

# 中国乡村消费伦理问题研究

## ——基于 J 村的田野调研

刘 昂

(南京师范大学 公共管理学院,南京 210023)

**摘 要:**消费本身既是一种经济活动,也是一种伦理关系,对这种关系的理论研究便涉及消费伦理范畴。中西方思想家根据自身所处的阶级立场和经济地位对消费及其伦理价值进行了阐释,为当前研究乡村消费伦理提供了宝贵的思想资源。虽然学界对消费伦理的概念莫衷一是,但大体上都承认道德对消费的规范与引导作用,强调道德对消费行为的影响。对消费伦理的研究有助于厘清消费与道德之间的关系,引导人们树立良好的消费观念,合理提升消费对经济增长的贡献率。然而,目前有关消费伦理的研究大多基于社会这一总体而言,伦理视角下的乡村消费问题却鲜有涉及。乡村作为中国社会的缩影,是解读巨变时代中国的关键。通过对江苏省北部 J 村的田野调查发现,伴随乡村经济发展水平的提升,乡村消费结构有所改善,但仍存在消费欲望不足的“不敢”消费、精神消费质量薄弱的“不能”消费以及生态消费欠缺的“不会”消费等困境。除经济原因外,这一状况的形成主要在于乡村社会制度、责任和教育伦理的“缺场”,使得农村社会保障体系不够健全、乡村精神消费环境相对落后、村民科学文化水平有所偏低。改变这种状况,必须将社会力量和乡村资源相结合,努力让伦理“回归”乡村,从而完善乡村消费伦理,合理增加消费对经济增长的贡献率。

**关键词:**中国;乡村消费;消费伦理;农村社会保障体系;精神消费环境;科学文化水平  
**中图分类号:** B82-052 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-8580(2017)06-0057-16

### 一、问题提出

党的十八届五中全会强调,到 2020 年消费对经济增长的贡献率要明显加大。关于消费的认识,学术界大体有两种观点:一是认为消费是一种经济活动,与伦理道德无涉。有学者直接指出:“经济学本身不谈道德”<sup>[1]</sup>,并且认为经济学既不对任何一种价值观的好坏作出评价,也

---

**基金项目:**国家社会科学基金重大招标项目(15ZDB014);江苏省研究生科研与实践创新计划项目(KYCX17\_0998);南京师范大学优秀博士学位论文选题资助计划项目(YXXT16\_007)

**作者简介:**刘昂,博士研究生(E-mail:liuang0920@163.com)

不对各种道德观形成的历史进行研究,经济学本身不研究如何改变道德规范,特别是不研究如何通过道德教化、思想教育等来改变人们的价值观、道德观,并通过这种道德说教活动来改变人们的经济行为和社会的经济结果<sup>①</sup>。在这部分学者看来,消费作为拉动经济增长的三驾马车之一,与生产、分配、交换一起构成社会再生产环节,是一种经济活动,并不涉及伦理道德等概念。另一种观点认为,消费作为一种人类行为,蕴含着人与人之间的伦理道德。有学者强调,“人们的消费活动不仅要将其置于社会再生产过程中考察,也要将其置于社会生活的背景之中分析,特别是注意社会的伦理风尚、个人的道德观念对人们消费活动的制约和影响”<sup>②</sup>。有学者从人的生产和社会生产方式的性质、状况等方面分析消费的必要性和适度性,认为消费作为人再生产自身的方式,是人需要的一种主观的选择形式和特定的满足方式,只有真正符合人的本性和有利于人的发展并且能够体现相应的价值理性和人文关怀的消费,才是具有合理性和正当性的消费观念与消费行为<sup>③</sup>。有学者通过区分消极性消费与自主性消费、物质上的平等与形式上的平等,剖析生态伦理学家和社会学家所强调的消费不仅取决于经济承受力,而且也取决于伦理承受力;整个社会都应放弃片面的消费观念与增长模式,把注意力集中到生活质量的问题上来,从而进入自我生活的时代<sup>④</sup>。总体上看,消费本身既是一种经济活动,也是一种伦理关系,对这种关系的理论研究便涉及消费伦理范畴。

目前,学界对消费伦理的界定还存在不同理解。有学者认为,消费伦理是“引导人们在消费过程中具备道德正当性和利益合理性的伦理原则、规范、理念及其实践的总和”<sup>⑤</sup>。有学者认为,消费伦理是研究消费生活中的道德现象及其规律性的学问,是调整人的消费行为和消费关系的规范体系,以人的幸福为终极目的,通过对人类消费生活正当性的追问、反思和批判,确定消费行为应遵循的道德原则,从而为人们理性地规划生活、享受生活和创造生活提供根据和担保<sup>⑥</sup>。有学者强调,消费伦理应该是指在消费活动中,以善恶和促进社会进步为标准来评价、调节消费主体在消费中的相互关系和价值取向以及其在行为、品质上应遵循的伦理原则和道德规范的总和,是社会道德原则和规范在消费领域的具体体现<sup>⑦</sup>。也有学者从宏观的伦理规范体系入手,认为消费伦理规范体系是伦理规范体系中一个重要分支,提出并阐述消费伦理的两大原则,即人与自然和谐的原则,物质生活与精神生活和谐的原则;提出并阐述了适度消费、绿色消费和科学消费三大规范,倡导节俭和合理消费相统一的消费、符合保护生态环境要求的消费以及科学、文明、健康的消费方式<sup>⑧</sup>。也有学者指出,消费伦理学既为人类提供了正当性消费的伦理规范,也解释并论证了人类对他人、社会以及自然环境的伦理责任<sup>⑨</sup>。不难发现,虽然学者们对消费伦理的概念莫衷一是,但大体上都承认道德对消费的规范与引导作用,强调道德对消费行为的影响。

通过对消费范畴、消费伦理内涵等概念的梳理,不难发现学界对消费问题给予的重视。对消费伦理的研究有助于厘清消费与道德之间的关系,引导人们树立良好的消费观念,合理提升消费对经济增长的贡献率。然而,目前有关消费伦理的研究大多基于社会这一总体而言,是一种宏观上的研究。虽然中国乡村研究是整个 20 世纪国内外社会学、经济学、历史学等学科关

注的热点问题,新世纪以来,伦理视角下的乡村研究取得了长足进步,但有关乡村消费伦理的研究相对匮乏<sup>[10]</sup>。除王露璐教授的《乡土伦理——一种跨学科视野中的“地方性道德知识”探究》(2008)一文中提到“在乡村构建文明适度的消费伦理”<sup>[11]</sup>,很少有学者专门将乡村消费伦理纳入其研究范畴。乡村作为中国社会的缩影,是解读巨变时代中国的关键。一方面,在乡村经济发展过程中,通过对村民消费伦理观念的探讨,逐步引导村民的消费行为和消费风气,促使村民实现理性消费,从而提升村民生活质量。另一方面,从伦理视角探析消费与经济的关系,透过乡村消费的伦理现状,解读村民消费的道德逻辑,从而帮助村民树立合理的消费伦理观念,更好地实现消费对促进经济增长的有利作用。为此,笔者选取江苏省北部的J村<sup>①</sup>进行田野调查,试图了解当前中国乡村消费伦理的现状及其成因,并尝试给出解决问题的建议。当然J村的田野调查不可能代表当下整个中国乡村消费伦理的状况,但正如费孝通通过对一个个微型社区的深入研究而获得对中国乡村社会的整体认识一样,通过具体描述和分析某一典型村落,揭示其作为个案的特殊性,并为全面分析中国农村发展的一般规律提供有价值的资料,无论从研究方法的可行性或研究结果的可信度而言,都是值得肯定的<sup>[12]</sup>。

## 二、消费伦理的思想资源

“人们自觉地或不自觉地,归根到底总是从他们阶级地位所依据的实际关系中——从他们进行生产和交换的经济关系中,获得自己的伦理观念”<sup>[13]</sup>,中西方思想家根据自身所处的阶级立场和经济地位对消费及其伦理价值进行了阐释,为当前研究乡村消费伦理提供了宝贵的思想资源。

### (一) 中国消费伦理思想的传统渊源

在农业文明时代,生产力水平相对落后,人们的生产活动受到气候、资源等自然条件的限制,很难获得足够的物质财富,逐渐形成“粒粒皆辛苦”的节俭消费观。《左传》明确指出,“俭,德之共也;侈,恶之大也”,强调节俭是一切德行的共同特点,而奢侈则是最大的恶。儒家创始人孔子也对节俭的生活方式格外推崇,主张“节用而爱人”(《论语·学而》),强调“礼,与其奢也,宁俭”(《论语·八佾》),将“俭”作为一项重要的道德要求,教导人们养成节俭的消费方式。儒家继承者孟子也十分重视节俭的消费观念,他从心里层面教导大众,要求人们在物欲面前不动心,提出“养心莫善于寡欲”(《孟子·尽心章句下》)的主张,任务“其为人也寡欲,虽有存焉者,寡矣;其为人也多欲,虽有存焉者,寡矣”(《孟子·尽心章句下》)。面对孟子的少思寡欲,荀子则强调“养人之欲,给人之求”(《荀子·礼论》)。他以“今人之性,生而有好利焉”(《荀子·性恶》)的人性恶为基础,肯定物质利益对人精神状态的影响,强调“欲者,情之应也”(《荀子·正名》)。需要指出的是,荀子虽然反对寡欲,但并非主张纵欲,他指出“纵情性,安恣睢,禽兽行”(《荀子·非十二子》),而是强调在具体消费过程中要“节其流,开其源”(《荀子·富国》),既重视节俭的作用,也意识到扩大生产的必要性。

在先秦百家中,以老子为代表的道家是节俭思想的集大成者,短短五千言的《老子》却蕴

含着及其丰富的消费伦理思想,表达了“见素抱朴,少私寡欲”(《老子·第十九章》)的消费观念。老子消费观以“道”为基础,“道生一,一生二,二生三,三生万物”(《老子·第四十二章》),离开“道”就无法理解老子的消费伦理思想。在老子看来,“道常无名,朴”(《老子·第三十二章》),“道”虽然是万物的本原,但“道”并非孤傲,它以自然为根据孕育万物,追求自然本来的样子,不去刻意而为。在具体消费思想上,老子认为人的价值不在于占有多少物质财富,而是应该以“无欲”“知足”的状态面对自然,将自己置身于自然之中,依循自然规律进行生活,回归内心的本原状态,强调“我有三宝,持而保之;一曰慈;二曰俭;三曰不敢为天下先”(《道德经·第六十七章》),呼吁节俭的消费伦理观念。

代表劳动阶层利益的墨家以“节用”为其消费伦理思想的核心,强调“俭节则昌,淫佚则亡”(《墨子·辞过》),认为节俭能够促进国家的繁荣,而骄奢淫逸则必然导致国家走向没落,建议国家“去其无用之费”(《墨子·节用》)。在具体日常消费行为上,墨子以实用为原则对衣、食、住、行等方面做出了详细规定:关于衣着,“冬服绀之衣,轻且暖;夏服 浴之衣,轻且清,则止”(《墨子·节用》);关于饮食,“足以充虚继气,强股肱,耳目聪明,则止”(《墨子·节用》);关于居住,“其旁可以圉风寒,上可以圉雪霜雨露,其中蠲洁,可以祭祀,宫墙足以为男女之别,则止”(《墨子·节用》);关于出行,“利为舟楫,足以将之,则止”(《墨子·节用》)。与墨子类似,管子也对日常消费行为做出过详细规定,“故立身于中,养有节;宫室足以避燥湿,食饮足以和血气,衣服足以适寒温,礼仪足以别贵贱,游虞足以发欢欣,棺槨足以朽骨,衣衾足以朽肉,坟墓足以道记”(《管子·禁藏》),主张“俭约恭敬”(《管子·禁藏》)的生活方式。管子并非一味主张节俭,一方面他认为消费对经济具有刺激作用,强调“不侈,本事不得立”(《管子·侈靡》);另一方面他认为适当鼓励消费有利于国家治理,指出“上侈而下靡,而君臣相上下相亲,则君臣之财不私藏”(《管子·侈靡》)。管子的这种消费伦理思想在当时社会具有独特地位,他不同于其他思想流派的单一节俭思想,在倡导节俭的同时也鼓励消费,但需要注意的是,管子鼓励消费的思想仅仅是某些特殊情境下权宜之计,其目的是为了促进生产和稳定社会,并未将其上升为人们日常生活的行为准则。总而言之,虽然传统思想家有关消费观念的表述各不相同,但都没有离开对节俭的重视,使节俭成为当时消费伦理思想的主流。

## (二)西方消费伦理思想的变迁

在西方社会,思想家们对消费及其价值也进行了比较细致的研究。在资本主义完成原始积累之前,西方社会的生产力和生产水平都处在相对薄弱的阶段,此时一部分思想家更加推崇节俭的消费观念,将过度消费视为恶。亚当·斯密(Adam Smith)在其代表作《国民财富的性质和原因的研究》(简称《国富论》)中详实论证了节俭对增加社会资本和国民财富的重要作用,认为“资本增加,由于节俭;资本减少,由于奢侈与妄为”<sup>[4]</sup>。在亚当·斯密看来,节俭是资本能够增加的直接原因。即使在节俭之前必须通过勤劳获得财富,但财富的积累凭借的是节俭,没有节俭的美德资本无法实现增长。在此基础上,亚当·斯密对奢侈进行了批判,他认为奢侈是一种没有量入为出的行为,对资本造成了浪费。如果奢侈者滥用的资本超过了节俭者积累的资本,

不但会使其自身陷入贫困,而且会造成国家整体资本的匮乏。因此,亚当·斯密将奢侈看作全体公众的敌人,将节俭看作整个社会的恩人。此外,马克斯·韦伯在《新教伦理与资本主义精神》论述了新教伦理对资本原始积累的意义,指出禁欲主义中节俭等价值观念在资本主义发展中的重要价值,强调“一旦限制消费与谋利行为的解放结合起来,不可避免的世纪结果显然是强迫节省的禁欲导致了资本的积累。在财富消费方面的限制,自然能够通过生产性资本投资使财富增加”<sup>[19]</sup>。韦伯通过对新教禁欲主义与资本积累关系的研究,一方面肯定了节俭的伦理价值,另一方面也阐明了节俭这种伦理精神对资本主义发展的影响。

与提倡节俭的消费伦理思想不同,一部分思想家认为鼓励消费能够扩大内需从而刺激经济增长,为社会带来更多利益。伯纳德·孟德维尔(Bernard Mandeville)在《蜜蜂的寓言——私人的恶德,公众的利益》中提出“节俭的罪恶,侈糜的贡献”这一观点。孟德维尔将人类个体比喻成蜜蜂,整个社会便是一个巨大蜂巢。当每个蜜蜂都极尽奢靡充满私欲时,却为整个蜂巢带来兴盛,“每个部分虽都被恶充满,然而整个蜂国却是一个乐园”<sup>[19]</sup>;当每只蜜蜂都开始变得节俭时,整个蜂巢的经济竟然出现衰退,最终被对手打败。孟德维尔借用蜜蜂世界的运行法则来说明人类社会不应该过于节俭,而是要大胆消费,刺激生产,带动就业。在他看来,个人在消费方面的节俭对社会来说是一种莫大的罪恶,会抑制社会生产的发展,使生产领域陷入凋敝,从而减少就业机会,导致人们越发贫困,在消费领域更加节俭,最终导致恶性循环,不利于社会进步和财富增长。伴随资本主义经济危机的产生,著名经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯(John Maynard Keynes)认为,是节俭导致了经济危机。凯恩斯在《就业利息和货币通论》中对希望通过节俭来改善国家经济危机的做法进行了严肃批评,并且认为节俭会导致更大的危机。他强调节俭会增加工人失业的概率,而工人失业则会使其消费能力受到影响,从而造成生产企业的亏损甚至倒闭,进而出现恶性循环,致使国家经济陷入更大的泥淖。基于此,凯恩斯认为“若富豪之家,生时建大厦作住宅,死后造金字塔为坟墓;或为忏悔前非,建造教堂,资助寺院,接济传教团体,则因资本丰富,以致物产反而不能丰富之日,也许可以延迟,故利用储蓄,‘在地上挖窟窿’,不仅可以增加就业量,还可以增加真实所得”<sup>[19]</sup>,强调通过增加消费来达到刺激内需,提升经济的效果。

受凯恩斯消费伦理思想影响“消费甚至被渲染为一种爱国责任”<sup>[19]</sup>,促使享乐主义的消费价值在西方社会逐渐得到认可,成为迎合资本主义经济发展需要的消费理念。然而这种以挥霍型消费为主的价值理念使人逐渐被欲望所奴役,消费成为人们发泄欲望的工具,完全忽视了社会资源的承受能力,使得生态环境极度恶化。有学者认为,“对消费品的喜新厌旧成风,无限制地使用能量,我们的前途只能是生态系统的无穷灾难”<sup>[19]</sup>。有学者指出,“我们完全有理由谴责那些具有最工业化国家的毫无意义的资源浪费。……应该在‘道德’‘伦理’因受目光短浅的唯科学主义影响及盲目相信‘中立的’市场力量的影响而被长期埋没之后,重新发现它们的价值”<sup>[20]</sup>。面对消费造成的生态环境恶化,国内学者也表示“这种消费价值观已经在实践中把人类推向与自然生态严重对立的危险境地,而且使人与人之间的关系物化,正在给人类的生态

家园和精神家园带来巨大灾难”<sup>[21]</sup>。有学者清楚的意识到“消费主义是取代‘新教伦理’且从属于‘资本的逻辑’的意识形态,它要求人们把消费当作人生的最高意义,激励人们拼命赚钱、及时消费,但它却使人们的欲望总处于激发状态而无法产生真正的幸福感。更严重的是它会引导着人类在生态危机中越陷越深”<sup>[22]</sup>。有学者认为,欲望消费既无经济合理性,也无道德正当性,并且是生态危机的直接原因,使自然资源成为任意挥霍的对象。解决生态危机必须遏制欲望消费,塑造热爱自然的人性,将“节俭”视为人的美德,将欲望消费视为恶<sup>[23]</sup>。有学者认为,只有生态化的消费方式,才是可持续的消费方式,要变革消费主义张扬的过度消费与短缺消费、非生态消费、奢靡消费与低俗消费等反伦理、反生态的消费方式,使消费方式“合度”“合宜”“合道”,大力倡导适度消费、绿色消费和文明消费<sup>[24]</sup>。生态马克思主义者呼吁“摒弃以奢侈消费和高消费为特征的异化消费行为,树立理性消费、合理消费的理念,节约资源,保护生态环境”<sup>[25]</sup>。

### 三、“不敢”“不能”“不会”消费

改革开放三十多年来,我国乡村村民消费水平发生了翻天覆地的变化。从《中国统计年鉴—2015》的数据来看,1978年我国农村居民消费水平绝对数仅为138元,到2015年这一数据已高达9630元,是1978年的六十多倍<sup>[26]</sup>。与此同时,伴随村民整体消费水平的提高,消费过程中人与人、人与社会、人与自然之间的道德关系日益凸显,伦理互动越发频繁。通过调研发现,现阶段我国乡村消费伦理存在“不敢”“不能”“不会”的“三不”消费状态。

#### (一)“不敢”消费:消费欲望不足

消费作为社会生产过程的必要环节,不但使生产得以最后完成,它还使人们产生新的、更多的需要,这些需要促使生产不断向前发展<sup>[27]</sup>。与此同时,合理的消费能够“真正符合人的本性和有利于人的发展”<sup>[28]</sup>。但在调研中发现,虽然居民的整体消费水平伴随收入的提高而得以改善,并逐步树立“量入为出,适度消费”的伦理观念,但在实际消费中仍存在欲望不足等“不敢”消费现状。

从问卷数据来看,高达80%的村民将“量入为出,适度消费”作为日常消费的总依据,但当面对“您的消费欲望”这一问题时,选择“非常强烈”和“强烈”的村民仅有17%;在“您最近一次购置新家电是什么时候”这一问题中,64%的村民选择“三年前”这一选项。除此之外,部分村民的访谈内容也验证了这一事实:

我们这里的农民啊,全靠着天吃饭,老天给多少吃多少,今年上半年天不错,麦子收得就很好,能卖个好价钱,你看,现在好几个星期也没下一滴雨,地里的玉米都干死了,下半年就没得收入了,这种情况就得把钱攒着……现在没有什么要买的,这些东西换得太快,这台电视就是儿子前几年换下来的,俺用着就好,能有用的就行了,不要太好的,也就有时看看,平时也不在家盯它,太好的浪费。(7月10日14:10—14:30与一位65岁男性村民的访谈记录)

我们也不怎么需要花钱,不管好孬,家里该有的都有了,能将就着用就行,没有的俺暂时也用不着,等小孩大点时再买。再说,小孩现在还小,以后用钱的地方多了去了,现在不省点,

到时候要拿钱时拿不出来就麻烦了。家里老人年纪也大了,身体有时也不太好,有事没事还要往医院跑,虽说有医保,但毕竟也只是报一部分,自己还是要花很多钱,其他的哪敢再花钱。(7月12日 11:05—11:20 与一位 34 岁女性村民的访谈记录)

农民“进行生产的地盘,即小块土地,不容许在耕作时进行分工,应用科学,因而也就没有多种多样的发展,没有各种不同的才能,没有丰富的社会关系。每一个农户差不多都是自给自足的,都是直接生产自己的大部分消费品,因而他们取得生活资料多半是靠与自然交换,而不是靠与社会交往。”<sup>[28]</sup>在与自然交换过程中,农民的收入水平受到自然条件的限制,在没有制度保障的前提下,虽然村民能够逐渐意识到“量入为出,适度消费”的重要性,但在具体消费过程中,村民“首先考虑可靠的生存需要”<sup>[29]</sup>,不得不减少消费欲望,不断积累储蓄以备不时之需。

### (二)“不能”消费:精神消费质量薄弱

精神消费作为一种重要的消费形式有着不可忽视的现实意义。首先,精神消费能够拓宽消费领域,推动经济发展;其次,精神消费可以提高人们的生活情趣,促进人的全面发展;最后,精神消费对推动良好社会风尚的建立和社会文明的进步具有重要作用<sup>[30]</sup>。近年来 J 村村民在精神消费方面的支出虽有所增加,但仅停留在电视和手机等一般精神消费层次,“不能”进行更高质量的精神消费,总体而言,精神消费质量一直处于薄弱阶段。

在问卷中关于“您有过旅游等精神消费吗”这一问题,49%的村民选择了“从来没有”,仅有4%的村民选择“经常有”;当被问及“如果您有一大笔闲钱,您最想用来做什么”时,选择“旅游度假”和“参加培训”的仅有 12%。与此同时,村民们在访谈中也表达了类似的观点:

我们平时主要的精神消费就是看看电视、玩玩手机。好像听说过有农家书屋,但从来没去看过,对看书不怎么感兴趣;偶尔也有送戏下乡或者放电影什么的,但我们都不怎么爱看,除此之外也没什么精神消费了……其实还有一些钱是花在看风水上,很多人家里盖房子什么的都会请人来看,虽然这钱也不少,但愿意花的人也不少,总感觉不花不踏实。(7月11日 8:25—8:40 与一位 27 岁女性村民的访谈记录)

年龄大了,也不认识字,更不会想到去看看书了,过一天少一天的……以前村里还有唱戏的,都年纪大了,唱不动了;年轻人又不爱这个,现在连个一起唱戏的人也没有了。(7月10日 14:10—14:30 与一位 65 岁男性村民的访谈记录)

商品消费不仅取决于居民的现实购买力,还取决于是否有一个促成消费实现的良好消费环境<sup>①</sup>。乡村工作者在打造乡村消费环境尤其是精神消费环境时,没有树立起以村民为本的责任意识,导致乡村在精神消费服务、精神消费产品以及精神消费市场等方面都和村民的真正需求相差甚远,从而影响村民精神消费质量,最终使村民“不能”进行高质量精神消费,整体上仍处于纯消遣性阶段甚至还存有封建残余。

### (三)“不会”消费:生态消费欠缺

现代社会“一定程度上满足了人类物质利益需要的同时,却导致了生态危机的出现,社会的可持续发展能力受阻”<sup>[31]</sup>,生态问题逐渐成为世界各国不可避免的现实。伴随资源紧缺、环境

污染等矛盾不断尖锐,加强生态文明建设、打造美丽中国已迫在眉睫,这“不仅是生活方式及消费方式的变革,更是消费目的与消费本真的回归,体现了消费的生态化走向”<sup>[32]</sup>。尽管如此,村民在消费过程中依然会忽视生态环境,甚至出现“不会”进行生态消费的现状。

当被问到“您是否会购买非环保产品”时,67%的村民给出的答案是“没有考虑过,消费时几乎不会考虑是否环保这一问题”,另有27%的村民承认“需要时,只要比同类型商品便宜就买”,只有2%的村民选择“为了保护生态环境,坚决不买”。部分村民解释道:

如果不用化肥,地里的庄稼肯定长得不好,这样就没办法卖个好价钱,一家老小就靠这点庄稼卖个好价钱,为了能让家里多点收入,让庄稼长得壮一点,只能使用化肥。其实我也不想用化肥,现在的化肥那么贵,但不用化肥庄稼就长不好,没办法,再贵也得用,不然就不要指望卖个好价钱了。我们就想着能多卖点钱,没有想过环不环保这个问题。(7月10日14:10—14:30与一位65岁男性村民的访谈记录)

我也知道用塑料袋对环境不好,但布袋子带在身上太麻烦,俺这小超市又给塑料袋,不要钱,用起来也方便。(7月11日8:25—8:40与一位27岁女性村民的访谈记录)

波普金(Samuel Popkin)的“理性小农”认为,“农民也是理性的经济人,追求利益的最大化以及最优的资源分配是其行为的现实动机”<sup>[33]</sup>,但由于乡村教育没有普遍引起重视,村民科学文化水平较低,无法真正把握自身的最大化利益和最优的资源分配方式,从而导致村民“不会”进行生态消费,在消费过程中常常出现为了片面强调眼前经济效益,而损害生态环境的行为。

#### 四、伦理“缺场”导致乡村消费伦理困境

正如恩格斯所言:“一切社会变迁和政治变革的终极原因……应当到有关时代的经济中去寻找”<sup>[34]</sup>,乡村消费伦理现状的好坏很大程度上取决于村民收入水平的高低。与此同时,“‘理念’创造的‘世界观’常常以扳道工的身份规定着轨道,在这些轨道上,利益的动力驱动着行动”<sup>[35]</sup>,因此,除经济原因外,“根植于传统乡村社会生产、生活和交往方式的‘乡土伦理’逐渐‘退场’,而与当前乡村市场经济发展相适应的伦理文化尚未建构并‘出场’,由此产生的乡村社会伦理‘缺场’现象”<sup>[36]</sup>,也是造成乡村消费伦理现状的重要因素。具体来看,主要体现在以下几个方面:

##### (一)制度伦理“缺场”:农村社会保障体系不健全

制度伦理(institutional ethics)是一种关于制度的伦理属性及其伦理价值的概念,在价值理性与工具理性的双重意义上考察制度的合理性,既对制度的本质及其合理性根据作理论分析,亦对制度的具体结构、运行机制及其过程作实证分析<sup>[37]</sup>。有效的制度伦理设计能够实现预定目标,引导群体行为,然而当前致力于保障农村安全与稳定的社会保障制度无论是在内容设置上还是在具体操作过程中都还存在一些问题,未能彻底解决村民的后顾之忧,致使村民为确保“不时之需”,必须克制自身消费欲望,“不敢”消费。调研发现,目前J村社会保障体



系尚处于不健全状态,在救助、保险、福利等方面还无法真正做到保障村民利益。

第一,农村社会救助体系覆盖面不广。“农村社会救助是最低层次的社会保障,包括扶贫、灾害救助、‘五保’供养和最低生活保障制度等诸多方面。”<sup>[36]</sup>自 2006 年在制度上全面取消农业税以来,农民的经济压力得到缓解,但乡村公共事业的财政基础也随之削弱,从而使用于农村社会救助体系的支出相对不足。近年来,在国家财政支持下,乡村扶贫等部分救助项目受到关注,但受自然因素影响较大的农作物收入却没有得到很好保障,导致村民对农作物等基本收入没有稳定预期,进而“不敢”消费。

第二,农村社会保险体系经济补偿不足。“农村社会保险是农村社会保障制度的核心,是较高层次的社会保障。包括养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等诸多方面。”<sup>[37]</sup>在调研中了解到,当前 J 村基本实现了养老保险和医疗保险的全覆盖,“因病返贫”现象得到了根本遏制。但由于保险经济补偿制度在设计上更多的依赖于经济发展状况,缺少足够的政策性补偿,致使农村社会保险经济补偿能力不足,从而导致部分村民依然要为养老和医疗积攒大量收入,最终影响消费欲望。

第三,农村社会福利体系贯彻不实。“农村社会福利是最高层次的社会保障,包括老年福利、儿童福利、残疾人福利和妇女福利等。”<sup>[38]</sup>作为最高层次的社会保障体系,遵循弱势群体优先的制度设计原则,为老人、儿童、残疾人和妇女的发展增加了一层保障,但由于这一制度的配套设施尚未完全落实,从而无法从根本上使相关村民享受更多的福利,进而在一定程度上影响了他们的消费欲望。

## (二) 责任伦理“缺场”:精神消费环境落后

责任伦理(Ethics of Responsibility)意味着“一个行为的伦理价值首先在于行为的后果,行动者必须对后果承担责任”<sup>[37]</sup>。责任伦理要求乡村工作者必须对其行为后果负责,然而乡村工作者在提供乡村精神文化服务、引进乡村精神文化产品、营造乡村精神文化市场时并未充分考虑这些行为是否会被村民接受,是否为村民真正需要的精神消费产品,从而造成乡村精神消费环境落后的困境。

第一,精神消费服务与村民欲求不符。伴随乡村文化重要性不断凸显,“农家书屋”、电影下乡、送戏下乡等活动逐渐在乡村出现。然而,在调研中发现,这种形式的精神消费与村民的欲求并不相符,并没有真正站在村民的立场上考虑其需要。受日常生活习惯限制,村民尚未养成定期阅读书籍的习惯,与此同时,随着智能手机的不断普及,具有阅读能力的村民更愿意利用空闲间隙在手机上灵活阅读,从而造成“农家书屋”形同虚设,无法起到预期效果。除此之外,网络和有线电视的入户,大量戏剧影视资源村民在家中便可享受,传统形式的电影下乡和送戏下乡已不再成为村民们的欲求。

第二,精神消费产品与乡村生活脱节。在现有精神消费服务无法满足村民欲求的同时,精神消费产品“存在着有数量缺质量、有‘高原’缺‘高峰’的现象,存在着抄袭模仿、千篇一律的问题,存在着机械化生产、快餐式消费的问题”<sup>[39]</sup>,没有做到“从人民的伟大实践和丰富多彩的生

活中汲取营养”<sup>[39]</sup>,与“接受者不熟,或者简直生疏得很”<sup>[40]</sup>,严重脱离乡村生活实际。这种精神消费产品缺乏对村民最基本的责任,与村民日常生活有着不可逾越的鸿沟,无法与村民建立起情感共鸣,得不到村民的认可,进而抑制乡村精神消费。

第三,精神消费市场与时代悖离。乡村长期处在由血缘组织起的社会中,人们的“家族意识”非常强烈,加之我国儒教又经常强调祭祀、丧葬等消费必须符合“礼”,不能敷衍了事,于是大办祭祀丧葬逐渐成为村民的一种“责任”,进而演变成迷信、愚昧的乡村精神消费。调研中发现,不论家庭条件如何,许多村民在婚丧嫁娶、盖房等重要事情之前,普遍认为自己有责任去请人进行“占卜”或“看风水”,并将其“鉴定结果”作为指导意见行事。这种由扭曲的责任意识所带来的腐朽落后的精神消费,占据着乡村精神消费市场,不断左右村民的思想,控制他们的言行,使村民深陷其中不能自拔,从而不能进行高质量的精神消费。

### (三)教育伦理“缺场”:科学文化水平偏低

教育伦理(Educational Ethics)强调受教育的公平性与公正性,农民作为农业活动的主体有权利也有义务学习更多有关生态消费的知识。通常情况,农户并没有蓄意污染的主观动机,之所以滥用化肥农药,主要是缺少环境知识和环保意识<sup>[41]</sup>。具体而言,村民科学文化知识、科学文化知识以及科学文化技能还处在较低水平,无法树立生态消费观念、把握生态消费内涵、实践生态消费行为,即“不会”进行生态消费。

第一,科学文化知识薄弱。以往乡村教育以“填鸭式”为主,对“启发式”教育缺少应有的关注,尚未培养起村民的科学文化知识,使村民在遇到新问题时只能借助以往经验进行判断,不会综合利用最新的科学文化思维进行思考,从而在消费过程中趋于习惯的考量其经济效益,对消费的道德尺度缺乏最基本的关注。比如,面对土地与水源,村民尚未意识到这些自然资源并不是源源不断的,尽管其自身有“再生”的能力,但如果人类的消费速度超出了生态的最高承受限度,那么“再生”资源也将面临枯竭,最终威胁人类的生存。总的来说,现阶段在乡村消费过程中,绝大部分村民会为了经济上的小利而牺牲生态上更大的利益,尚未树立良好的生态消费观念。

第二,科学文化知识欠缺。生态消费作为近年来热点问题,需要村民运用科学文化知识给予充分认识。然而,由于以往教育中缺少对生态问题的关注,村民很难在短时间内对生态消费进行完整而准确的把握,不能正确认识生态消费中各种伦理关系,对消费者的道德责任和道德义务更是知之甚少。调研中发现,很多村民完全不懂生态消费内涵,简单地认为生态消费就仅仅为了保护环境,不讲究任何经济效益,从而将环境保护与经济效益隔绝开来。

第三,科学文化技术不足。生态消费的实现离不开科学文化技术的支持,村民之所以将环境保护与经济效益隔绝开来,一方面由于乡村教育缺少必要的科学文化知识;另一方面是乡村教育忽视了科学文化技术教育的重要性,尤其是和农业有关的技术教育。科学文化技术,可以调和很多看似矛盾的事情,从而获得更大范围的共赢。以调研中村民所强调的施肥问题为例,村民认为不对农作物施肥就无法获得预期产量,但通过科学文化技术的分析可以发现,村民对

农作物进行的大部分施肥属于无用劳动,农作物缺少的只是肥料中某种微量元素,而这完全可以利用科学技术手段进行精准施肥,从而达到既减少污染,又提高产量的双重效益。

## 五、结合社会力量和乡村资源,让伦理“回归”乡村

“农村和农民问题是世界性难题,也是中国的世纪性难题”<sup>[42]</sup>,乡村的消费伦理问题便是其中之一。这一问题的解决不能只靠社会力量“由外而内”的逐步渗透,也不能单凭乡村资源“由内而外”的自行运作,只有将社会力量内化到村民日常消费中去,充分调动乡村资源,让“伦理‘回归’乡村”<sup>[36]</sup>,才能彻底解决村民“不敢”“不能”“不会”消费的尴尬境况。

### (一)融入制度伦理关怀,完善农村社会保障体系建设,让村民“敢”消费

农村社会保障体系“是国家为了保持经济发展和社会稳定,对农民在年老、疾病、伤残、失业、遭遇灾害、生活困难的情况下,由政府和社会依法给予物质帮助,以保障农民基本生活的一种社会制度,主要包括农村社会救助体系、农村社会保险体系以及农村社会福利体系”<sup>[38]</sup>,彰显着制度设计过程中对村民的伦理关怀。一般来说,农村社会保障与乡村消费欲望状况呈正相关关系,保障越健全,村民消费欲望越强烈,越敢消费,从而能够更加全面的发展自身,不断将“人的世界即各种关系回归于人自身”<sup>[43]</sup>。因此,解决乡村消费的伦理困境必须完善农村社会保障体系建设,“提高不同制度间的协同衔接水平”<sup>[44]</sup>,让村民真正“敢”消费。

第一,扩大农村社会救助体系覆盖面。农村社会救助作为农村社会保障的最低层次需求,关系到每一位村民的切身利益。国家必须加大对乡村财政支持力度,帮助村民解决单靠个人力量解决不了的道路修建、水渠灌溉等公共问题,给村民日常生活和生产以必要保障。值得注意的是,“国家其实不可能解决农民所有的问题,尤其是不同农村地区差异极大,农民的公共品需求完全不同,离开农民的主体性及其需求偏好的有效表达,国家为农民提供的公共品就可能无效”<sup>[45]</sup>。因此,在设计制度时应使国家将资金直接划拨到村级组织,由村民自主决定资金的投入去向,进而让村民有针对性地设计属于自己的农村社会救助体系制度,扩大农村社会救助体系覆盖面。

第二,提高农村社会保险经济补偿额度。农村社会保险体系的有效实施能够在一定程度上消除村民在养老、医疗等方面的顾虑,从而增加村民消费欲望。农村社会保险经济补偿额度的提高需要政府在设计相关制度时充分考虑村民的现实处境,加大对农村社会保险的政策扶持力度。与此同时,农村社会保险制度的制定需要体现公益性,扩大保险范围。以新型农村合作医疗保险为例,应将村民常见的易发病等日常门诊纳入保险范畴,这不仅能够缓解村民日常医药开销,而且可以提高村民身体素质,降低大病发病率,进而减少因大病带来的高额经济补偿。

第三,落实农村社会福利体系。农村社会福利体系是对农村社会保障体系更高层次的要求,代表农村社会保障体系的最高水平。在乡村现有财政有限的情况下,村民应打破“一个马铃薯”<sup>[29]</sup>的孤立状态,突破传统以家庭为单位的共同体概念,逐步形成乡村成员之间的认同

感和归属感,构建“新型乡村伦理共同体”<sup>[46]</sup>制度体系。在这一背景之下,乡村村民有着“基本认同与行动单位”<sup>[45]</sup>,对村庄具有良好的预期,乡村不再仅是物质的存在,更大程度上有着精神的寄托,从村庄走出的人更愿意为乡村发展出谋划策,改善村民生活水平;在乡村生活的人也能够更大范围上进行合作,发展乡村公共事业,壮大乡村经济,提高乡村社会福利水平。

## (二)加强责任伦理建设,改善乡村精神消费环境,让村民“能”消费

乡村消费环境是合理引导村民消费,尤其是精神消费的基本着力点。现阶段改善乡村消费环境与构建乡村共同体的社区文化具有内在一致性,其关键在于,树立责任伦理意识,“继承并进一步打造具有自身特色的村庄地域文化,通过形式丰富、行之有效的方式获得农民的接受和喜爱,吸引其主动参与,从而强化其对村庄共同体的心理认同和文化认同”<sup>[46]</sup>,改善乡村消费环境,为村民提供真正符合自身发展需求的乡村精神文化,让村民“能”进行精神消费。

第一,立足村民欲求,创新精神消费服务。伴随乡村生活水平的不断提高,村民对精神消费服务的要求也发生改变。乡村精神消费服务必须增强责任意识,不能走简单的“自上而下”的“模式化”道路,必须立足于村民真实需求和自身特点,为村民提供具有针对性的精神消费服务。具体而言,一方面,创新精神消费服务要对村民需求有全面了解,始终围绕村民意愿进行创新;另一方面,要准确把握村民特点,充分利用村民日常消费途径和形式提供精神消费服务,从而吸引村民参与其中,提高乡村精神文化消费水平。

第二,依托乡村生活,创造精神消费产品。“文艺创作方法有一百条、一千条,但最根本、最关键、最牢靠的办法是扎根人民、扎根生活。”<sup>[39]</sup>乡村精神消费产品作为文艺的一种表现形式,同样不能离开乡村生活和乡村村民。精神消费产品的创造者不能“以自己的个人感受代替人民的感受,而是要虚心向人民学习、向生活学习,从人民的伟大实践和丰富多彩的生活中汲取营养,不断进行生活和艺术的积累,不断进行美的发现和美的创造”<sup>[39]</sup>。乡村精神消费并不是城市精神消费的滞后,不能简单的将城市过时的产品带到乡村进行重复消费,乡村生活有其自身特点和发展规律,精神消费产品的创造者必须以高度的责任感,依托乡村大量资源进行创作,“注重雅俗共享,以高雅为内核,以通俗为表象,用农民喜闻乐见的表现形式展现精深的文化内涵”<sup>[47]</sup>,从而赢得村民的认可,实现“‘地方性知识’与‘普适性意义’的有效整合”<sup>[48]</sup>。

第三,紧跟时代脉搏,创建精神消费市场。以往乡村精神消费市场没有受到应有重视,从而给封建迷信消费留下可乘之机。当前创建精神消费市场,必须紧跟时代脉搏,以“传递真善美,传递向上向善的价值观,引导人们增强道德判断力和道德荣誉感,向往和追求讲道德、尊道德、守道德的生活”<sup>[39]</sup>为使命,将腐朽没落的封建文化糟粕彻底驱逐出乡村精神消费市场的舞台。在此基础之上,充分挖掘乡村优秀历史文化传统的现代价值,实现“‘历史之根’与‘现代之源’的成功嫁接”<sup>[48]</sup>。

## (三)强化教育伦理实践,提高村民科学文化水平,让村民“会”消费

“教育作为人类社会的重要构成部分,对社会的发展有着重要影响力”<sup>[49]</sup>,伴随义务教育不

断普及,乡村识字率有了明显提高,然而村民“不但要识字,还要有文化,有觉悟,有学识”<sup>[50]</sup>,只有达到一定的科学文化水平,才能够准确把握消费过程中的各种矛盾,并进行深刻的伦理思考,从而做出正确的道德评价和道德选择。具体而言,树立生态消费观念、把握生态消费内涵、实践生态消费行为,让村民“会”进行生态消费,需要不断强化教育伦理实践,使村民能够增长科学文化意识、增加科学文化知识、增强科学文化技术。

第一,增长科学文化意识,树立生态消费观念。“能否建立一种可持续的生活方式,关键在于人们观念的转变。观念的转变固然不能一蹴而就,但也不是不可能完成的任务”<sup>[51]</sup>,科学文化意识的增长能够提高村民认识问题和解决问题的能力,从而有助于生态消费观念的树立。增长村民的科学文化意识,首先需要尊重村民的主体性,与村民建立平等的对话氛围,在沟通中不断向村民传授科学文化理念,强调消费是经济评价和伦理评价的统一,逐步引导村民“走出消费仅仅是经济行为的传统观念,从消费也是一种伦理文化行为的角度出发”<sup>[52]</sup>,重新审视消费、转变消费观念。除此之外,还需要配合有力的传播媒介,扩大宣传力度,在潜移默化的熏陶中提高村民的科学文化意识,让村民真正理解生态消费的重要性,从而树立生态消费观念。

第二,增加科学文化知识,把握生态消费内涵。改造主观世界离不开科学文化知识,对生态消费内涵的正确把握就需要不断增加科学文化知识,让村民能够“积极学习先进的农业生产技术,自觉做到高效生产,大力发展生态农业,正确处理各类生产垃圾”<sup>[53]</sup>。当前增加科学文化知识必须完善乡村教育,切实落实乡村义务教育,“进一步加大财政经费总的投入,特别是对农村义务教育的投入”<sup>[54]</sup>,开展各种形式的科学文化知识培训班。值得注意的是,开展乡村教育必须结合乡村实际,努力创新教育形式,采用村民能够普遍接受的形式进行教育,真正达到增加村民科学文化知识的目的,进而把握生态消费内涵。例如,可以利用村民习惯在空闲时间打牌的特点,以牌面作为载体,将生态消费的相关知识融入其中,让村民在娱乐中逐渐领悟生态消费内涵。

第三,增强科学文化技术,实践生态消费行为。改造客观世界离不开科学文化技术,生态消费的实现必须建立在熟练掌握科学文化技术基础之上,“借助农业科技普及生态知识,能为生态消费提供精神动力与智力支持”<sup>[47]</sup>。现阶段增强村民科学文化技术不能“忽视了技术性实践,应契合于伦理标准的必要性”<sup>[55]</sup>,同时需要因地、因材施教,充分考虑村民的实际接受能力和需要,“根据当地社会自然环境灵活实施”<sup>[56]</sup>,切忌套用、照搬空洞的理论,真正能让村民“学以致用”。具体而言,乡村需要根据自身地域特色,积极引入既符合伦理规范又适合本村农业发展要求的技术,派出专业技术人员,深入农户向村民有针对性的传授先进技术,指导村民实践生态消费行为。与此同时,还应努力构建乡村专职科技人才队伍,为乡村生态消费行为的实践提供技术支持和人才保障,不断“依靠科技支撑和创新驱动,提高土地产出率、资源利用率、劳动生产率,努力走出一条生产技术先进、经营规模适度、市场竞争力强、生态环境可持续的中国特色新型农业现代化道路”<sup>[57]</sup>,将生态消费落到实处。

## 六、结论与启示

围绕消费的边界、消费与道德的关系等内容学界对消费这一主题展开了诸多研究,但专门针对乡村消费伦理的研究相对较少。在分析消费伦理思想变迁的基础上,通过J村的实证调查发现,当前乡村村民的消费质量有了明显提升,但也面临消费欲望不足、精神消费质量薄弱、生态消费欠缺等“不敢”“不能”“不会”消费的伦理现状。从伦理视角而言,造成这一困境的主要原因在于制度伦理、责任伦理、教育伦理在乡村的“缺场”。因此,改变这种状况首先需要乡村中融入制度伦理关怀,完善农村社会保障体系建设,让村民“敢”消费;其次需要加强责任伦理建设,改善乡村精神消费环境,让村民“能”消费;最后强化教育伦理实践,提高村民科学文化水平,让村民“会”消费,让伦理“回归”乡村,促进乡村消费伦理良性发展。具体而言,根据不同乡村特点不断完善社会救助、社会保险以及社会福利等农村保障体系建设,扩大农村社会救助体系覆盖面、提高农村社会保险经济补偿额度、落实农村社会福利体系,在制度上给予村民伦理关怀,解决村民后顾之忧。与此同时,以村民为服务主体,创新精神消费服务、创造精神消费产品、创建精神消费市场,满足村民日益增长的精神消费需求,积极引导、支持村民进行高质量的精神消费。最后,对村民进行有针对性地培训,使村民能够增长科学文化意识、增加科学文化知识、增强科学文化技术,将生态消费落到实处。

“在每一个村庄里都有一个中国”<sup>[6]</sup>,一定意义上村庄就是中国的缩影。因此,对乡村消费伦理的实证研究绝不仅仅是为了解决某一具体村庄的问题,而是希望通过对个案的分析不断促进我国消费伦理的完善,合理增加消费对经济增长的贡献率。

### 注释:

①J村的田野调查采用问卷调查与深度访谈相结合的方式。问卷调查采取多阶段系统抽样的方式进行,其中发放150份问卷,最终收回100份有效问卷。问卷调查的结果采用SPSS19.0高级统计软件进行数据处理及统计汇总分析。此外,笔者在J村以半结构式的深度访谈方式进行了8例个案访谈。受访对象兼顾了年龄、性别、职业、收入等原则,访谈地点大多为田间地头和村民家中。

### 参考文献:

- [1] 樊纲.“不道德”的经济学[J].读书,1998(6):50-55.
- [2] 周中之.消费伦理[M].郑州:河南人民出版社,2002.
- [3] 唐凯麟.对消费的伦理追问[J].伦理学研究,2002(1):34-38.
- [4] 甘绍平.论消费伦理——从自我生活的时代谈起[J].天津社会科学,2000(2):9-14.
- [5] 王露璐,汪洁,等.经济伦理学[M].北京:人民出版社,2014:275.
- [6] 徐新.消费伦理研究[D].长沙:中南大学,2008:4-5.
- [7] 何小青.消费伦理研究[M].上海:上海三联书店,2007:16.
- [8] 周中之.当代中国消费伦理规范体系研究[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2013(2):61-69.
- [9] Crocker D. Consumption, Well-Being, and Capability[M]. In Crocker D, Linden T (eds). Ethics of Consumption: The Good Life, Justice, and Global Stewardship. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 1998:383.

- [10] 刘昂,王露璐.20世纪以来的中国乡村伦理研究:进展、现状与问题[J].伦理学研究,2016(3):121-126.
- [11] 王露璐.乡土伦理——一种跨学科视野中的“地方性道德知识”探究[M].北京:人民出版社,2008:179.
- [12] 王露璐.若干经典理论对乡村经济伦理研究的资源意义[J].伦理学研究,2007(1):74-78.
- [13] 马克思恩格斯文集:第9卷[M].北京:人民出版社,2009:99.
- [14] 亚当·斯密.国富论:上卷[M].郭大力,王亚南,译.北京:商务出版社,1972:310.
- [15] 马克思·韦伯.新教伦理与资本主义精神[M].黄晓京,彭强,译.成都:四川人民出版社,1986:135.
- [16] 伯纳德·孟德维尔.蜜蜂的寓言——私人的恶德,公众的利益[M].肖聿,译.北京:中国社会科学出版社,2002:17.
- [17] 凯恩斯.就业利息和货币通论[M].高鸿业,译.北京:商务出版社,1996:109-110.
- [18] 艾伦·杜宁.多少算够:消费社会与地球的未来[M].肖聿,译.长春:吉林人民出版社,1997:12.
- [19] 芭芭拉·沃德,勒内·杜波斯.只有一个地球:对一个小小行星的关怀和维护[M].《国外公害丛书》编委会,译校.长春:吉林人民出版社,1997:165.
- [20] 弗朗索瓦·佩鲁.新发展观[M].张宁,丰子义,译.北京:华夏出版社,1987:19.
- [21] 秦鹏.生态消费法研究[M].北京:法律出版社,2007:28.
- [22] 卢风.论消费主义价值观[J].道德与文明,2002(6):34-36.
- [23] 曹孟勤.欲望消费与生态危机[J].兰州大学学报(社会科学版),2003(1):58-62.
- [24] 曾建平.消费方式生态化的价值诉求[J].伦理学研究,2010(5):89-94.
- [25] 张荣华,王绍青.生态马克思主义对我国生态文明建设的启示[J].环境保护,2017(6):52-55.
- [26] 中华人民共和国国家统计局编.中国统计年鉴 2016[M].北京:中国统计出版社,2016:82.
- [27] 厉以宁.消费经济学[M].北京:人民出版社,1984:1.
- [28] 马克思恩格斯文集:第2卷[M].北京:人民出版社,2009:566.
- [29] 詹姆斯·C.斯科特.农民的道义经济学——东南亚的反叛与生存[M].程立显,刘建,等译.南京:译林出版社,2013:6.
- [30] 周中之.全球化背景下的中国消费伦理[M].北京:人民出版社,2012:108.
- [31] 张磊.中国传统农业文化的生态意蕴及其当代价值[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2016(5):155-160.
- [32] 曾建平,黄以胜.“消费—生态”悖论的伦理意蕴[J].中州学刊,2013(7):106-109.
- [33] S. Popkin. The Rational Peasant: The Political Economy of Rural Society in Vietnam[M]. Berkeley: University of California Press. 1979:3-4.
- [34] 马克思恩格斯文集:第3卷[M].北京:人民出版社,2009:547.
- [35] 马克思·韦伯.儒教与道教[M].王容芬,译.北京:商务印书馆,1995:19-20.
- [36] 王露璐.伦理视角下中国乡村社会变迁中的“礼”与“法”[J].中国社会科学,2015(7):94-107.
- [37] 朱贻庭.伦理性大辞典:修订本[M].上海:上海辞书出版社,2011:268-270.
- [38] 张秀生,马晓鸣.农村社会保障与农民收入增长的互作用分析[J].武汉大学学报(哲学社会科学版),2009(2):255-260.
- [39] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[N].人民日报,2015-10-15.
- [40] 毛泽东选集:第3卷[M].北京:人民出版社,1991:850.
- [41] 张玉林.农村环境:系统性伤害与碎片化治理[J].武汉大学学报(人文科学版),2016(2):9-12.
- [42] 徐勇.农民改变中国[M].北京:中国社会科学出版社,2012:总序第1页.
- [43] 马克思恩格斯文集:第1卷[M].北京:人民出版社,2009:46.
- [44] 李鹏.城市贫困家庭养老经济约束困境与应对策略[J].四川理工学院学报(社会科学版),2017(2):16-33.
- [45] 贺雪峰.新乡土中国:修订版[M].北京:北京大学出版社,2013:287.

- [46] 王露璐.乡村伦理共同体的重建:从机械结合走向有机团结[J].伦理学研究,2015(3):118-122.
- [47] 张永红.我国农村生态消费的困境与超越[J].马克思主义研究,2016(4):85-93.
- [48] 王露璐.新乡土伦理——社会转型期的中国乡村伦理问题研究[M].北京:人民出版社,2016:9-10.
- [49] 冉亚辉.试论教育的三大基本定律[J].重庆师范大学学报(哲学社会科学版),2016(5):103-107.
- [50] 列宁选集:第4卷[M].北京:人民出版社,2012:366.
- [51] 张容南,卢凤.消费主义与消费伦理[J].思想战线,2006(2):1-6.
- [52] 周中之.消费伦理:生态文明建设的重要支撑[J].上海师范大学学报(哲学社会科学版),2015(5):16-22.
- [53] 杨艳,刘慧婷,徐懿佳.转变农村消费模式与实现生态消费[J].农村经济,2011(1):58-62.
- [54] 王泽龙.公平教育视角下的农民子女义务教育问题[J].武汉大学学报(人文科学版),2016(2):18-21.
- [55] 郇平.技术性实践走向善何以可能[J].中州学刊,2014(2):104-109.
- [56] 怀洋洋,叶林鑫.城乡建设用地增减挂钩中农民利益保障研究——基于Z村并居案例[J].四川理工学院学报(社会科学版),2015(2):47-55.
- [57] 中央农村工作会议在北京举行[N].人民日报,2013-12-25.
- [58] 熊培云.一个村庄里的中国[M].北京:新星出版社,2011:自序第1页.

责任编辑:万东升

## The Rural Consumption Ethics in China —Based on an empirical study on J Village

LIU Ang

(School of Public Administration, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

**Abstract:** Consumption is not only an economic activity, but also an ethical one. Therefore, to study this ethical relationship involves consumer ethics. In the light of their own class stand and economic status, thinkers from China and the West have just tried to explain consumption and its ethical value, from which valuable thought resources for the study of rural consumption ethics have been provided. The academic view of consumer ethics is different, they all accept the specification and guiding function of morality in consumption and emphasize the impact of morality on consumer behavior. The study of consumer ethics helps to clarify the relationship between consumption and morality and guide people to establish a good concept of consumption so that the contribution rate of consumption to economic growth can be promoted within a proper range. However, most of the researches on consumption ethics are based on society, the rural consumption problem from ethical perspective is rarely involved at present. As a microcosm of Chinese society, rural areas are the key to understand China in a great change era. Through field investigation of J village in the north of Jiangsu Province, the rural consumption structure has improved with the improvement of rural economic development. But their attitudes towards consumption are of low desire and low quality due to weak spiritual consumption and backward idea due to the lack of ecological consumption in rural areas. In addition to economic reasons, the formation of this situation mainly lies in the lack of rural social system, responsibility and educational ethics, for which the rural social security system is not perfect, the rural spirit consumption environment is relatively backward, and the villagers' scientific and cultural level is somewhat low. To change the status quo, societal forces and rural resources should be combined, through which the ethic can go back to the rural areas to perfect the rural ethics and the contribution rate of consumption to economic growth can be promoted within a proper range.

**Key words:** China; rural consumption; consumption ethic; rural social security system; spiritual consumption environment; scientific and cultural level