

# 论网络消费中的道德调控<sup>\*\*\*</sup>

□吴满意 [电子科技大学 成都 610054]

[摘要] 本文通过对网络消费中道德失当现象的深入分析认为,加强网络道德立法、建立网络道德监督机制、大力开展网络道德教育,是确保网络消费行为良性运行的重要屏障。

[关键词] 网络消费; 道德调控

[中图分类号] G417 [文献标识码] A [文章编号] 1008-8105(2002)01-0008-(04)

网络社会悄然来临,但虚拟世界与现实空间难以逾越的界沟并未因技术的跃迁而被填平。人们在电子空间中对信息消费选择性、自由性的增大反倒因为现实生活的制约而带来,甚至加剧了心灵的痛苦与思想的困惑以及行为的失控。于是,强化网络消费的道德调控和关怀,便成了本文的主旨。

## 一、网络消费中道德失当的现象与态势

网络技术和信息技术的发展给社会提供了一个全新的活动空间。在这个崭新的电子空间中,人类的消费行为将呈现出质的飞跃。从内涵上讲,网络消费是一种信息消费,是消费者为满足自身的需求而对 Internet 上的市空(marketspace)中的各级信息产品进行消费。在这种独特的消费过程中消费者之间形成十分鲜明的信息需求关系、信息占有关系和信息处理关系。

然而不可忽略的是,网络消费者信息关系的建立和消费行为的发生并不是凭空产生的,总是受现实的物理空间和虚拟的电子空间各种因素的制约。在虚拟空间中,因为信息的繁多和手段先进而使消费内容丰富多样,消费过程简化,消费成果智能化和个性色彩显著化,亦即导致了网络消费不同于传统消费的界面,使消费行为更具自由性和灵活性。但是,我们必须清醒地认识到,网络消费不仅仅是一种经济行为,也是一种道德行为。网络消费者的在线消费行为离不开其道德心理和意识的调控与支配,因而其消费行为也便成了自身道德活动的表现。正是网络消费自由度和选择性的增强及其它特点的制约与影响,使网络消费的价值取向和行为选择呈现出极大程度的失当现象和态势。这样说不等于我们否定网络道德有自己的特性,也不等于说我们将现实社会的道德规范直接移植到网络社会即可。问题在于,在目前网络道德并没有

完全形成的前提下,现实社会的道德规范标准只能是我们考虑问题的唯一参照坐标。同时,不管现实社会还是网络社会,两者的道德建设的共同之处都在于:行为主体的道德追求是达到求善至善的目标。这也就使两种空间的道德建设具有了可比性,诚如美国众多网络伦理专家所指出的那样,研究中需要借助传统的伦理学理论和原则,并把它们作为计算机信息伦理问题的指导方针和确立为规范性判断的依据,才能使人们区分出什么是正当的行为,什么是错误的行为。

### (一) 道德意识的反向化

就一般层面而言,道德意识仍然属于人类特有的精神现象,不管虚拟空间和现实社会有多大差异,同样是一般社会意识道德化的产物与结果。从其性质上讲,道德意识活动是一种实践精神活动,是借助于评价、命令、劝导等来把握世界的方式,并通过将对象区分为善恶而使人们产生善恶观、羞耻感和责任心。因而,人类为完善自身和与外界相区分,便在鲜明的自我意识支配下形成自豪感和趋善性以及人类自身全方位发展;同时,个体为完善自己也呈现出对需求、情绪、意识的强烈欲望,并依据此形成对自我关系,个人与社会关系的诸多认识,最终确定自身的价值与人生观点和态度。在这个意义上讲,道德意识控制和支配着个体的道德行为。值得重视的是,在现实的物理空间中,道德意识是内在的,它具有相对独立性,亦即个体的道德意识观念并不一定对等于道德实践行为,而是具有较鲜明的内隐性或内含性特征。但在虚拟的电子空间中,因为 Internet 是一个无中心的网络世界,它的无始无终特性,为网络消费者提供了跨越现实社会界面的庞大空间和超强自由,个体可凭借数字化、符号化的匿名方式隐瞒真身,遁于网际世界。于是,个体在线消费时无须再象以往面对某个组织和个体时确保言行的真实性与道德化。现实社会的道德约束力被电子化的飞速运动消解。网络消费者的道德意识

\* [收稿日期] 22001-04-04

\*\* [作者简介] 吴满意(1965年—)男,河北保定人,电子科技大学人文社科学院副院长、副教授,硕士生导师。

反向化趋势和特征日益明显,亦即现实社会与网络社会对个体求善至善要求的反方向发展态势突出。首先表现为道德认知方面的反向化。诸如网中自由权利的滥用和责任心的失落导致的网络无政府主义,以攻击入侵为代表的网络仇恨等。其实,网络消费者的道德认知是一种观念性地把握网络社会的活动,通过处理网络消费者之间的关系,网络消费者与网络社会的关系以及与自身的关系来形成完善的和理想的道德人格,并通过将认知对象道德化,使之成为善、恶、正当与不正当的化身。实际上,网络消费者不是孤立和纯粹的个体,更不是凭空产生的,而是现实个体在网络中的角色转换所致。这种情形不仅加剧了个体内心矛盾和道德观念冲突以及增大现实社会道德建设的难度,同时也使网络道德体系与规范的架构复杂化,减弱网络道德的正向调控力度和有效程度。其次表现为道德情感上的反向化。道德情感是个体通过自觉认知、评价、体验、学习等环节逐渐培养和形成的一种较为稳定的心理品质。现实社会中的个体,面对的道德对象是真实的。在人与社会、人与自然甚至人与自身关系的处理上,都程度不同地烙印着社会品德的痕迹。诚如当年孟子所言:“无恻隐之心,非人也;无羞恶之心,非人也;无是非之心,非人也;无辞让之心,非人也。”但在网络之中,由于网络消费者在信息关系的需求、占有和处理过程中个体自我意识的增强以及个性化选择的制约,各种关系的解决都是在人机界面中完成的,因而,网络消费者的自我中心观念强化、人际关系疏远、情感淡薄和道德冷漠,撕毁了现实生活温情脉脉的面纱,人对生命的终极关怀被冷冰冰的符号、数字取代,人对生活的激情投入趋于追逐娱乐性、感性的生活倾向日益突出,再次表现为道德意志的反向化。个体的道德意志是一种内心状态,是个体力求和决定达到至善目的而使面对的世界发生某种变化的心理过程,往往通过个体的语言和和行为表现出来。黑格尔曾说:“理智的工作仅在于认识这世界是如此,反之,意志的努力即在于使得这世界成为应如此。”在现实空间中,社会个体总是力求按照社会通行的道德规范要求使自身道德意志指向高尚的求善目标,并极力调动自身的全部品德之力求实现这一目标。在虚拟世界中,网络消费者在道德意志上具有自主性增大的优势,这种优势若正向发挥,有利于察善恶、明是非的网络道德建设和塑造网络消费者的道德人格,但若反向发挥,则会加速网络道德架构的缺失和个体自身道德意志的反向化程度。原因在于网络社会无权力中心化和责任与风险的分散化以及行为确认、监管的模糊化。基于对此种现象的自决,众多网络消费者往往是“将”信息共享“极端化,或盗用他人域名,或侵犯他人知识产权、网络版权,或谩骂攻击他人,或强化网络资源不合理的商业使用等,自律性和自控性极差,导致道德意志反向化程度提高。

## (二)道德行为的失当化

一般伦理学认为,道德行为是指个体依据一定的道德需要、借助一定的道德手段自觉地影响或作用于他人或人际关系以达到完善社会目的的特殊活动。诚如黑格尔所言:“意志

作为主观的或道德的意志表现于外时,就是行为。”由此可知,道德行为是个体依据自己的意志或在一定道德意识的支配下出现的,是个体自身选择的结果,而这种选择势必影响或作用于他人乃至社会利益。基于这种观点我们不难发现,网络社会个体的在线消费行为的确呈现出极为明显的道德失当亦即道德行为的不恰当、不正当倾向。首先表现为信息垄断行为。网络资源和信息的消费理应是共享和平等的,但是,由于技术手段、设备和其他状况的不同与偏差,致使网络消费者占有和处理信息的能力不平等化并进而导致网络消费活动中贫富悬殊的“马太效应”产生。这对于网络消费水平低、支付能力差的个体而言,是极为不道德的。可见,网络中的信息垄断是明显的道德失当倾向和行为。其次是在线消费中的攻击性行为。诸如电脑病毒的制造与传播、网络的非法入侵、网络诈骗、网络谩骂、人身攻击等,对其他网络消费者的权益构成侵犯。这种以牺牲、损害和危害他人利益以换取自身在线消费愉悦的动机与行为,不仅和现实生活的道德要求相差甚远,同样也是网络社会的道德标准与规范难以认同和接纳的。再次是不合理信息使用行为。互联网的急剧扩张和延展,客观上为网络消费者造就着重大的机遇。但是不可忽视的是,众多的以赢利为目的的在线消费个体却日趋增强着对网络资源的商业性应用并占用大量的学术和社会资源。当然这不一定是件坏事,但多余的、过时的网络广告及各种有偿信息服务(包括色情信息服务)的到处充斥与传播,已构成严重的信息污染。这不仅无助于提高网络消费的品位和品味,同时也是不尊重消费者的道德失当行为。此外,不合理使用其他消费者信息版权、传播权行为,对资源未能最大限度地发挥其使用价值的各种信息浪费行为等等,都程度不同地折射和体现着道德失当。

## 二、强化网络消费中道德调控的几点对策

确保网络消费的良性运行,离不开各种形式的调控,其中的道德调控则是众多调控手段和方式中极为重要的部分。

网络消费的道德调控是针对在线消费个体与其他成员之间的利益关系进行的一种管理活动。通过多种多样的信息传播方式与手段将网络社会或虚拟空间所要求达到的目标、规范和准则内化为在线消费个体的实践精神,并经由消费个体的道德实践行为,完成对网络社会整体利益和在线消费权益的维护。因而,构建网络消费的道德调控体系,强化网络道德的调控功能,势在必行且迫在眉睫。

(一)以立法形式规范网络消费行为,使之更合乎道德性

不可否认,随着网络消费的纵深发展,网络社会问题也必然日益增多,其间引发的各种矛盾与冲突也将激烈化、尖锐化。针对这种状况,世界上已有些国家和政府制订了相关的保护网络消费行为的具体法规和政策,以便确保网络消费的良性运行和信息共享的正常秩序。这一做法在客观上不仅使在线消费个体获得了类似或相同的道德选择、道德判断和道

德评价的原则与尺度,同时也有利于在线消费个体自身道德实践行为的方向与目标确立。此外,有些民间组织和专门机构也相应地推出行业内部的道德戒条。如美国计算机伦理协会制定了“计算机伦理十戒”:你应当用计算机去伤害别人;你应当干扰别人的计算机工作;你应当偷窥别人的文件;你应当用计算机进行偷盗;你应当用计算机作伪证;你应当使用或拷贝没有付过钱的软件;你应当未经许可而使用别人的计算机资源;你应当盗用别人的智力成果;你应当考虑你所编制的程序的社会后果;你应当用深思熟虑和慎审的态度来使用计算机。

以上说明,随网络消费的水平提高,网络法规道德化、网络道德法制化的合而为一趋势必将增强,而其直接的后果是导致网络消费个体由“不得已而为之”心态支配下的外在遵纪守法行为转变为由内在高尚品质调控和自觉自愿意识引导下的在线消费行为。

(二)建立道德监督机制,健全网络道德规范,加大对网络消费行为的调控力度与深度

建立和健全网络消费的监督机制,是我们强化道德调控的不可或缺的内容。因为道德调控的目的就在于确保网络消费者以合乎道德规范要求的方式获取利己不害人的信息产品或服务,以便最大限度地满足自己的利益需求。中国传统道德文化告诉我们,君子生财应取之有道。然而,实际上,一旦消费个体之间存在利益冲突时,往往牺牲的是道德。因而,道德规范的切实推行和实施,离不开道德监督机制的保障,更何况在互联网这个无国界、无中心的空间中还存在信息殖民与文化霸权的背景和因素。

建立和健全网络消费的道德监督机制的具体操作思路,不妨考虑以下方面:首先,建立网络消费的“把关人制度”。“把关人”是著名心理学家库尔特·勒温首创的概念,用来表明新闻在传播过程受到个人或集团的控制。传播学家们认为,“大众媒介是社会上的信息流过程中的主要把关人中的一部分。在信息网络中到处设有把关人。”面对互联网的利弊,通过借鉴传播学理论,建立网络的“消费把关人”应从以下视角切入:一是成立专门机构,加大网络信息发布主体的资格审批与监督;二是强化网络信息内容的审核与管理;三是设置“信息海关”,分级分类管理,增强对 Internet 的监控;四是提高防火墙技术和信息安全管理,加大内部信息保密;五是设置多层次的网络消费投诉处理中心、网络巡视管理员、网络事故处理中心、网络急救中心等机构,确保网络信息传递通畅,以提高网络消费的有效性和合目的性。其次,用诚实信用的契约原则调控网络消费个体之间的关系。众所周知,网络经济以其独特的内容和形式培养与选择着它所需要的生产与消费个体,同时也因这种特殊的生产与消费方式造就着它所需要的规范、准则和行为标准。虽然网络社会的道德要求与道德行为同现实社会之间存在着某些领域和某种程度的悖逆现象,但网络经济、网络消费毕竟也是一种道德经济、道德行为,这就为两种不同空间找到了链接的中介与桥梁,也正是我

们借用现实社会中诚信原则而对网络消费个体进行道德调控的原因所在。当然,这种调控具有多元指向,即对于任何一个网络消费个体而言,不仅应恪守信义,遵守诺言,忠实于自身所承担的义务,也应考虑和保证自己的信息生产和消费行为对其他个体的益处,自律自节,真诚待人,相互尊重。否则,网络社会无良性运行和秩序可言,网络的信息生产与消费活动也必将瘫痪。再次,深入剖析网络舆论环境复杂性,培养和造就更多的网络“意见领袖”,增大舆论监督力度。网络舆论是网络消费个体对其关切的各种信息和观念的信念、态度与意见的总和,具有一定的一致性、强烈程度和持续性。舆论的力量无所不在。诚如卢梭所言:“在这三种法律之外(政治法或根本法、民法、刑法)还要加上一个第四种,而且是一切之中最重要的一种,这种法律既不是铭刻在大理石上,也不是铭刻在铜表上,而是铭刻在公民的内心里;它形成了国家的真正宪法;它每天都在获得新的力量;当其他法律衰老或者消亡的时候,它可以复活那些法律或代替那些法律;它可以保持一个民族的创制精神,而且可以不知不觉地以习惯的力量代替权威的力量。我说的就是风尚、习俗,而尤其是舆论。”因而,不同范围、不同层次、不同类型的具体舆论的有机总体便构成了舆论环境。网络舆论环境比现实生活中的舆论环境更为复杂,表现在网络舆论方面不仅有本国、本地特征等地域性,也有范围宽泛的国际性、全球性,参与网络舆论的主体类别几乎涵盖与包括了所有的阶级、阶层和种族,网络消费主体意识五花八门,参差不齐,网络消费个体意见的一致程度、强烈程度的比例各有差异,在不同的网络信息板块或栏目中持续的时间长短不一。不仅如此,网络舆论环境又与现实世界的舆论环境纵横交织在一起,客观上增加着网络舆论环境建设的难度。但是,正是由于网络本身的诸多优势和特征,我们可以多渠道、多层次地培养和造就众多的“意见领袖”,引导网络舆论朝着利国、利民方向发展。这种做法看似与网络在线的平等、自主、自由相悖,其实是真正体现网络舆论监督的合道德规范行为。消费者借网络匿名和物理遮蔽有助于增强社会现实组织行为和个体行为的公正性、合法合理性,完善民主和道德判定。因此,网络舆论环境的建设、网络舆论监督力度的加大和正向引导作用的增强,有利于调动网络消费者的荣辱感和道德良心,有利于网络消费者在虚拟空间中树立鲜明的弃恶从善观念和培养择善而行的能力。

(三)关注道德社会化,大力推进网络道德教育,创造优质高效的网络消费道德调控环境

为了实现网络信息资源的合理使用,最大程度地满足网络消费者的需求,提高在线消费的品位,关注网络消费的道德社会化,大力开展网上道德教育就显得尤其重要和紧迫。道德社会化是个体社会化的重要部分。个体往往会从内心深处产生一种按道德规范行事的义务感、自觉性,这是道德社会化的结果。因而,个体在从自然人向社会人转变中不断将社会道德观念、道德感与规范内化,认识自身所处的地位和角色,适应社会,参与社会生活,并进而成为一名符合社会道德规范

要求的社会成员的过程,就是道德社会化。个体道德社会化过程的完结,社会的道德教化是重要途径,而其中关键是道德教育。马克思曾说:“国家本身教育自己成员的办法是:使他们成为国家的成员,把个人的目的变成大家的目的,把粗野的本能变成道德的意向,把天然的独立性变成精神上的自由,使个人和整体的生活打成一片,使整体在每个个人的意识中得到反映”。显然,在道德社会化过程中,借助对个体实施系统的、有计划、有组织的道德教育,就是使个体实践自身承担的道德义务,养成良好的道德习惯,恪守社会通行和认可的道德规范和准则,使群体的道德规范内化为个体的品质情操和信念。对网络道德规范进行前瞻性研究,并结合我国实际展开网络道德教育的可行性思路,可从以下方面考虑:第一,针对计算机专业人士设置并进行职业道德与规范教育;第二,针对非计算机专业人士进行公德教育;第三,从小学开始,依年龄和知识增长,由浅入深地开设计算机技术、网络道德规范教育的相关课程;四是设置相关网站,增多网页,加强民族优秀文化教育,提高民族文化的保护水平,使网络消费者自觉抵制网络中的文化霸权和信息殖民以及各种网络文化污染、垃圾。

综上所述,关注和增强适应网络消费发展水平的道德调控,促进网络消费者道德观念与实践行为的跃迁,是确保网络

社会良性运行的重要机制。

### 参考文献

- [1] 吴满意. 论网络消费[J]. 电子科技大学学报(社科版) 2000 (3).
- [2] 吴满意. 试论网络伦理[J]. 电子科技大学学报(社科版) 2001 (1).
- [3] 汪正平. 西方计算机伦理学研究概述[J]. 自然辩证法研究 2000 (10).
- [4] 黑格尔. 小逻辑[M]. 北京:商务印书馆, 1980: 420.
- [5] 黑格尔. 法哲学原理[M]. 北京:商务印书馆, 1980: 116.
- [6] 威尔伯·施拉姆等. 传播学概论[M]. 北京:新华出版社, 1984: 161.
- [7] 卢梭. 社会契约论[M]. 何兆武译. 北京:商务印书馆, 1987: 73.
- [8] 马克思. 恩格斯·马克思恩格斯全集[M]. 北京:人民出版社, 1972: 118.

## On the Control of Morals in Net-work Consumption

Wu Manyi

(UESTC Chengdu 610054)

**Abstract** This author thinks through analysis of the morals inappropriateness in net-work consumption that strengthening the legislation of moral in net-work and moral propaganda, building monitoring system of moral in net work, will be the important barrier of ensuring the good operation of consumption behaviour in net-work.

**Key Words** Consumption in net-work; Moral monitoring

# 论网络消费中的道德调控

作者: [吴满意](#)  
作者单位: [电子科技大学, 成都, 610054](#)  
刊名: [电子科技大学学报\(社会科学版\)](#)  
英文刊名: [JOURNAL OF UNIVERSITY OF ELECTRONIC SCIENCE AND TECHNOLOGY OF CHINA](#)  
年, 卷(期): 2002, 4(1)  
被引用次数: 1次

## 参考文献(8条)

1. [吴满意](#) [论网络消费](#) 2000(03)
2. [吴满意](#) [试论网络伦理](#)[期刊论文]-[电子科技大学学报\(社会科学版\)](#) 2001(01)
3. [王正平](#) [西方计算机伦理学研究概述](#)[期刊论文]-[自然辩证法研究](#) 2000(10)
4. [黑格尔](#) [小逻辑](#) 1980
5. [黑格尔](#) [法哲学原理](#) 1980
6. [威尔伯·施拉姆](#) [传播学概论](#) 1984
7. [卢梭;何兆武](#) [社会契约论](#) 1987
8. [马克思;恩格斯](#) [马克思恩格斯全集](#) 1972

## 引证文献(1条)

1. [陈春萍](#) [网络文化的道德维度](#)[期刊论文]-[湖南科技大学学报\(社会科学版\)](#) 2005(2)

本文链接: [http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_dzkjdxsb-shkx200201003.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_dzkjdxsb-shkx200201003.aspx)