为多的地位、权力、财富和消费，愈益不事劳动却过着奢侈的生活，而劳动者创造了奢侈品却无权利享用它们，其不平等性质无庸质疑。但另一方面，能够有闲的阶层毕竟是少量的，他们的消费、奢侈、浪费尚未超出自然和社会所能承受的程度。当消费和奢侈成为一种普遍的生活方式的时候，因消费和奢侈带来的问题就十分严重了。资本主义的发轫和资产阶级的生产，把民主和平等作为首要价值确立下来，而资本主义的本质又决定了追求消费、时尚将成为普遍化的行为方式。与此相伴随的是，消费和时尚在等级上开始由上向下推移。 在现代文明社会中，社会各阶级之间的分界线已经变得越来越模糊，越来越不确定，在这样的情况下，上层阶级所树立的荣誉准则很少阻力地扩大了它的强制性的影响作用，通过社会结构一直贯串到最下层。结果是，每个阶层的成员总是把他们上一阶层流行的生活方式作为他们礼仪上的典型，并全力争取达到这个理想的标准。 （14）明显有闲和明显消费日益平民化。在高度组织起来的工业社会，荣誉最后依据的基础依然是金钱力量；而表现金钱力量从而获得或保持荣誉的手段是有闲和对财物的明显消费。因此，在等级上一直向下推，在任何等级中，只要有可能，这两种手段总是流行的。而奢侈、浪费、炫耀又总是通过时尚这一重要环节来表现和实现的。

时尚是联结市场经济与消费文化的重要纽带，它使经济行为变成了一种文化现象，同时也让文化行为具有经济性质。时尚使得虚拟享用获得了合法与合理的身份，它掩盖了由虚拟享用而引发的过量、奢侈与浪费，由于时尚的美学意义使人们弱化了奢侈与浪费行为的反思与批判。德国社会学家齐美尔在 1895年写成的一篇文章《时尚心理的社会学研究》中，深刻地分析了时尚的本质及其人性根据： 以下这一点对于时尚来说是根本性的。一方面，就其作为模仿而言，时尚满足了社会依赖的需要；它把个体引向大家共同的轨道上。另一方面，它也满足了差别需要、差异倾向、变化和自我凸显，这甚至不仅因为时尚内容的变化 正是这种变化将今日时尚打上一种昨日和明日时尚的个性化烙印，而且也因为这些事实：时尚总是阶级时尚，较高层次的时尚与较低层次的时尚截然有别，而且在后者养成较高层次的时尚时，便抛弃这种时尚。通过某些生活方式，人们试图在社会平等化倾向与个性差异魅力倾向之间达成妥协，而时尚便是其中的一种特殊的生活方式。 （15）时尚是与现代消费文化相伴而生的，与享乐主义消费群体相关。 新的享乐主义消费群体已经形成，他们的需求不再受到 需求经济 的约束，而是受到 欲望和梦想经济 的约束，或者对新事物和新体验的渴望的约束。 （16）参照社会学家和心理学家的观点，可以把现代时尚的特点归结为以下几点：1.时尚减少社会的复杂性，同时，又由于它的作用方式，时尚又引起社会的复杂性，比如使社会区别更加微妙。2.在什么是 时髦 这一问题上，时尚具有非常明确的规范。然而在运转过程中，时尚又破坏所有的传统和默认的规范。3.时尚一方面不在乎物质和实际的东西，另一方面又离不开具体的东西。4.今天的人们对待时尚的态度包括积极参与和超然两种对立的情绪。5.时尚包涵责任和逃避责任。6.时尚是可及的，又是不可及的。时尚原本是现代经济的产物，但时尚的意义却不止经济一种，还反映了它的文化意义和人性意义。

由于经济推动和商业炒作，时尚已经偏离了它的真理、精神，因为，时尚通常要通过时髦表现出来，具有标新立异的特征，由于模仿的人多了，时髦变成了时尚，经过实践体验证

明的标新立异被确证为一种能够接受的审美标准。时尚通过时髦表现出来但不停留于时髦，它要把时髦背后的深刻的东西沉积、保留和延续下来；时尚是植根于人的心理 精神结构之上的借助于饮食、衣装、布置等物的形式而完成的一种设置，是海德格尔意义上的解蔽过程，是使真理显现其自身的方式。时尚是被发现的，而不是被追求的；发现时尚可能用物和技术的形式，但决不是它们本身，而发现时尚是一种艺术；从原始发生看，时尚是基于劳动之上的创造美的过程，是人的心理 精神结构的外显。然而，将时尚变成经济行为的厂家和商家却常常不理会人的心理 精神结构，也许根本就没有能力和素养去体会这种结构，他们关心和能够做的就是不断创造新奇、猎奇，乃至低级趣味，期望把他们的产品变成体现时尚的物品。经济对文化的侵蚀和文化还原为经济，造成了庸俗 时髦 时尚结构的模糊性，审美情趣和审美需要的低级化和庸俗化是消费文化的主要特征。经济行为的文化取向从根本上消解了生产与消费之间的紧张关系。时尚的强化，即它向新领域的延伸和在旧领域作用增大，是消费者社会的最典型的特征。这样一来，一个消费者社会 或富足社会 就是一个时尚社会，尤其是一个大众时尚的社会。把我们和以往世纪分离开来的就是时尚的循环更快；新的和有用的东西被耗尽和转化成旧的无用的东西的速度更快。新的风格接踵而来，没有任何预先的模型或理想。这样一个社会实际上根本不能发现和解决过度和多余消费的问题，因为不可能存在任何客观标准来衡量何为真正需要、何为多余。而且，这样界定的消费者社会必然总是一个短缺的社会，因为其社会成员永远得不到满足。结果，现代消费享乐主义者对时尚和它对新潮的永久供应持乐观态度。他们既愿意又急不可待地在商业化生活的所有领域称赞和消费 最新 的东西。追求时髦和时尚的欲望总是大于能够体现他们的物品，只要有这样的东西，它立刻就会捕捉得到。如此一来，消费文化就借助于时髦和时尚而与增殖关联起来： （a）消费在本质上是一个受他者引导的活动；在其中（b）起支配作用的是社会地位的保持或提高；（c）消费背后的潜在动机是模仿和争胜，处在低级阶层的人仿效高层阶层团体显示的样式；（d）精英阶层（天生就受 新潮 吸引）为了维持他们的优越地位，必须不断地接受新奇的时尚和消费新奇的商品。 （17）

时尚是一种典型的社会构造，它把相对的两种力量 简单与复杂、统一与特殊 结合起来。时尚带来新奇，新奇的魅力就是一种纯粹的审美上的愉悦。时尚是社会生活的一种娱乐形式，具有日常性和可模仿性；时尚既停留于某种审美和愉悦之上，又超越它们指向新的审美与愉悦，它使人的生活陷入不确定性之中，又使人的生活充满了希望，它指给了人一个走向新奇和愉悦的可能性空间；以时髦和时尚出现的这些 微不足道的 因素和 转瞬即逝的 社会生活形式既不能还原为也不能服从于某种理性的道德法则或客观的经济利益。时尚由经济引发但却是对审美文化和精神世界的追求。时尚的魅力不在于经济而在于求得社会认同和个性的展现。在西美尔看来，时尚中同时存在着对社会差别和身份认定的追求。一个人的活动受到两个互相对立的社会力量和目标的促动。一方面，人们愿意通过模仿他人融入一个社会群体，取得认同与归属；另一方面，他们又希望将自己和别人区别开来，通过采取别人没有的新东西来突显其个人性和独立性。于是，时尚就成了一个自我推动的过程，因为塑造个性和模仿他人这两个对立的阶段会自动互为因果。新潮一旦被所有人选择就不再成其为新潮，必须由另一个 真正的 新潮取代。这样，创新和模仿永不停息地互动，引发新一轮模仿和创新，时尚之机制就如一个旋转木马，或者更形象地说，像一台永动机，这就是消费经济的文化基础。

虚拟享用：伦理后果、伦理批判与伦理建设

虚拟享用、消费、奢侈、浪费、时尚曾一同推动了资本主义的发展，而发展起来的资本主义又进一步推动了消费、奢侈和时尚，因为，资本主义经济的增殖目的必然要通过消费、奢侈以至浪费实现。关于消费与奢侈的体验、经历与认识，有三个不尽相同的视界：个人、政府与学术。由于消费和奢侈经常要落实到个体的生活状态、样式、质量上，而个体又天然

具有追求快乐与幸福的动力，通过消费和奢侈来满足需求从而求得快乐与幸福便是基本的途径和方式，追求消费和奢侈与个体的求得快乐的动力具有天然的一致性，因此，指望个体对消费和奢侈有一种自发的批判的和反思的特质是困难的。只有当个体感受到盲目的消费和奢侈并不能满足他的追求幸福的要求的时候，他才会反思和批判，单纯的物质享用并不能带来心理和精神上的快乐与幸福。就政府而言，无论是先发国家还是后发国家，一当采用市场经济这种经济组织方式，都毫不犹豫地把开发、生产和消费，进一步地把 GDP 和消费指数作为衡量经济增长的重要参数，有增长就有发展，有发展就有进步，这是主流形态的政府价值观。由于政府是一个组织，一种依照制度和目标建制起来的集合体，是虚拟的个人，因而没有类似于个体那样的知、情、意精神结构，继而也就没有失望与快乐、痛苦与幸福的体验，它的使命是为个体提供日益增多的生活资料和生活环境。在它看来，消费和奢侈是实现政府目标的重要途径，也是个体追求幸福的基本方式，因此，来自现代政府的对消费与奢侈的反思与批判也是极为困难的。其实，个体与政府对待消费与奢侈的方式可能不同，但有一点却是一致的：生活的条件和环境就是生活本身。这是一种错觉或者是幻象，由消费和奢侈进达幸福需要若干环节，二者决非直接的对等关系。思想家看待生活的方式与具有自发性的个体和追求经济指标的政府不同，他要在人类的高度、灵魂的深度、幸福的目的方面着眼于生产、消费和幸福的关系。对现代化、现代性和现代消费主义的反思与批判早在 20 世纪初就已经开始，时至今日，这种批判性的指导性的工作还在进行着。然而思想与学术并没有阻止人类对自然和自身的消费、奢侈与浪费，因为，消费和奢侈已经变成了一种普遍化的文化现象，“我消费故我在”已经成为主流形态的价值观。由现代消费观以及推动消费的社会设置引发了一系列的伦理后果。

消费是现代社会的一大景观，有人用“消费社会”来概括（让·波德里亚），有人用“消费者社会”（艾伦·杜宁）（18）来指称。无论对自然还是对社会，虚拟享用、过量、奢侈、挥霍的消费都造成了可怕的后果。

杜宁根据消费者人均消费的自然资源、排放的污染物和破坏的动植物栖息地的数量，把世界上的消费者分成三个生态等级：消费者阶层、中等收入阶层和穷人。其中穷人约有 11 亿，家庭成员的年收入少于 700 美元，主要生活在农村的非洲人、印第安人和一些南亚人。他们食用的完全是谷物、块茎作物、蚕豆和其他豆类食品，饮用的主要是不清洁水；他们居住在茅草屋或贫民窟里，靠双脚步行；他们的大多数财产是用石块、木头和其他地方环境所能提供的东西制造的。这些占世界人口 1/5 的穷人只挣得世界收入的 2%。33 亿中等收入阶层的人们，家庭成员的年收入在 700～7500 美元之间，他们大多生活在拉美、中东、中国和东亚。他们总共挣得了世界收入的 33%。消费者阶层人口 11 亿，他们把世界总收入的 64%带回家中，比穷人多 32 倍，主要分布在北美、西欧、日本、澳大利亚和香港、新加坡的城市居民以及中东的石油酋长国公民。在被称为消费者社会的美国，1/5 最高报酬的消费者所得到的比其他 4/5 人口得到的报酬还要多；公司上层管理人员的收入是他们雇佣工人的 93 倍。富人所得到的越多，消耗的自然资源就越多，也就比一般消费者更多地干扰了生态系统。消费者社会产生以来，全球范围内的消费进入了快速发展的状态。20 世纪中叶以来，对铜、能源、肉制品、钢材和木材的人均消费量大约增加 1 倍；轿车和水泥的人均消费量增加了 3 倍；人均使用的塑料增加了 4 倍；人均铝消费量增加了 6 倍；人均飞机里程增加了 33 倍。

迄今为止，地球依然是人类唯一的生存家园，人类生存的限度取决于地球提供的总的资料：生产资料、生活资料和生存环境。在主流形态的经济学那里，经济效率概念基本不包括代际公正问题。“经济效率作为一个概念，包括三个相关但又明显不同的组成要素，即技术效率、产品选择效率和配置效率。”（19）在效率的三个组成要素中根本不包括把一代人作为一个整体考虑它给下一代人的预先条件问题。意大利经济学家帕累托用“帕累托最优状态”概念描述资源配置的相对为优状态：只要任何一个人有可能按照自己估计的条件更加富裕，而同时使其他人还保持在他们估计的原来水平上，就意味着没有达到社会资源分配的最佳状态，这就意味着，只要不伤害其他人的利益与幸福，追求一种相对为优的资源配置是可

能的。然而在 帕累托最优状态 概念中所考虑的仅仅同时代的他人，根本没有考虑下代人的利益与幸福问题。在公平概念中也是如此： 对某些人说来公平意味着平等地分享一切；而另一些人则认为公平应该是按需分配；还有人把公平看成是把最大份额分配给贡献最大的人，奖励勤奋工作的人，愿意承担风险的人及有特殊技能的人；另有些人认为公平是按照人们对份额的支付愿望来分配份额。 （20）在讨论承担成本时，也是在同代人内部进行的。近年来有学者从世界环境史的角度呼吁应把代际公正问题考虑到经济学和公共政策之中。 今天在诸多的环境问题上历史意识首先意味着正视从整个人类历史中完全透析出来的现代经济模式的特点，这种经济模式以一年的时间将历经百万年才得以形成的地下能源载体通过燃烧的方式释放到宇宙空间，而根本不清楚这一过程可能产生的后果，更别说采取什么防治措施了。 （21）也有经济学家从代际公正立场讨论了可持续发展的内涵： 本质上讲，可持续性标准指的是，因为前几代人对资源的使用，后代人就不能再用。只要后代人维持在所有前几代人同样的水平上，前几代人就有权使用这些资源。另一方面，假如从后代人手中转移资源导致后代人的福利低于前几代人享受的水平，那么这种转移就违背了可持续性标准。 （22）根据可持续性定义，只要后代人的利益可以保护，就可以使用这些资源，甚至是耗尽资源。我们的制度为后代提供了足够的保护了么？难道所有的有效分配都是可持续性的么？这里应该充分考虑到，除了可供开发的资源之外，还有一个因过度开发、挥霍造成的代价问题，因为有些致人疾病的污染、土地肥力下降只有经过若干年之后才能表现出来。由前一代人的过度开发和挥霍浪费而造成的代价由下一代人来承担是不公平的。解决消费、奢侈和浪费问题，完全依靠消费者个人是不可能有效的，只有通过组织和政府的制度安排才会有成效。在这个意义上说，构建和谐社会的主张不止是一种经济和政治制度安排，更是一种合理而健康的消费观和生活观。

桑巴特比较了前资本主义人与资本主义人在消费伦理观上的差异：前者是自然人，没有头足倒立，双足牢牢地站在大地上，资本主义人是脱离自然的、用手奔跑的人。在桑巴特看来，现代人的精神主要是对契约的信实和勤俭，这是一种 特殊的处世哲学 。资本主义精神有内外两个层面：外在层面指社会伦理的合理化和契约化，相当于韦伯所说的理性化过程；内在层面即诚实、勤俭、禁欲的德性。韦伯更是把禁欲主义作为资本主义精神的一个核心的基础确立下来，但禁欲主义并不是一种极端的生活态度和行为取向，否则追求财富的努力根本就不可能发生，他所反对的是那种超出伦理限度的享乐主义： 仅当财富诱使人无所事事，沉溺于罪恶的人生享乐之时，它在道德方面是邪恶的；仅当人为了日后的穷奢极欲，高枕无忧的生活而追逐财富时，它才是不正当的。但是，倘若财富意味着人履行其职业责任，则它不仅在道德上是正当的，而且是应该的，必须的。 （23）资本主义经济史表明，在资本原始积累阶段，创业者如果没有勤俭、节约的伦理精神，穷奢极欲、铺张浪费、大肆挥霍，增殖的目的根本无法实现，然而资本的运行逻辑又必须通过消费、奢侈和浪费来实现，否则所有的消费者均有勤俭和节约的伦理精神，资本主义无论如何也不会发展起来，也不会有资本的世界逻辑的发生。资本主义不仅造成了 商品的庞大堆积 ，同时也生产了将庞大堆积的商品消费掉的欲望。可以说，资本主义本身包含着抽掉它的伦理基础的功能。 自从禁欲主义着手重新塑造尘世并树立起它在尘世的理想起，物质产品对人类的生存就开始了一种前所未有的控制力量，这力量不断增长，且不屈不挠。今天，宗教禁欲主义的精神虽已逃出这铁笼（有谁知道这是不是最终的结局？），但是，大获全胜的资本主义，依赖于机器的基础，已不再需要这种精神的支持了。启蒙主义 宗教禁欲主义那大笑着的继承者 脸上的玫瑰色红晕似乎也在无可挽回地褪去。天职责任的观念，在我们的生活中也象死去的宗教信仰一样，只是幽灵般地徘徊着。当竭尽天职已不再与精神和文化的最高价值发生直接联系的时候，或者，从另一方面说，当天职观念已经转化为经济冲动，从而也就不再感受到了的时候，一般地讲，个人也就根本不会再试图找什么理由为之辩护了。在其获得高度发展的地方 美国，财富的追求已被剥除了其原有的宗教和伦理涵义，而趋于和纯粹世俗的情欲关联，事实上这正是其常常具有体育竞争之特征的原因所在。 （24）新生代的资产者是理想

的消费者，他们坚持借贷和浪费基础上的享乐主义消费观念。在所有的本质方面，这一新生的阶层与古典资产阶级完全背道而驰，后者禁欲节俭，宁愿牺牲现在而着眼未来；前者欲望膨胀，宁愿牺牲将来而着眼现在。旧的义务道德，建立在快乐和善的对立基础之上，导致对迷人的和有吸引力的事物的普遍化的怀疑，对快乐的恐惧，产生对肉体的 节制 、 中庸 和 克制 关系，并把任何被禁止的冲动的满足与罪恶联系起来。而在享乐主义价值观占主导地位的现代消费社会，对过量的、虚拟的、虚拟的需要既缺少来自人本身的反思，也缺少一定的文化类型对消费进行引导。

有人以为财富是获得快乐与幸福的唯一源泉，许多思想家和经济学家也是这样承诺的，但实际状况是，财富既不是构成快乐与幸福的必要条件也不构成充分条件，只构成基本条件。由财富进达快乐与幸福是一个极为复杂的过程，既取决于人要求于快乐与幸福的标准和境界，还相关于体悟快乐享受幸福的能力。快乐与幸福是生成和创造的，而不是给定的，因此，追求快乐和幸福本质上是生理 -心理 -精神过程，而不纯粹是一个消灭物的过程。从人与社会的必然联系的角度看，构成快乐与幸福的要素就分成了道路和创造两个方面：重建人文生态和构建和谐社会是通往幸福的道路；创造和体验快乐与幸福是幸福得以生成的源泉。

德国经济学家戈森的享受规律和边际效用理论给了我们这样几点启示：

1.同一类型的享受是有限度的。超过这种限度，同类物品的效用就会减少，随着饱和度趋于零，物品的效用也趋于零，于是享受者就会放弃对同一类物品的摄取。 2.在不同的时间段，满足同类享受，初始感到的享受量会变小，也会放弃对同类产品的摄取。 3.当多种类型的享受同时存在而人们又不能同时满足享受时，人们会部分地加以满足；在享受总量的范围内，人们会合理地变换享受的类型，且可以做到不因中断而减小。 4.人们总是可以找到或发现一个新的享受，从而扩大享受的总量。如果我们把马斯洛的需要层次理论引入到对人的享受规律的分析中来，我们便会发现：人的享受的迁移是可能的。需要或享受的迁移可以有两个方向：同质迁移和异质迁移。同质迁移是指享受的类型未变，而满足享受的物品发生了变化，如食物、衣装、住所，等等。异质迁移是指享受由低级向高一级享受的升迁，不仅享受类型发生了变化，满足享受的物品也发生了质的变化。在实际的生活中，享受的两种迁移都有可能发生。相对而言，同质迁移更容易发生，因为，保持一种类型的享受是容易的，无需投入成本即可以延续下去，如衣、食、住、行、用等，而且如黑格尔所说，社会可以把同类享受细致化，市场经济恰是这样一种经济类型，它可以不断地变换满足同一类型享受的物品，但却没有把人的享受提升到更高的层次。正是同类享受的细致化才使奢侈、浪费成为可能。然而，就人作为人来说，是不能仅停留于物质需要的满足的，它们是必要的需要，而非充足的需要。充足的需要是指社会需要（归属：爱 /友爱 /被你接受、自我尊重和他人尊重）和精神需要（爱、真理、正义、完美、充实），它们表现为非物质化的过程：满足享受的对象是非物质化的存在，满足的方式是非物质化的过程，不像物质需要的满足那样，是一定物质的占有和消耗。

由物质享受向社会需要和精神享受的升迁是享受的最为典型的异质迁移。这种迁移并非没有发生的必要，相反，依照戈森定理，它是非发生不可的。然而，相对于同质迁移异质迁移要困难得多。其一，用于满足社会需要和精神需要的产品的生产与供给往往不像商品那样有明显的收益；其二，用于提升人的心志力量的精神活动和精神产品需以一定的理解能力和体悟能力作基础。而近代以来，这两个方面都面临着危机。由享受的同质迁移转变为异质迁移遇到了困境，其结果是鲍曼意义上的碎片化和舍勒意义上的精神丧失。

着眼于资本运行逻辑之上的需要、欲望、虚拟享用，达于发现造成奢侈、浪费的消费观和社会设置，指明一种趋向和谐发展的可能形态，是伦理批判的终极目的，也是伦理建设的核心内容。在伦理建设上至少有这样几个方面：一如虚拟享用那样，可以通过一种更为健康而完善的社会设置，将想象享用引导到情感与精神需要的享用上来，也可以通过一种社会机制，形成一种追求限定物质享用而提升精神素养的文化时尚，对此，组织和政府承担着极为重要的责任。重建全面的幸福观，占有、享用物质财富只是人们获得幸福的一个基本领域，

创造并享用用于满足信仰、认知、情感、意志的精神产品才是更高级和稳定的一种。创造幸福生活的前提，只是创造可能形态的幸福生活，创造幸福生活本身并体悟幸福生活才是生活幸福的真谛。

注释：

（1） ［德］黑格尔著：《法哲学原理》，范扬、张企泰译，商务印书馆1979年2月版，第206页。
（2）同上，第206页。
（3）同上，第206-207页。
（4） [德]黑格尔著：《法哲学原理》，范扬、张企泰译，商务印书馆1979年2月版，第207页。
（5）同上，第207页。
（6）需要指出的是，黑格尔这里的 精神需要 不是现代意义上的 精神需要 概念，如信仰、信念、认知、情感和意志等需要，而是指于一定的社会环境下生成的需要类型和满足需要的方式、方法与手段，是一种普遍化了的 趣味 ，它是一种时尚、时髦。这种时尚和时髦可能与自然的需要相对应，或是其变形，或许与自然需要毫无关系。
（7） [德]黑格尔著：《法哲学原理》，范扬、张企泰译，商务印书馆1979年2月版，第208页。
（8）《马克思恩格斯全集》第46卷（上），人民出版社1979年7月版，第26页。
（9）《马克思恩格斯全集》第46卷（上），人民出版社1979年7月版，第28-29页。
（10）马克思：《资本论》，第一卷，人民出版社1975年6月版，第112页。
（11）马克思：《资本论》，第一卷，人民出版社1975年6月版，第116页。
（12） [美]凡勃伦著：《有闲阶级论 关于制度的经济研究》，蔡受百译，商务印书馆2002年6月版，第21页。
（13）同上，第27页。
（14） [美]凡勃伦著：《有闲阶级论 关于制度的经济研究》，蔡受百译，商务印书馆2002年6月版，第64页。
（15） [德]西美尔著：《金钱、性别、现代生活风格》，顾仁明译，学林出版社2000年12月版，第94-95页。
（16） [芬]尤卡 格罗瑙著：《趣味社会学》，向建华译，南京大学出版社2002年5月版，第90页。
（17）柯林 坎贝尔著：《求新的渴望》，参见：罗钢、王中忱主编：《消费文化读本》，中国社会科学出版社2003年6月版，第270页。
（18） 只有人口增长能与高消费相匹敌成为生态恶化的原因，但至少世界上的很多政府和人们已经把人口增长看作是一个问题；与之相反，消费却几乎一直被普遍看作是好事 确实，消费增长是国家经济政策的首要目的 他们体现了一种盛行的人类社会新形式：消费者社会。 [美]艾伦 杜宁著：《多少算够》，毕聿译，吉林人民出版社2000年7月版，第4-5页。
（19） [英]朱迪 丽丝著：《自然资源：分配、经济学与政策》，蔡运龙等译，商务印书馆2002年版，第163页。
（20）同上，第187页。
（21） [德]约阿希姆 拉德卡著：《自然与权力：世界环境史》，王国豫、付天海译，河北大学出版社2004年4月版，第286页。
（22） [美]汤姆 泰坦伯格著：《环境与自然资源经济学》，严旭阳等译，经济科学出版社2003年6月版，第93页。

（23）[德]马克斯　韦伯著：《新教伦理与资本主义精神》，于晓、陈维纲等译，三联书店1987年12月版，第127页。
（24）[德]马克斯　韦伯著：《新教伦理与资本主义精神》，于晓、陈维纲等译，三联书店1987年12月版，第142-143页。

《中国社会科学》2005年6期

/