

消费伦理在当代中国疫情防控中的价值

周中之

(上海师范大学 都市文化研究中心, 上海 200234)

摘要:加强消费伦理研究,对于防控新冠肺炎疫情有着重大价值。拒绝滥食野生动物是斩断新冠病毒传播的必然要求,必须革除滥食野生动物的陋习,必须正确认识人和自然的伦理关系。消费的自由与消费的道德责任是紧密结合在一起的,消费者责任意识的培养将大大降低市场对野生动物的消费需求,减少社会公共卫生的风险,同时以最低的社会成本达到防范公共卫生风险的良好效果。要移风易俗,变革传统的消费伦理观念,构建新时代疫情防控消费伦理:建立以“文明健康卫生”为优先的消费伦理价值观,推动餐桌上传统消费伦理方式的变革,加强消费者的道德自律与社会消费伦理风尚的引领。

关键词:消费伦理;疫情;防控

中图分类号:B829

文献标识码:A

文章编号:1006-6365(2020)04-0034-08

加强消费伦理研究不仅有利于经济建设、文化建设、生态文明建设,而且有利于推动公共卫生事业建设,搞好疫情防控工作。中国人民在实现中华民族伟大复兴的梦想中,必须进行伟大斗争,应对重大挑战,抵御重大风险。公共卫生中的疫情防控是中国人民在发展中面临的重大挑战和重大风险之一。我们必须认真研究消费伦理在疫情防控中的重大价值,为打赢这场疫情防控的人民战争作出应有的贡献。

一、革除滥食野生动物的陋习是当代中国消费伦理研究的重大课题

一场突如其来的新冠肺炎疫情袭击中国,严重威胁着中国人民的生命安全和身体健康,严重影响着当代中国社会的稳定和经济的发展。变革消费伦理观念,革除消费陋习,拒绝非法野生动物端上餐桌,是打赢这场疫情防控的人民战争的必然要求,是当代中国消费伦理研

究的重大课题。

任何国家和民族的消费伦理观念,都是在长期的历史发展过程中形成的,是其文化传统的重要组成部分。革除滥食野生动物的陋习,必须全面认识在中国历史文化基础上建立起来的消费伦理观念。

中国古代强调“民以食为天”的理念,把满足社会成员对于食物的基本需求作为治国理政的基础。但中国古代是以自给自足的农业经济为主体的社会,“靠天吃饭”是其特点。经常性、周期性的灾荒造成了基本食物的匮乏,威胁着人的生存。为了度荒,许多原来前人尚未食用过的野生植物和动物被端上了餐桌,成为人们果腹的“佳肴”。而一旦饥荒过后,这些食谱作为生存知识流传于世。中国历代救荒的史书真实记录了度荒食谱,为后人拓宽食物选择范围提供了依据。在历史的长期发展中,不断有人尝试前

收稿日期:2020-04-08

基金项目:教育部人文社会科学专项研究项目“生态文明建设与绿色消费伦理观念研究”(18JF222)。

作者简介:周中之,男,上海人,上海师范大学都市文化研究中心研究员,上海师范大学马克思主义学院教授、博士生导师。

人未曾吃过的食物,并渐渐成为习俗,沉淀到民族的心理中,对消费伦理评价产生了深刻的影响。有人说,“第一个吃螃蟹的是英雄”,并得到不少人的首肯,这从荣辱评价的侧面反映了鼓励餐食者不断尝试新的野生动物的消费伦理观。诚然,在中国传统饮食文化中也蕴含着诸多美德,例如强调“一粥一饭,当思来之不易”的节俭理念,而将野生动物端上餐桌则有着明显的弊端,因为它不可避免地潜伏着传染动物携带的病毒的巨大风险。但在世俗生活中,人们的欲求难以控制,以致滥食野生动物成为消费的陋习。为了铲除重大公共卫生的隐患,革除消费陋习,必须深刻反思传统消费伦理观念。以下三方面的消费伦理观念必须认真加以分析:

一是“面子论”。中国人在消费过程中,很重视“面子”。“面子”中蕴含着太多的文化心理信息,讲“面子”反映了中国文化在伦理关系上的显著特点。一直以来,中国人有以讲“面子”为荣、丢“面子”为耻的文化心理。在餐桌上,主人用野生动物甚至珍稀野生动物招待客人被视为很有“面子”。此举在满足客人口腹之欲的同时也满足了主人的虚荣心。从21世纪公共卫生安全的要求来审视,这种重“面子”的伦理观念驱动下的消费行为,带来了巨大的公共卫生风险,是绝不可取的。

二是“美味论”。中国地大物博,一些地区依山傍水,野生动物资源非常丰富。这些地区的人们喜食野味,长期以来形成了习俗。他们偏爱原汁原味,认为与家养动物相比,野生动物纯天然、无污染,在口感上和心理上更容易接受。然而,这种消费伦理观是片面的。只讲美味,不讲卫生安全,害人害己。卫生安全是第一位的,离开了卫生安全来追求美味,一旦中招,后悔晚矣。

三是“养生论”。中国传统文化中有“药补不如食补”“吃啥补啥”的养生说。这种养生说是人

们食用野生动物的重要心理驱动之一,它认为犀角、羚羊角、虎鞭、穿山甲鳞片、熊掌、熊胆汁等一些野生动物身上的东西能够增强人的体质,延年益寿,或者能够滋阴壮阳,提高生活质量。应该指出的是,野生动物的医药和滋补作用有被夸大的成分,甚至其滥食有被误导的可能。尽管如此,还有许多人乐此不疲,希望尽可能地满足这方面的要求。在食用野生动物和养生的关系中,需要用科学的态度澄清认识的迷雾,这样才能改变这种消费陋习

滥食野生动物的陋习是社会生活中的具体现象,但其背后有着深刻的生态价值问题。这一价值问题的核心是人和自然的伦理关系问题。在许多人看来,动物只是为人而活着,非与人共享这个地球,野生动物依照人类欲望成为盘中餐是无可厚非的。在这样的伦理理念下,要改变滥食野生动物的陋习变得很困难。因此,必须建立正确的生态价值观,建构人与自然和谐共生的伦理关系。

进入近代社会后,科学技术的突破和生产力的提高改变了世界,推动了人类社会从对神和自然的恐惧中摆脱出来。西方启蒙理性所宣扬的现代性价值体系,在主体和客体二分的机械论哲学世界观基础上,把人类与自然的关系归结为控制和被控制、利用和被利用的工具性关系。“有用性”的标准推动着人类不断向自然开战,满足人类无节制的欲求。自然不再被敬畏,野生动物满足人类的口腹之欲也成为生活中司空见惯的事情,人们沉醉于对自然的胜利之中。然而,到了现代社会,人和自然的关系越来越紧张,生态危机使人类开始反思人和自然的伦理关系。站在时代潮流前沿的学者们运用有机论和整体思维揭示了地球有机体是一个相互联系、相互作用的有机整体,人和自然是和谐共生的伦理关系。这一伦理关系要求考虑自然的价值和权利,恢复对自然的敬畏。

在餐桌上,人类为所欲为,滥食野生动物诱发乱捕滥猎、非法交易野生动物,不仅危害到动物的种群安全和生态安全,也成为公共卫生安全的重大隐患。这是自然对人类的报复。只有对自然存有敬畏之心,行动上才能拒绝野味。敬畏自然,是树立当代正确生态价值观的应有之义。这是其一。

其二,要辩证地认识人与自然的伦理关系。人是自然界长期发展的产物,自然对于人类具有“先在性”。人靠自然界生活,自然不仅给人类提供了生活资料来源,而且给人类提供了生产资料来源。自然物构成人类生存的自然条件,人类在同自然的互动中生产、生活、发展。人类善待自然,自然也会馈赠人类,反之,自然也会惩罚人类。

辩证地认识人与自然的伦理关系,就是要将开发利用自然资源和尊重保护自然资源统一起来,其伦理要求是“文明健康”“取用有度”。自然是生命之母,人与自然是生命共同体,尊重自然和尊重生命、敬畏自然和敬畏生命是内在地结合在一起的。远古时代,人类主要通过狩猎获取食物以维持生存。但现在时代变了,生活在现代工业文明时代的人们,脑袋不能停留在茹毛饮血的远古时代。尊重自然和尊重生命是现代文明人应该具备的道德素质,有的人在销售、食用野生动物的过程中用不人道的方法加以宰杀、加工,这显然是有违伦理的,必须加以严厉谴责。人类不能无限制地向自然索取,生态要平衡,取用要有度。许多濒临灭绝的野生动物必须加以保护,决不能用于食用和药用。对于那些可能造成公共卫生风险的野生动物,必须全面禁食。

二、消费的自由与疫情防控中的道德责任

革除滥食野生动物的陋习,对于预防重大公共卫生事件的发生意义重大。它是一项系统工程,需要全民参与,共同参加治理。但在治理

过程中,必然需要探索一系列学理问题,如消费的自由与道德责任、消费的道德责任与法律责任等等。

(一)消费的自由与道德责任

消费活动是人类生活中的普遍现象,人通过消费活动使其自身的各种需要得以满足。人的消费是建立在一定的经济能力基础之上的,但又受到人的心理、伦理的制约与影响,并通过消费意愿表现出来。没有经济能力,消费活动就是一句空话,而消费什么、消费多少又是个人按照不同意愿选择的结果。正如经济伦理学家所言,在市场经济中,“消费主权作为市场经济标准的基础是这样一种东西,即人必须愿意”^[1]。这种“愿意”是自由意志的表达。在琳琅满目的商品中,消费者基于个人意愿的消费选择体现了消费的自由。不管是选择这款商品还是选择那款商品,都要基于消费者的意愿。强制消费不符合市场经济的消费伦理原则,消费自由是消费者合法权益的核心。然而,消费的自由与消费的道德责任又是紧密结合在一起的,既然人们对自己的行为具有一定的选择自由,那就必须承担相应的道德责任。

消费的道德责任就是人们在消费活动中对其消费行为所产生的后果所应承担的责任。人生活在社会共同体中,但人的消费行为(这里主要指的是居民消费)是以个体为单位的,社会的消费活动离不开每个人的消费。正是无数个体的消费形成了社会消费风尚,对社会政治、经济、文化产生了深刻的影响。个人在消费中必须履行道德责任,思考是否有益于社会 and 他人。多年前,著名篮球运动员姚明在《全球野生动物保护宣言》上签名,倡导社会公众保护野生动物,为国内外舆论所津津乐道。他在餐桌上拒绝鱼翅的“护鲨行为”,绝不是植根于经济考虑,而是源于文明公民的良心和责任意识。有些人滥食野生动物,只考虑个人的大块朵颐,满足口腹之欲,将道德责任

置于脑后,是绝不可取的。

在价值观上追根溯源,消费的自由与道德责任问题是个人与社会的关系问题。尊重和保护个体的消费自由,是社会文明、公平和正义的必然要求,也是市场经济运行和健康发展的必然要求。但消费的自由又必须有利于社会,至少不能违背社会利益的要求,如果片面强调消费的自由,对消费者的行为不加约束,就有可能造成对社会公共利益的损害。例如消费者滥食野生动物,不仅加剧了人和自然的紧张关系,而且蕴藏着重大公共卫生事件的风险。如果消费者在追求消费自由中,以正确的价值观为引领,积极履行道德责任,维护社会公共利益,那么不仅有利于社会,也有利于个人。因为一旦发生公共卫生事件,作为社会成员的个人也难以规避逃避风险。消费的自由与道德责任需要统一,也是可以统一的,而这种统一的基础是价值观上个人和社会的统一。在重大公共卫生安全方面,一般说来,社会的价值要优先于个人的价值,个人自由的价值要服从于社会公共利益的要求。在防控重大疫情中,基于防控的需要在一定时间内采取“封城”措施,对个人的自由加以一定程度的限制,就说明了这一点。

(二)消费的道德责任与法律责任

消费的道德责任和法律责任是两个不同但又相互联系的范畴。道德主要通过良知来调节人们的行为,具有强大的感召力,是“软约束”;而法律则主要通过国家的强制力来调节人们的行为,具有强大的威慑力,是“硬约束”。然而,两者在内容上又是相互联系的,道德是不成文的法律,法律是最低限度的道德。换言之,道德和法律均属于行为规范,两者是相通的,但处于不同的层面。一个人违反了道德规范,就必须承担道德责任,而违反了法律规范,则必须承担法律责任。从惩罚的力度来说,法律制裁显然比道德制裁更为严厉。

习近平指出:“法律是准绳,任何时候都必须遵循;道德是基石,任何时候都不可忽视。”^[2]法律与道德的关系是“准绳”和“基石”的关系,法律是红线,不可逾越,但道德是基础,对法治有不可忽视的滋养作用,必须把德治和法治结合起来。在防控疫情的严峻形势下,要使社会成员清醒地认识到滥食野生动物违背公民的道德责任,甚至违背公民的法律责任,不仅要从道德方面追责,而且要从法律方面追责。习近平还强调指出,要“以法治承载道德理念”,“运用法治手段解决道德领域突出问题”。^[3]道德需要制度的支撑才能更好地转化为人们的行为,要通过法律惩恶扬善来解决道德领域中的突出问题。在当前新冠肺炎肆虐的情况下,必须强调早发现、早隔离、早治疗,因此采用一定的法律强制手段来管控,推动人们履行道德责任是完全必要的。要用辩证统一的观点来看待道德责任与法律责任的关系。

2020年2月24日,在新冠肺炎肆虐的日子里,全国人大常委会表决通过《关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定》。这一决定在野生动物保护法的基础上以全面禁止食用野生动物为导向,扩大法律调整范围,确立了全面禁止食用野生动物的制度,这在中国公共卫生史上将产生深远影响。当然,一方面,这一全面禁止食用野生动物制度还需进一步细化,另一方面这一制度的落实还需消费文化的支持。果子狸是一种野生动物,是SARS病毒传播的重要的动物宿主之一,2003年SARS疫情的发生与滥食果子狸有密切关系。十几年已经过去了,直到最近新冠疫情发生时,读者还在一本青少年《动物小百科》图书中发现有可以吃野味的不当表述:“果子狸全身都是宝,它们的肉可以吃,是我国历史悠久的稀有‘山珍’。”虽然后来这本书马上被下架了,但这一事件也在一定程

度上说明,要全面禁止食用野生动物,就必须加强消费文化建设。以正确的消费伦理观念培养和教育青少年,任重而道远。

(三)消费者的责任意识:疫情防控的伦理道德支撑

当代中国,养殖、食用野生动物的产业规模庞大。2016年,全国野生动物养殖产业创造产值五千二百多亿人民币,食用动物产业创造产值一千二百五十多亿人民币。要全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习,需要各个领域共同发力、协同作战;不仅需要立法,而且需要伦理道德的支撑。在经济生活中,有生产、分配、交换、消费四大环节。生产决定消费,消费反作用于生产。消费的反作用是通过动力机制和导向机制来实现的。在科学技术日益进步、生产力高度发达的市场经济社会中,消费需求几乎都能得到满足,强大的消费需求也极大地拉动了产业的发展,因而将现代社会称之为消费社会一点也不为过。当代中国野生动物产业如此发达,与社会的消费需求是相适应的,而消费伦理观念的变革和消费者责任意识的培养,将大大降低市场对野生动物的消费需求,减少公共卫生的风险。同时,这种思路也可以最低的社会成本达到防范公共卫生风险的良好效果。

消费者的责任意识是公民道德素质的重要方面,它对社会发展的作用不可小觑。自2003年SARS疫情后,人们对消费者责任意识在社会发展中的作用有了新的认识。消费者的责任意识不仅在经济建设、生态文明建设中起着重要作用,而且在加强公共卫生建设、减少重大疫情发生的风险中也有其不可替代的作用。滥食野生动物是滋生重大疫情的温床,SARS疫情给社会留下了深刻的教训。但仅过十几年,新冠肺炎疫情又给我们上了一课。用法律来规范人们的行为是强有力的,但要使社会规范转化为

人们自觉的行为,首先必须将其内化为人们内心的责任意识。

中国是一个幅员辽阔的大国,地貌复杂,湖泊众多,气候多样。丰富的自然地理环境,使我国成为世界上野生动物种类最为丰富的国家之一。国家在保护、拯救珍贵、濒危野生动物方面形成了比较完整的法律规范,但在禁止滥食野生动物的法律和规定方面还存在明显的不足。尽管2020年2月人大常委会通过了有关决定,为全面禁食野生动物作出了原则性、方向性规定,但具体的细则即野生动物禁食的黑白名单还未明确。即使这些名单公布了,如何落实、如何监管,还有大量的、细致的工作要做。只有唤醒消费者的责任意识,才能更好地支撑法律法规的落实。与其他行为相比,餐桌上的饮食消费行为更多地与个人的偏好相连,更多地属于私人生活,不解决消费者的责任意识问题,要禁止滥食野生动物必然会遇到大量阻力。政府部门的监管是需要行政成本的,治理是需要讲效率的,唯有将监管与消费者的责任意识结合起来才能事半功倍。这包括监管实施前进行消费者责任意识的宣传教育,监管中用消费者责任意识进行劝导,监管后对消费者责任意识进行奖惩,等等。

三、构建新时代疫情防控的消费伦理

陋习是一种粗鲁、丑陋、不文明的坏习惯。革除滥食野生动物的陋习,是一场移风易俗的革命。明清启蒙思想家顾炎武曾说,“风俗者,天下之大事”^[4],揭示了风俗在国家治理上的重大价值。移风易俗,不断革除社会陋习,是社会文明进步的必然要求,也是战胜社会重大疫情、保障人民卫生健康的基础性工作。进入21世纪后,全国已经在革除滥食野生动物陋习方面作了不少努力,但吃野味之风依然屡禁不止。要从根本上改变这种陋习,必须大力推动移风易俗的革命,构建新时代疫情防控消费伦理。

(一)建立以“文明健康卫生”为优先的消费伦理价值观

社会生活中,面对琳琅满目的商品和各种服务,人们消费的过程是一个选择的过程。这种选择基于经济能力,但离不开价值观的引领。当代中国已经走出温饱阶段,进入小康社会,消费也已经升级换代。在追求美好生活的过程中,餐桌上的食物消费,追求美味,追求体面,还是追求卫生健康?每个人都会有自己的考量,且这些考量反映了个体的价值取向,应该得到尊重。三者相统一固然是理想的消费,但在三者并不一致的情况下,如何加以选择?孰先孰重?这必然涉及到价值排序问题。这次新冠肺炎疫情的爆发,明白无误地告诉世人,卫生健康的价值取向是第一位的。再美味的、再体面的舌尖上的消费,如若违背了卫生健康的要求,那都是不可取的。像滥食野生动物这样的消费陋习,蕴含着重大卫生事件的风险,更是必须坚决加以反对的。

现代社会是文明社会,消费陋习是与现代文明相违背的行为。这种陋习的形成有历史文化的的原因,但随着文明的进步,它终将被时代所唾弃,尽管会遇到很多困难和经历相当长的时期。“人道”是现代文明的重要理念,它必然引申出尊重生命、善待生命的要求。人类要满足自身生存和发展的需要,必然要从大自然获得食物,这些食物既包括植物,也包括动物;既包括自然生长的,也包括人工培育和繁殖的。人类要食用肉类动物,必须考虑健康卫生的要求,但同时也要考虑文明价值观的要求。有些动物之所以不能进入人类食用的菜单,是由人类文明价值观决定的,是与长期以来各民族的历史文化风俗紧密相关的。文明价值观中尊重生命、善待生命的要求不但体现在食物的选择上,也体现在肉食动物屠宰、加工过程中。长期以来,有些地方滥食野生动物与不文明的屠

宰、加工方式结合在一起,成为消费陋习,为世人所诟病,必须通过移风易俗逐步改变这种消费文化。

移风易俗是破旧立新,但也需要从传统的文化中挖掘资源,使之服务于现代社会。四百多年前,中国古代著名医学家李时珍就明确提出了吃某些野生动物会致病,甚至丧命。他在《本草纲目》中写道,“诸鸟有毒”,“凡鸟自死目不闭,自死足不伸,白鸟玄首,玄鸟白首,三足、四距、六指、四翼,异形异色,并不可食,食之杀人”,^[9]并指出孔雀、鸳鸯、穿山甲都有毒,这些野生动物食用后会使人中毒致病,甚至成为终身疾病。移风易俗是建立在科学精神基础上的,对于历史上的各种习俗,必须用理性加以审视。对于那些愚昧的、违背科学的习俗应该坚决说“不”,而对于在历史发展过程中从实践中总结出来的、反映规律的正确认识,如上述提到的李时珍的观点,要加以肯定和继承,以更好地推动建立以“文明健康卫生”为核心的消费伦理价值观。

(二)推动餐桌上传统消费伦理方式的变革

新冠肺炎流行病学调查发现,聚集性病例大多发生在家庭,因为共用餐具更容易使病毒在家庭成员中传染。基于这种情况,对于建立在血缘家庭伦理关系基础上的“合餐制”必须进行深刻反思。

中国古代的社会生活是以一家一户的小生产为基础,其价值取向是以家族为本位。“合餐制”作为家庭餐桌上的消费方式,是社会伦理关系的一个缩影。在周末假日,特别是在春节,有血缘关系的家庭成员围坐在餐桌旁,通过一个餐盘享用佳肴美味,有助于传递和加深相互之间的伦理情感。但这种消费方式在满足中国人的心理需求和伦理需求的同时,也会带来疾病传染的巨大隐患。2003年爆发的SARS疫情,给中国人民上了深刻的一

课。后来,为了防止SARS的卷土重来,社会强烈呼吁要将传统的“合餐制”改为“分食制”。为此,中国饭店协会还制定了《餐饮业分餐制设施条件与服务规范》,作为全国数百万家餐饮经营企业的操作指南。分餐主要有就餐人自己分、服务员为顾客分、使用公筷公勺等形式。十几年来,这种“分餐制”挑战千年来的餐桌消费伦理,结果不尽如人意。一个突出的问题是“分食制”缺乏消费伦理观念的有力支持。许多消费者认为,“分餐制”破坏了餐桌上的伦理氛围。

在现代中国,餐桌上是“合餐制”还是“分餐制”,难以通过法律和制度来加以强制规定,因为它是消费者自愿选择的结果。而在这种选择的背后,是巨大的传统伦理文化力量的支持。因此,要解决“合餐制”还是“分餐制”的问题,首先要移风易俗,转变消费伦理观念,突破实行“分餐制”的思想障碍。家庭之间的伦理感情、朋友之间的伦理感情,只有建立在有利于健康卫生的基础上才是我们所期待的,才能更有利于获得美好的生活。“分餐制”可以有各种具体形式,但使用公筷公勺是一种更容易在家里和外出聚餐时推广的形式。在当今社会,有许多人站在“舌尖抗疫”潮流的前列,积极参加“公筷行动”,他们是时代的先锋。然而,多少年来形成的习俗和观念的变革非一朝一夕所能实现。餐桌上的移风易俗需要着眼于新的生活方式的建立,而互联网等信息技术的发展所带来的生活方式的变革有可能推动“分餐制”的发展。例如,网络订餐、外卖送货为青年人所青睐,它更多地以个体为单位安排餐食,有助于“分餐制”的实施。在这次战“疫”中,通过互联网进行餐饮等消费的方式在公共卫生事件中的独特作用将载入史册,而疫情过后,人们的生活习惯将会有较大的改变。在这些改变中,“分餐制”将会更多地走进千家万户。

(三)加强消费者的道德自律与社会消费伦理风尚的引领

加强消费伦理建设,改变根深蒂固的消费陋习,必须要从消费者主体内部和消费者主体外部两方面发力。

所谓从消费者主体内部发力,就是要强调道德自律。餐桌上无论是禁止滥食野生动物,还是实现从“合餐制”向“分餐制”的转变,都需要消费者的自觉自愿。这种自觉自愿既是理性的,基于对规律的认识,又是感性的,反映了个体的欲求。道德自律正是建立在这种自觉自愿基础上的,它通过人的良知加以维系和调节。尽管法律和制度在某些方面可以对禁止滥食野生动物作出明确的强制的规定,但真正要落实到餐桌上,还需要广大消费者内心的认同和道德自律的支持。禁止滥食野生动物是如此,从“合餐制”走向“分餐制”更是如此。

消费的陋习是千百年来形成的,要革除它不能毕其功于一役,建立消费新风尚也不是一朝一夕能够完成的事情。因此,这里所强调的道德自律还要与持之以恒的道德意志结合在一起。2003年SARS以后,“分餐制”曾经受到社会各界的重视,特别是餐饮业为此付出了不少努力。但随着对疫情记忆的逐渐淡漠,“分餐制”又走向式微。因此,要革除消费陋习,道德自律必须常态化,坚持不懈,久久为功。

所谓从消费者主体外部发力,就是要强调社会伦理风尚的引领。消费者对商品和服务的选择深受社会伦理风尚的影响,而餐桌上的消费方式从一个侧面反映了社会伦理风尚。应如何建立良好的社会伦理风尚以推动消费伦理建设呢?从荣辱观入手不失为行之有效的途径。当代中国,市场经济推动了商业的繁荣,社会的消费不断升级换代,从生存性消费走向了享受型消费。人们消费不仅是为了生活,而且是为了体现消费者的身份、品味和个性。商品和服务的文

化附加值所占的比重不断提高,“符号消费”“面子消费”在现实生活中越来越有市场。因此,要建设健康的社会伦理风尚,必须倡导正确的荣辱观,以滥食野生动物为耻,以践行“分餐制”为荣。当然,这一荣辱观为社会大众所接受、认同和践履,需要社会各方共同努力。现代广告是一种经济行为,但必然会对消费伦理风尚产生重大影响,因此要发挥现代广告在当代中国消费伦理建设中的重要作用。另外,现代传媒的高度发达使名人的一言一行被放大,他们的消费行为和消费行为背后的消费伦理观念被不少消费

者所推崇,因而要充分发挥名人效应,以更好地推动良好的社会消费伦理风尚的建设。

参考文献:

- [1]彼得·科斯洛夫斯基.经济秩序理论和伦理学[M].北京:中国社会科学出版社,1997:152.
- [2][3]习近平谈治国理政:第二卷[M].北京:外文出版社,2017:133,134.
- [4][清]顾炎武.日知录卷十三·廉耻[M].周书平,陈国庆,点注.兰州:甘肃民族出版社,1997:606.
- [5]钱超,苗连荣.《本草纲目》详译:下册[M].太原:山西科学技术出版社,1999:2021.

[责任编辑 彭柏林]

The Value of Consumption Ethics in Epidemic Prevention and Control in Contemporary China

ZHOU Zhongzhi

(Urban Culture Research Center, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: Strengthening research on consumption ethics is of great value in the prevention and control of COVID-19. It is an inevitable requirement for the prevention of the novel coronavirus to refuse overeating of wild animals. We must get rid of the bad habit of overeating of wild animals and correctly understand the ethical relationship between man and nature. The freedom of consumption is closely combined with the moral responsibility of consumption. The cultivation of consumers' sense of responsibility will greatly reduce the consumer demand for wildlife in the market, reduce the risk of public health, and achieve a good effect of preventing public health risks at the lowest social cost. We should change the customs, change the traditional consumption ethics, and build a new era of epidemic prevention and control of consumer ethics: we should establish the ethical values of consumption with "civilization, health and hygiene" as the priority, promote the reform of the traditional ethical way of consumption at the dinner table, and strengthen the moral self-discipline of consumers and the guidance of social consumption ethics.

Key words: consumption ethics; epidemic; prevention and control