

研究論文

# 道德經濟在消費社會中還有機會嗎？ 一個實質與形式分析雙軌並進 的理論重構

鄭陸霖

鄭陸霖，中央研究院社會學研究所副研究員。E-mail: lulin.cheng@gmail.com.tw。本研究接受國科會計畫「市場秩序的社會建構：臺灣有線電視產業的制度分析」（計畫編號：NSC87-2412-H-001-011）以及「社群倫理與市場論述：試探一個道德經濟的理性抉擇取向」（計畫編號：NSC92-2412-H-001-023）的支持，在此一併致謝。  
收稿日期：2012/9/5，接受刊登：2014/4/18。

## 中文摘要

在Polanyi批判的鑲嵌視野下，道德經濟一直是與主流經濟學相抗詰的重要研究傳統。本文認為它最有力的貢獻在於，提供市場經濟的核心衝突一個以倫理認知轉換為中介的因果解釋；具體而言，揭發常民如何在經濟衝突中看穿「自律市場」的不義，繼而發出以社群倫理為本的抗爭。然而就在大量的消費衝突展示了（即便在高度個體化的消費社會中），倫理感知作為抗爭動力的持續存在，道德經濟因自縛於「實質 vs. 形式」爭議中的實質論立場，卻逐漸失去與此當代經濟核心衝突的關連性。另一面，主流經濟學的霸權卻已跨過形式分析，藉著以對價的交易理性為本的實質倫理框架來掩蓋、模糊、甚至扭曲消費者的社群倫理訴求。對此，本文提出一個符合道德經濟初衷與優勢的理論重構提案：

（1）在後設的道德視域中擺置道德人的理論先設；（2）確認「交易理性」作為一規範聲稱的實質認知架構；（3）發展足以與「交易理性」並置觀察兩者間折衝動態的「社群倫理」形式表述。我們藉著重訪Scott道德經濟經典著作，展示實質與形式分析雙軌並進如何早是道德分析的優良傳統。此提案將使得道德經濟在「消費如何由不滿轉轍至抗爭」的關鍵課題上發揮其聚焦倫理認知轉換的分析優勢，並藉著填補Miller的日常化商品消費與Barnett的政治化倫理消費間的消費研究文獻缺口，重新介入此當代經濟衝突的核心。本文最後延伸演繹此重構提案，透過連結商品在質價分布平面上的位置與市場競爭的不同效應，展示其與主流經濟學的新衝突觀點間針鋒相對的抗詰潛力。「倫理在消費社會中還有機會嗎？」Bauman對此自問的悲觀回答固然充滿理論魅力，卻無法準確回應消費不滿與抗爭風起雲湧的現實。如果道德經濟繼續堅持「去鑲嵌的個體化市場中沒有倫理感知的存在空間」，那它確實將失去參與當

代關鍵戰役的機會。本文希望證明，慶幸的是，道德經濟可以不必付出那樣的代價。

**關鍵字：**經濟社會學、道德經濟、社群倫理、經濟衝突、倫理消費

## **Does Moral Economy Have A Chance in Consumer Society? A Proposal to Reconfigure Theory Beyond the Substantive/Formal Dichotomy**

Lu-lin CHENG

Institute of Sociology

Academia Sinica

### **Abstract**

Though theoretically charming, Bauman's pessimistic answer to the question, "Does ethics have a chance in a world of consumers?" fails to explain widespread global conflicts that are triggered by ethical concerns of consumers. Instead, Miller and Barnett's empirical researches, both based on the assumption that economic actors are consistently moral beyond specific contexts, support a better grasp of these phenomena. However, the liminal status between Miller's "ordinary consumption" and Barnett's "politicized consumption" remains under-explained, which unfortunately weakens an alternative vision of moral consumption against the neo-liberal establishment. In this paper we argue that here is exactly where moral economy could play a critical role in contemporary debates. However, to build on this potential, the standard moral economy framework requires three theoretical adjustments. This theoretical reconfiguration will also help to embed moral economy in an updated family of literature that improves its inner consistency and external validity. We end the article by demonstrating how a deductive extension of this updated framework supports moral economy to re-engage in controversies involving contemporary consumer conflicts.

**Keywords:** Consumption, Moral Economy, Ethics, Economic Conflict

“By Necessaries I understand not only the commodities which are indispensably necessary for the support of life, but what ever the custom of the country renders it indecent for credible people, even the lowest order, to be without.... Custom, in the same manner, has rendered leather shoes a necessary of life in England. The poorest creditable person of either sex would be ashamed to appear in public without them.” (Adam Smith 1776: 519)

## 一、一個重新連結道德經濟到當代消費社會的理論提案

臺灣近幾年來連續發生了許多起嚴重的食品安全問題，例如2011年塑化劑食品污染事件（Upaper 2011-05-24）、2012年的過期奶粉添加事件（聯合報 2012-08-16）、2013年的毒澱粉事件（聯合晚報 2013-05-14）、劣等進口米混充臺灣頂級米事件（聯合晚報 2013-08-27）、胖達人人工香精事件（聯合晚報 2013-08-23）、食用油造假事件（Upaper 2013-10-17），皆引發消費大眾對政府與廠商的強烈不滿。面對這些民怨，統一企業總經理表示，如果消費者沒有一分錢一分貨的觀念，食安問題永遠不會解決（ETtoday 2013-06-26）。言下之意，市場銷售的商品品質只是如實反映消費者的內在偏好，欺騙消費者的企業最終是被消費者所「誤導」才會在市場競爭下提供了大量的瑕疵商品。雖然這套規範交易理性的邊際思維對熟悉市場論述的現代民衆並不陌生，但此刻廠商從市場對價來辯護（justify）瑕疵商品的認知框架卻更激化了消費者的市場義憤，因為它與消費者從構成商品的基準與公共安全的最低標出發的社群倫理直接衝突。

在食品安全的消費不滿中我們看到了兩種規範市場交易認知架構（本文將稱之為「交易理性」與「社群倫理」）的存在，以及消費爭議的主軸展現在兩者的衝突。許多消費社會的市場爭議並不停止於此，衝突沿著倫理認知的斡旋軸線進一步擴大，成為消費抗爭甚至推動完整訴求的消費運動，1999年發生在臺北市的收視戶集體抗爭即是個好例子。

臺灣的有線電視系統市場經過激烈的競爭合併後形成獨占的局面，取得市場控制的業者隨之大幅提高收視費，並引發臺北市消費者的強烈不滿（鄭陸霖 2000; Cheng 2002; 鄭禮忠 2000）。針對收視戶抗議，廠商就如前述統一總經理般以「回復市場機制」來辯護收視費的調整，但對照獨占形成的既定現實，讓消費者看穿了這套正當性修辭的荒謬，消費不滿在聚焦於獨占下反而更形擴散，進而要求里長與市議員出面表態支持。業者見勢不妙在公聽會轉而訴求過去市場高度競爭時忍受許多「應得利潤」的損失，對此過去受到「一分錢一分貨」對價考量的長期壓抑而苦於無法伸張公共損失的市民遂全面發聲，甚至憤怒地揚言將自行清除業者附掛於建築外牆、水道溝渠的纜線。在此由不滿、衝突轉為抗爭的市場過程中，我們可以觀察到爭議雙方的市場斡旋已經超過商品本身的定價，移動到更後設的認知架構上關於正當權益（entitlement）的折衝確認。我們無法以具有社群倫理內涵的「收視權意識」來解釋衝突的起因，它反而是跟隨抗爭擴大才跟著在政治過程中被確認，收視戶也是透過衝突過程才從單純的「消費者」轉變成兼具「市民」認同的集體行動者。這整個消費抗爭延燒了一年方告落幕，最後甚至導致臺北市新聞局長的下台。

本文認為這些個案是消費市場衝突中典型的「道德經濟時刻」（moral economic moments）：一種「再怎麼便宜都不能夠由此營利」的倫理控訴（即在主流經濟學眼中「價格彈性接近零」的僵固需求）。

透過後設倫理認知架構的挪移與替換，許多社會理論視為「個體化」的消費者從不滿轉向衝突，接著提升到抗爭，甚至最後導向Barnett, Cloke, Clarke and Malpass等人（2010）所謂「政治化」的消費運動。道德經濟（moral economy），在Polanyi（1944, 1957）批判性的鑲嵌視野燭照下，是與主流經濟學相抗詰的重要研究傳統。本文認為它最有力的貢獻在於，為市場經濟的核心衝突提供一個以倫理認知轉換為中介的因果解釋。具體而言，揭發常民如何在經濟衝突中看穿「自律市場」的不義，繼而發出以社群倫理為本的抗爭。然而道德經濟的自我理解經過「實質 vs. 形式」論戰被僵化為實質論的立場，也就是，對比於主流經濟學從無涉倫理思維、普遍抽象的個體預設出發，道德經濟則高反差地強調「特定」社會脈絡中的「既存」倫理秩序在經濟弱勢者（例如農民）發起抗爭時發揮的支持作用。

然而，再引前述臺北市有線電視收視戶抗爭為例，儘管此個案最終演變成以市民收視權為訴求的消費集體抗爭，符合道德經濟文獻所強調的社群倫理特徵，但細察最初消費不滿的起因以及透過與業者折衝才浮現出社群倫理的先後時序，可發現存在許多與道德經濟傳統分析不一致的疑點。首先，消費爭議的對象並非傳統文獻中處理的生活必需品或Polanyi所謂虛構商品的勞動，而是單純的資訊內容與娛樂服務。其次，收視費用僅占全台家庭經常性收入千分之七，且抗爭發生在平均所得最高的臺北市，甚至還是高收入的信義區開始，實在難以合理說明這持續長達一年的集體行動。三、臺北市的另一個特徵是，資訊娛樂消費的管道眾多，替代性商品也比其他地方充裕，沒理由不採取「純經濟」的拒買手段。最後，也是最重要的，臺北市作為臺灣最大都會，高樓大廈林立，人口流動性高，人際關係疏離，衝突爆發前幾乎沒有任何社會鑲嵌可言的既存基礎。這起由不滿到抗爭的消費衝突不只針對以「自律市

場」來辯護其寡占利潤的資本家，其實也具體而突出了當代消費社會中的衝突抗爭對道德經濟傳統自我定位方式的嚴峻知識挑戰！

消費不滿以至抗爭是貫穿當代市場經濟的核心衝突，牽涉範圍廣及各種政治、文化、經濟的公共課題，上述這些臺灣經驗並非例外。換言之，就在道德經濟因自縛於「實質vs.形式」二元對立爭議中的實質論立場，逐漸失去與當代衝突的關連之際，大量的消費不滿、衝突與抗爭卻展現了，即便在缺乏既存鑲嵌並且高度個體化的消費社會中，倫理感知仍作為抗爭動力的持續存在。更弔詭的是，主流經濟學作為一種展演（perform）市場運作的知識體系早已成為自由市場的內在成分，並且以交易理性的「實質」論述與邊際均衡的「形式」表述雙軌齊進才得以鞏固其霸權（Mackenzie 2008; Block 1996）。本文的目標是，在立足於當代消費社會核心市場衝突的現實基礎上，勾勒出一個讓道德經濟扣連到當代，並與主流霸權相抗衡的理論重整提案。

道德經濟從Polanyi（1944, 1957）、Thompson（1993[1971]）、Scott（1976）以降構成一個與主流經濟學相抗衡的學術傳統，這些研究著力於揭穿鑲嵌於特定社會中社群倫理（如互惠）的前資本主義經濟對市場入侵的道德抵抗。在古典的形式論vs.實質論爭論中，道德經濟論者繼承Polanyi最初的知識論決裂，批判主流經濟學將不同社會經濟的實質倫理內涵化約到抽象的市場機制與普同經濟人的謬誤，同時也指出，自律市場的資本主義經濟秩序在人類歷史上反而是特殊的，當中諸如勞動等「虛構商品」不可能受制於市場供需等價交換原則，因為它們乃是根植於人性倫理而社會鑲嵌的存在（Polanyi 1994）。

隨著資本主義自由市場席捲全球經濟，傳統道德經濟跟著前資本主義與非資本主義經濟的消退而喪失動力。但弔詭的是同時，現實局勢中資本主義社會的經濟衝突更形激烈，且更多是從傳統生產的分配正義



外，在象徵個體化「去鑲嵌」的消費領域全面爆發，從環繞各種社會爭議的消費不滿與抗爭，到更積極政治動員的倫理消費，出現各種不以既存社會鑲嵌為前提的社群倫理建構與開展。不少學者都理解到道德經濟觀點在對抗全球自由市場化上的潛能與頓挫，試圖對傳統道德經濟的理論範式進行批判性的再構，以強化其與當代自由市場核心紛爭的連結（Booth 1994; Arnold 2001; Sayer 2000, 2003）。本文是當中的一個理論重整的提案，立基於Miller（2001）與Barnett, Cloke, Clarke and Malpass等人（2005）所開啓關於資本主義消費中倫理體驗的經驗研究，著眼於分析市場經濟中從消費不滿到抗爭的關鍵轉折。具體作法為在傳統道德經濟論述中：

（1）導入「道德人」（homo moralis）的理論先設。相對於極大化偏好排序下個體效益的「經濟人」，提出一個以倫理認知架構的強選擇為焦點的分析取向，這可以在Polanyi討論實質經濟中的道德目的性時對亞里斯多德的引用找到最初的基礎（Polanyi 1957: 64-94），也可以在非主流實驗經濟學者Tversky and Kahneman（1986）關於「公道經濟」的經驗研究發現中獲得支持。

（2）確認「自由市場」的經濟論述之所以能夠取得霸權，並不在於其一般性抽象論述的「科學」特色，而是它已形成一套「交易理性」的實質規範架構，讓作為道德人的市場行動者所接受。

（3）道德經濟的核心因果論證如下：消費從不滿轉至抗爭的關鍵來自於以邊際對價來辯護資本利益的正當性原則的危機（也就是，本文所謂「交易理性」的後設認知架構），一旦其為道德經濟人所看穿，作為對抗性認知架構的「社群倫理」便得以在衝突辯證中浮顯。

最後，（4）經過這番理論線路的重整，我們可以為道德經濟補強形式分析的另一輪軸，將基於普遍適用的社群倫理原則與基於邊際效益

的交易理性原則共置於同一分析平面，以輔助我們理解市場斡旋與認知轉轍的因果機制。我們在Scott（1976）*The Moral Economy of the Peasant*一書中找到銜接這個形式表述的原始模型，強化了本文的重構提案與傳統道德經濟核心文獻更穩定的內在繼承。

我們進行這番理論重構的方法，在透過論證串連與道德經濟具有內在親近性的一群晚近文獻，包括道德哲學的討論與非主流的實驗經濟學經驗研究，將此提案的置疑架構（*problematique*）鑲嵌於一群本文刻意重新編織的文獻家族（*family of literature*）中以支持其內在效度；從思想展演的實效性來看，也呼應了Block在*The Postindustrial Possibilities*（1990）與*The Vampire State*（1996）等著作中有意識進行與主流經濟學相對抗的論述結盟企圖。本文最後一節將從重構後的道德經濟中延伸演繹出「質／價比商品分布」的概念工具，據此嘗試標記出潛伏於當代消費社會商品市場中的「社群標準」（*community standard*）以及其與不同市場部門競爭邏輯間的對應關係。最後，我們拿此概念演繹來與主流經濟學範型下試圖從極大化效益來解釋經濟衝突的模型做對比，在針對當代經濟衝突的詮釋權對抗中，摸索道德經濟在個體化消費社會中的新戰鬥位置。

## 二、消費社會的市場衝突：道德經濟的當代入口

許多社會理論家將我們所處的當代描述為個體從各種集體秩序中脫離的過程，不只是傳統崩解的現代化經典敘事，還包括晚近因人口移動、網路技術、經濟全球化等流動過程而鬆動的、以民族國家為本的現代秩序，勾勒出任何內在具有固定價值之物皆解體的「液態化」（*liquidation*），以及個體反思選擇的範圍擴張到史無前例的社會圖像

（Giddens 1991; Beck 1992; Bauman 2000）。「消費社會」尤其是標記後工業經濟秩序的一個關鍵特質，Bauman（2008）認為它是資本主義全面市場化下的一切收縮至個體內在選擇的時代表徵。在當中，不只商品構成社會生活的主要形式，消費的人本身也成爲了商品，甚至人的內在體驗也被流動商品的消費所分割離散。就此，Bauman（2008）對當代經濟生活提出一個大哉問：「倫理在消費社會中有沒有機會？」，而他深思後的答案是悲觀的否定。像這樣針對消費社會的批判並不陌生，馬克思的商品拜物教批判尤其爲往後許多的資本主義文化批判立下基調（Marx 1906[1865]; Marcuse 1966; Veblen 1970[1899]; Adorno 1991; Bourdieu and Wacquant 1992; Baudrillard 1998 [1970]）。

80年代以降在市場自由化與全球化的現實背景下，社會學重新燃起對經濟分析的興趣，新經濟社會學出現並在主流經濟學之外從文化、權力、網絡等角度提出許多社會學的替代解釋提案（Granovetter 1985; Fligstein 1996, 2001; Zelizer 2010; Burt 2010），有趣的是，消費這個當代經濟的重要領域竟然意外地低度發展，儘管在現實的全球經濟中屢屢可見消費者以自身的消費行動來進行功利偏好與社會價值間的調節，拒買已成爲90年代以後遍及環保、人權、勞動等公共爭議的抗議手段。爲了環境保護，消費者抵制污染海洋並拒絕投資新能源的艾索（Exxon）石油；爲了動物保護，人們抵制販賣皮草的梅西（Macy）百貨；爲了人權，人們抵制投資緬甸與南非的企業，動員阻止中國取得奧運舉辦權；爲了勞工權益，大學師生監察呼籲串連拒買富士康（Foxconn）主要客戶的蘋果商品；爲了反核，法國葡萄酒遭到全球抵制，以逼迫法國政府簽訂禁止核試協定。除了這些看似消極的集體行動，我們同樣也見證到公平交易、雨林保護、地方貨幣等正面介入消費市場運作的倫理消費運動在全球範圍展開。消費儼然已超越單純功利滿足的個人框架，進入當

代許多重要社會爭議與市場重建的核心。

Miller (2001) 在《道德的貧困》一文對於學院論述忽視消費所內涵的道德動能提出批評：

這些（消費批判的）道德立場是如此地強烈，以致它拒絕被許多關於消費與消費者的經驗研究所修正，…… 結果就是產生關於消費極端保守的看法。消費被當成惡魔其來有自，當代的研究不過延續了這個將消費當成浪費病的古老成見，診斷與病徵早沒有爭議，唯一正當的爭論點只在治療方法。…… 問題還不在這種學術姿態避免了面對現實的消費研究，而是它原本可以從理解本質上複雜而矛盾的實際消費過程中，展現另一種道德立場的選擇。

以Miller (2001) 為首的「物質文化」經驗研究為現實消費中的倫理內涵累積了許多佐證，提供了將消費個體視為道德存有的有力支持，對道德潛能在消費中的沉浮轉折做了奠基性的理解。在理論上，Miller 反駁馬克思對黑格爾的唯物論翻轉以及資本主義的異化批判，意圖還原消費過程中客體化的辯證面貌：主體透過消費行為吸納（absorbing）商品使其反映「不可讓渡」（inalienable）的人文價值。Sayer (2003) 在經營其版本的道德經濟理論重估時，同樣將Miller視消費為「去商品化」（de-commodification）與「再脈絡化」（re-contextualization）的田野觀察當成一個有力的立論基礎。正是在此，他毫不含糊地針對Bauman「倫理在消費社會中沒有機會」的結論提出批判：

Bauman錯得厲害，當他聲稱不管有再多人參與其中，消費「終究是個獨我追求（solitary pursuit）的原型，一心追求享樂的消費當中容不下任何社會團結或對他者的關懷」（Sayer 2003: 353）。

同樣以Miller這個將消費視為矛盾但內涵道德動能的啓發為基礎，Barnett et al.（2005）對自由市場全球化下倫理消費的反撲做出深刻的經驗分析。他將倫理消費視為動員的政治過程，是經濟個體透過消費行為取得新的內外聯繫的倫理修為。在道德經濟人的理解上，他延續Miller的主張，認為即便一般的世俗消費也並非無知、不帶倫理與自我浸淫；相反地，日常化消費經常指向對他者的體貼與考量，具有原初的倫理內涵。而他對倫理消費的分析則著力於此既有的倫理感知如何透過政治動員的機制，脫離Miller的日常倫理脈絡，成為以市場重建為目標的消費集體運動（Barnett et al. 2010）。

本文將以Miller為首的這個消費經驗研究文脈來定位道德經濟的重整工作，視其為道德經濟重新連接到當代的切入口。我們主張，介於Miller的日常化商品消費與Barnett的政治化消費間，存在著市場道德尚待解明的曖昧狀態（Sassatelli 2007）：即脫離日常化商品消費，但又未及倫理消費系統（譬如Barnett所研究的公平交易體系）的消費不滿與抗爭（見圖1）。如果倫理消費完全出於「市場外部」政治動員的後果，而非連結Sayer從Miller的消費研究中辨識到對「內在善」（internal goods）的企求，也就削弱了其在消費動機與行為，這市場核心基礎上與主流經濟霸權抗詰的力道。直言之，我們需要解明的是如下的理論／實踐課題：Miller的日常化消費如何移動進入消費不滿，而這不滿又如何出現表述為導向市場集體行動的倫理認知。我們主張，這正是道德經

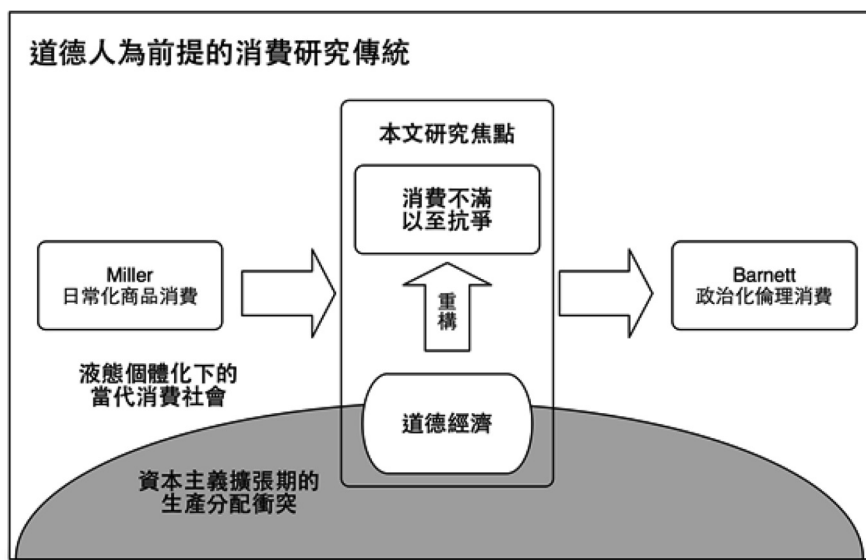


圖 1 本文的研究對象與文獻定位（本文自行繪製）

濟最古典的核心置疑架構：在市場體制下作為道德人的經濟行動者如何「看穿」市場運作的權力實相，從自律市場等價交換的正當性辯護中除魅，進而發出社群倫理的集體主張？同時如前所述，本文將道德經濟自我調整以便進入此當代經濟爭議的關鍵空間（消費不滿、衝突與抗爭），視為其走出傳統「實質論vs.形式論」論戰（Kaplan 1968；黃應貴 1973）自限框架，開始新一波理論再武裝的起點。

### 三、消費不滿：主流經濟學的阿基里斯腱

觀察現實的經濟生活，許多乍看之下「純」消費的行為，背後常隱含著道德正當性的價值認同。當這些價值認同與商品被認知的消費特質（例如環境污染、動物實驗）不一致時，便出現了調節落差甚至轉化為

集體行動的不滿抗爭。抵制或拒絕購買即是許多消費運動者最常採用的手段，甚至成爲許多當代重要社會爭議的核心現象。在這些消費抗爭中，消費者所關心的往往並非個人權益（這些訴求大部分甚至增加了個人的成本），而是環保、人權等公共價值。因此，跟社會批判的傳統直覺相反，消費行爲不只未隔離個人於社會之外，反而是個體與社會間取得人文聯繫的契機。相對於道德經濟可以從處理當代消費社會中的不滿獲得理論重整的機會，消費不滿則是主流經濟學在市場自由化主導趨勢下，暴露其典範核心弱點的阿基里斯隄，一個道德經濟重返當代不可錯過的有利戰場。

主流經濟學爲經濟研究設定了底下的核心問題：在資源稀少的前提下，市場如何有效率地滿足多數且異質的需求？其回答是一套建立在「逐利的理性個人」與「競爭市場的規訓（discipline）」爲前提的自律市場模型。「逐利的理性個人」是競爭市場規訓得以運作的重要基礎，它預設了根據既定的內在偏好、在資訊充足與可支配所得的客觀限制下，不斷透過比價尋求最大邊際效益的市場行動者。「競爭市場的規訓」（或謂價格機制）指出，透過追逐利差與訊息回饋，不受限的自由競爭可以消除賽局理論中誘發背信的訊息不完全與不對稱問題，進而懲罰或排除在滿足消費需求上低度表現的經濟行動者。簡言之，在一競爭市場中，買者通過比價尋求最能滿足其效用的商品組合（無異曲線），而購買行爲所產生符合其偏好的交易訊息，又足以誘導廠商配合調整生產與定價，從而使得市場表現趨近於總體均衡。

正如Sen（1985, 1987, 1999）所言，經濟學原本具有倫理學與工程學這兩個思想源頭，然在上述結合功利主義與工程學的範式確立後，也就放棄了與倫理相關的動機在人類經濟行爲上的作用，成爲探究「稀少資源如何最有效運用」的一門「科學」。理性「經濟人」的理論先



設侷限經濟選擇在「自成的」(self-contained)、「享樂」(pleasure-seeking)、與「個人式」(individualistic)的偏好框架內，但這也使得「消費帶來不滿」的現象成為分析上務必排除的異例。Hirschman<sup>1</sup> (1982) 準確地指出，主流經濟學處理消費不滿的方式暴露出該範型的核心弱點與自我圓詮的偏執。消費既然是出於效用滿足的動機，只要在預算限制與自由選擇下，必然是經濟人內在偏好的實現。如果消費的結果反而是不滿的累積，那麼價格機制就會在資源配置的效率上根本失靈，而那將是範型核心溶解的理論災難。

面對消費不滿的現實，Hirschman (1982) 整理出經濟學者避免理論範型受到威脅的制式回應：(1) 經濟學者堅持，那些沒能「實現」在消費選擇上的偏好，因為未能顯諸於行為，也無涉於價格機制，對於自稱「客觀行為科學」的經濟學而言乃是無效的空想。(2) 就算偶爾因誤購而產生不滿的消費，也會因此提供自己或他者修正用的訊息回饋，長期而言正有助於降低消費不滿。至於(3) 消費中「總是存在」的不滿，乃出於人性的欲求不滿，正是經濟成長的動力；但因為出於經濟人預設的普遍人性，其分配理當平均分散於消費人口，從而不構成因果解釋上的有效變數。最後，如以上解釋都不通時，經濟學者認為，

---

<sup>1</sup> Hirschman (1982) 在 *Shifting Involvements* 一書中提出一個有趣問題：50年代的人們積極追求私人利益，60年代人們從私人世界中走出，轉而熱情投身於各種公共行動，到了70年代人們又從公共領域中撤出，鐘擺再度盪回到私利競逐。如何解釋這種介諸於私人利益與公共行動間的來回擺盪？Hirschman 此書同時也批評社會運動的相關文獻多由制度的鉅視動態來尋求解答，他指出，由於並未提供一個「環繞著消費偏好與經濟行動的內在解釋」，這些解釋必然是不足而且間接。他的提問是，人們由個體私利 (private interest) 轉向集體公益 (public interest) 的內在動力何在？本文處理消費抗爭的著力點便是在回應上述缺乏「環繞著消費偏好與經濟行動內在解釋」的缺陷。



(4) 倘若消費不滿導致溢出自律市場框架的集體抗爭，此「不理性」結果必然是受到「非經濟因素」的干擾。這其實犯了套套邏輯的謬誤，只是重申一次在功利主義框架下對「經濟」與「理性」的窄化理解。

然而我們經驗地考察現實中諸多消費抗爭中的不滿，它們並非止於空想而是訴諸客觀行動；不滿也非如人性論般普遍均質，而是先局部而後擴張；最後這些抗爭大多無涉外部的政治介入，而是出於市場內部的特定交易爭議。即便我們將經濟動機化約到功利偏好，Hirschman (1970) 指出，購買行為也不是其唯一的反映形式，無視於消費者的抗議「發聲」(voice) 連帶後果是傾向於低估底下狀況：在缺乏有效發聲管道或正當性支撐下，<sup>2</sup> 消費選擇其實反映的是價值與現實間的妥協，也就是，購買行為極可能是個體面對權力壓抑下暫時的適應。一個間接佐證的經驗弔詭是，經濟人僅能透過購買行為安靜而分散地表達不滿的「理想市場」，反而經常是鑲嵌於不自由的集權社會；相反地，現實世界的自由市場總是充滿著集體抗議的「噪音」。

總之，主流經濟學的知識範型有其內在弱點，使得它無法正面分析市場中消費不滿的來源、作用與影響。基於範型自圓的制度動力，即便面對消費者集體抗爭的龐大現實，也只能理解它為對定價的不滿，或者受到「外力」的煽動干涉，而不是任何內在於消費選擇的倫理不滿與要求。道德經濟一直是個有力的替代方案，但在重新連結其到自由市場席捲全球經濟的當代之前，我們必須先將道德經濟從將其網綁在前資本主

---

<sup>2</sup> 本文稍後將指出，主流經濟學的科學論述本身也有其「展演性」(performativity) (Callon 1998, 2006; MacKenzie 2004; MacKenzie, Muniesa and Siu 2007)，在現實中對應存在著我們將稱之為「交易理性」的認知架構，它引導人們透過形式且個別化 (arm's length) 的觀點來理解市場買賣，以「一分錢一分貨」的邊際思維來相互確認產出與報酬間的交易合理，並建立起倫理正當性，最終在買賣雙方之間搭建出一種預設「應該排除非份要求」的規範默契。

義經濟的歷史符咒中救出。

#### 四、道德經濟的傳統洞見與面對當代的自縛

針對經濟現象中蘊含的倫理性質，Polanyi所開啓的「鑲嵌」（embeddedness）觀念在結合道德與經濟的經驗研究上一直深具影響，也為道德經濟提供了傳統範型的核心論證（Polanyi 1944; Kaplan 1968）：他延伸亞里斯多德的道德人觀與實質經濟，發展出社會價值與規範在人類經濟活動中具有導引作用的論證；指出以自利個體、有限資源、價格交換所構築出來「自律市場」（self-regulating market）的觀念，反而應被理解為一套支撐資本主義，特定狹隘又具有暴力強制的經濟認知。一旦社會徹底臣服於市場法則，抽離出原本鑲嵌於社會整體生活的經濟活動或產品，這些「虛構商品」受制於市場供需的波動，將不可避免地帶來人性的磨難，最終也將導致社會自我保護的反制。

然而，如果自由市場是出於對真實狀況的「誤認」而發展起來的，那麼社會自我保護的運動又如何「看穿」這種市場論述的虛妄？Thompson（1993）透過針對英國十八世紀飢民反抗的歷史研究，首先標舉出「道德經濟」的研究取徑，並集中於處理這個認知轉換的核心問題。他的研究發現，並不是生理驅動的飢餓「肚皮革命」，而是先前當局對於穀物與麵包市場供應管道、成分與價格的「家父長干涉主義」所形成的權利意識，構成民衆評判市場與當局作為並據以行動的判準，道德經濟的研究傳統於焉開啓。

Scott（1976）延續此研究傳統，以「互惠規範」（norm of reciprocity）與「生計權利」（right to subsistence）勾勒出南亞農民判定地主與國家徵稅是否構成「剝削」的一套認知標準，再次指向了解特

定社會具體經濟規範的首要性。Reddy (1987) 針對法國紡工織工與工廠主的衝突研究指出，貫穿兩個社群長達一個半世紀衝突的關鍵，正是在於坊工織工一直將自己視為獨立的商品生產者，由此認同而產生了為生產的獨立自主而奮戰的動力。換言之，前資本主義的社會身分認同在「穿透性眼光」的形成中發揮了自我啓蒙的影響力。在這些案例中，民衆反抗的原因都必須透過特定社群倫理的認知中介才能解釋。<sup>3</sup> 綜合這些研究包括底下一組論證：經濟不滿與抗爭潛藏在「交易理性」與「社群倫理」間的落差。交易理性的市場論述，作為支持自律市場的主導認知架構，足以壓制住人們原本樸素的社群倫理感知。但在適當的時機下人們仍得以「看穿」戳破其倫理正當性，進而在權益覺醒中導向以社群倫理為名的集體抗爭。在筆者看來，這個隱藏在道德經濟傳統文獻中的因果模型正是它給當代消費研究最寶貴的資產，它是一種聚焦在交易的後設認知架構層次上，分析對立架構間折衝斡旋過程的理論架構，預設了交易順暢所必須的規範正當性，也暗示了抗爭從潛伏到爆發的轉換機制。

然而，傳統道德經濟學仍存在一些甚至可以追溯到 Polanyi 的自我局限，導致它無法適時填補（如圖 1 所示）「消費不滿與抗爭」這由 Miller 所開啓消費經驗研究的缺口，進而迎頭痛擊主流經濟學的阿基里斯腱。觀察全球化時代消費不滿與抗爭的現實，固然放大了底下直接套用道德經濟傳統分析的一些弔詭，但這些尷尬卻也提供了啓發我們進行理論重

---

<sup>3</sup> Greenough 對孟加拉饑荒的研究從相反的方向，同樣指出社群倫理的認知關鍵：不同於西方「權利」、「規範」與「正義」的概念，孟加拉當地的文化是以「恩澤」、「幫助」、「禮物」等缺乏責任規範的認知看待饑荒。此一等待保護、給予的文化，使得許多人寧願「餓死在充滿食物的商店前」，也未發生集體暴動（引自 Thompson 1993）。

整的重要經驗線索。

(1) 傳統道德經濟預設了在自律市場將經濟交易的倫理內涵「剝除之前」，原本就存在著鑲嵌於特定社會文脈中與常民親近的社群倫理。因此經濟人類學的實質論者在與形式論的古典爭議中，便集中氣力在透過歷史與田野調查細膩地挖掘特定時空與人群關係牽繫的經濟規範。這使得Cook (1966: 325) 在一篇被形式論認為宣告勝利的批評中主張：一個為前資本主義經濟而刻意設計的理論，不消主流經濟學的攻擊，在市場經濟的大趨勢下註定將失去現實關連的意義。處在市場經濟席捲全球的當代，市場論述的「交易理性」早全面滲透到許多個體化、液態化、去鑲嵌的社會領域，成爲一種具體的常識霸權。弔詭的是，消費不滿反而常先從「世界公民」、「唯一的地球」那般高度抽象的直感開始，缺乏既定社會脈絡中慣習的支撐（參考圖2D），要透過抗爭經驗才逐步建構出具體的訴求內涵。

(2) 從Polanyi以降，囿於時代背景的限制，道德經濟對資本主義自律市場的批判一直隱含著生產的工業秩序，一旦後工業的當代經濟放大了個體化的消費領域，便突出了其在分析鑲嵌經濟的適應困難。然而，剛好在消費抗爭上，各種資本主義新的經濟社會爭議沛然而生，正構成了驅動當代最重要倫理反思的核心。主流經濟學後設的「消費者主權」觀念中隱含對「自律市場」的規範性辯護，它提供了一套以「邊際效益」與「等價交易」爲正當性基準的交易想像，所謂「一分錢一分貨」、「天下沒有白吃的午餐」已成爲規約市場交涉的倫理尺度，是使得社群倫理「顯得蠻橫不講道理」的常識修辭。雖然不免尷尬，但這經驗現實對道德經濟該如何調整卻有著如下的理論暗示：如果經濟個體如其所言始終存在於道德視域中，那麼自律市場之所以成爲市場全球化下的霸權，必然是因爲它同時也是一套規範交易雙方權益（entitlement）

的實質認知框架，才得以壓抑消費不滿的發聲（參考圖2C）。

最後，（3）衡諸當代全球範圍的各種消費不滿與抗爭，範圍寬廣、類型多元，幾乎遍及各種想像得到的商品，社群倫理在這些當代經濟的多樣衝突中廣泛發聲，事實上更加支持了不存在「非鑲嵌市場」這回事。即便是最能表徵個體化趨勢的消費者，其本質仍是Sayer（2003）所謂的對任何商品「內在的善」（internal good）有著倫理期待的「道德人」（homo moralis）。這支持了被認為是日本Polanyi派代表性經濟學者金子勝（1999）的大膽主張：Polanyi不應將社會出於自我保護勢必對「自律市場」自發地進行倫理反制的核心論旨，限制在勞力、土地與貨幣這三種「虛構商品」的範圍內，這只是徒然將道德經濟的分析氣力導到區辨「虛構」與「非虛構」上。經濟「始終」鑲嵌於社會生活的倫理脈絡，此意味著經濟交易總是含攝在經濟個體的道德視野當中，關於經濟行動者「一般化的分析前提」應該置於道德經濟針對具體市場的考察之前。簡言之，道德經濟需要自己的「形式論」。

從當代將消費者視為道德人的分析傳統出發，我們在Miller的日常化商品消費與Barnett的政治化倫理消費間定位出「消費不滿」這個有待填補的關鍵課題，繼而指出與主流經濟學的古典抗詰的道德經濟提供了一個最切合此課題的分析傳統。緊扣著消費不滿，我們先指出主流經濟學的根本弱點，然後對照於當代消費抗爭的現實，從三個弔詭標示出傳統道德經濟亟待打開的理論潛能。行文至此本文理論重整的替代方案已經呼之欲出：由經濟個體先設的道德視野開始，將「交易理性」與「社群倫理」視為兩套道德人得以確認交易「正當性」的對立認知框架，繼而重構一個允許我們解析消費不滿與抗爭如何在這兩者的折衝中浮現的理論架構。

## 五、超越「形式vs. 實質」框架： 道德經濟的修補與進化

形式論與實質論的爭議出現於1960年代延續了大約10年，課題本身觸及的是社會科學長期以來一直存在的方法論爭。Polanyi在*Great Transformation*（1944）一書中首先用「形式」與「實質」來區分理解經濟以及其相應分析方法的兩種對立，然後在*Trade and Markets in the Early Empires*（1957）出版後點燃此古典爭議，辯論雙方的焦點並非在經濟衝突，而在主流經濟學抽象普遍的一般性表述是否適合分析社會脈絡高度差異的不同經濟體。

道德經濟著力於在特定社會經濟脈絡下勾勒其規範聲稱的實質內涵，並將其從被壓抑到浮現的過程視為經濟不滿得以轉化成公開抗爭的契機（圖2A）；相對地，主流經濟學則致力發揮以資源稀少性、價格競爭以及極大化效益的經濟人等抽離概念為形式前提的供需分析（圖2

	實質規範聲稱	形式分析表述
道德經濟	A 社群倫理	D ?
主流經濟學	C ?	B 反映市場供需的 質價邊際變動斜線

圖 2 當代消費衝突揭開古典「實質/形式」爭議的缺漏（本文自行繪製）



B)。於是，此論戰強化了道德經濟論者反對抽象一般化形式表述的禁忌，認為此主流經濟的典範特色與現實中掩飾資本主義剝削的「交易理性」市場論述互為表裡；反之，主流經濟學這方則致力於將邊際均衡模型普遍應用到各種歷史文化脈絡以挑戰鑲嵌性，在此對抗中道德經濟論者不幸地只有更加僵固了唯實質論的自我認同。

Carrier (2009) 從修辭政治的觀點重訪了這場註定各抒己見、無可妥協的古典論爭，總結心得：鑲嵌經濟與自律市場原本都各有其實質與形式的成分，但實質論卻一直自我放棄未能發展形式表述，而主流經濟學因其形式分析的說服效果卻漸居上風，可以跨越特定脈絡延伸應用到新的領域，並與政策爭議結合來壯大勢力，終於成功地把道德經濟擠壓至邊緣位置。Carrier對古典論爭後交戰雙方社會影響落差漸大的深刻觀察與因果診斷，呼應了本文的戰略主張：必須放棄「形式論vs.實質論」不幸地誤置焦點的陳舊框架，起碼避免它造成道德經濟在面對當代消費不滿與抗爭上的自我束縛，解放道德經濟成為比（在當代諸多消費不滿下暴露了視野侷限的）主流經濟學更具整合與彈性的分析取向。底下我們正面提出一個道德經濟的新架構，依序討論三個本文意圖填補的空白。

### （一）「道德人」的一般性理論先設：道德視域中的後設選擇（圖3A）

相較於主流經濟學必須面對消費不滿的阿基里斯腱，道德經濟有更好的潛力復甦活力扳回一城。但道德經濟如何能夠在去鑲嵌的個體化社會下分析消費不滿的產生？更具體而言，如果如Miller與Barnett的消費研究所示，從不滿到抗爭的倫理發聲，乃至形成實質的社群倫理是個動

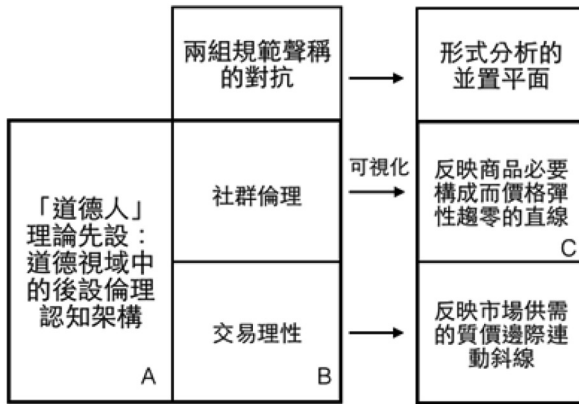


圖 3 實質 / 形式分析雙軌並進的道德經濟理論重構 (本研究自行繪製)

態的發生過程 (emergent process)，那麼關鍵的理論重建工作應該首先是，如何在這一切初始之際，便從「經濟個體始終是道德人」的傳統智慧出發，確立經濟個體在市場交易中進行選擇與對選擇進行倫理合宜與否判斷的最初「形式」。幸運的是，如同消費經驗研究累積的成果般，道德哲學與實驗經濟學晚近的發展已準備好為道德經濟的重整提供奧援。

主流經濟學被稱為「選擇的科學」，而從邊際對價來極大化個體內在偏好的「經濟人」設定，更是以消費者作為現實指涉的想像依據，無怪乎市場雖然充滿企業權力控制的痕跡，卻可以在理論上持續被認定「消費者主權」的統治 (Cochoy 2007)。這種主流經濟學對市場選擇的理解雖然狹隘卻廣為接受，弔詭地甚至包括消費社會的批評者。Bauman (2008) 便認為，消費社會中的個人選擇就算不是對道德的否定，起碼也是無涉倫理的自私營利，在他看來道德是一種外在強制 (Thou Shalt Not Kill) 的感知，不可能因個體內在選擇而如商品般價值消長。問題是，承認道德是具有外在強制性的倫理感知，跟理解倫理行



動作爲一種選擇，並不存在衝突，我們需要的是對經濟行動者的倫理選擇做更深刻與接近現實的理解。

Frankfurt (1971[1986]) 指出，主流經濟學想像世界裡的「經濟人」是只根據自己內在偏好排序而行事的所謂「輕浮縱欲者」(wanton)。但現實日常生活中頻繁出現的倫理選擇，並非只是「茶或咖啡」這種一階偏好的排序問題，<sup>4</sup> 而是二階慾望(second-order desire) 評判此排序本身合宜與否的後設抉擇。「道德人」的倫理選擇往往表現在個體對內在既定一階偏好的克服，譬如基於二階的後設架構調整，決定寧可繞更遠的路、花更多的錢去購買可能更不好喝的公平交易咖啡。Taylor (1991, 2004) 延續Frankfurt的洞見，現象學地考察人們在現實世界中的道德經驗，指出人們始終活在道德視域之中，並且經常要面對他所謂更後設的「強評價」(strong evaluation)。與經濟學教科書裡那種偏好選擇的「弱評價」恰恰相反，我們是因爲仰慕倫理價值而被其吸引，因爲行爲遵循價值而欣賞自己(儘管帶來個人層次的功利主義痛苦)，因爲意志脆弱的消費選擇背離了價值而厭惡自己(儘管伴隨功利主義的生理愉悅)。

針對理論先設的偏離現實，Friedman (1953) 提出另一種主流經濟學形式論的傳統辯護，這被稱爲「方法論工具主義」(methodological instrumentalism) 的立場主張，實證科學的理論先設並不需要符合真實，只要能促成有效的現實分析。Caldwell (1980) 對此很早就提出有力批判，指出由更接近現實的先設所支持的理論，才是解釋現象的較佳選擇。自然科學接受的也是這樣的判準，因爲它提供更具現實關連也更

---

<sup>4</sup> Wright (1987) 稱此爲「不可共量的類屬間的選擇」。在單一偏好尺度下，偏好度最高的選項一旦出缺，次高的選項將自然遞補。但就「偏好的偏好」選擇而言，選項間不僅不易遞補，而且價值抉擇牽涉到行動者更爲深層內在的自我認同。

廣泛的知識應用（另參考Arnsperger and Varoufakis 2006）。Tversky與Kahneman（1986）提出的「前景理論」（prospect theory），不僅呼應本文關於經濟行動者在道德視域中對後設倫理認知架構進行選擇的觀點（圖3A）。他們以此更貼近現實的理論先設出發，確實獲得了更豐富準確的市場研究成果。譬如「資產效應」（endowment effect）的研究發現便指出，一項抉擇被經濟個體界定為「既有的損失」或者「可得之放棄」將導致截然不同的行為結果。

前景理論大部分的討論集中於這類與「價值函數」（value function）相關的經驗研究，較少被留意的是Kahneman, Knetsch and Thaler等人（1986a, 1986b）對於「公道」（fairness）的倫理認知在現實經濟中如何發揮影響的經驗發現：人們對交易雙方權利義務採取的後設認知架構直接影響著市場交易的成立與否。Fehr, Kirchsteiger, and Riedl（1993）依此解釋勞資的互惠關係，指出由於受道義觀念的影響，買方願意提供高於市場結清的薪資，賣方則相對地放棄在工作努力上有所保留，其結果是對雙方都有利的更大產出。不同於賽局理論的解釋，他們的模擬實驗發現，即便不存在名聲效應（reputation effect）、重複交易的機會或者對投機的懲罰，人們仍舊會依循內在道德視域中的道義認知而行事。

Kahneman等人的經驗研究對道德經濟的支持不僅止於此，他們甚至直接指出，在功利偏好與邊際對價的「交易理性」之外，買賣雙方還存在著他稱為「社群標準」（community standard）的另一套規範認知。實驗發現，人們普遍存在著交易是否合乎「道義」的社群思維，甚至願意主動犧牲自己第三者的利益，只為看到施加不義者承受該有的懲罰（Kahneman, Knetsch and Thaler 1986a）。另外他們研究廠商調整定價所引起的社群反應也發現，「成本加成」這種邊際對價的交易思維並非人

們評估價格調整的唯一標準，廠商保留因為成本節約而增加的獲利，或者因應成本上升而提高價格以保衛利潤，可以被人們接受為「合理」，但是當廠商利用市場變化的優勢來圖利時卻會引起「不義之財」的公憤（Kahneman, Knetsch and Thaler 1986a）。

現實世界中的廠商比起主流經濟學更為務實，他們在「意識到消費者具有道義思維」下進行決策，市場交易的雙方都不僅在效益成本的層次上進行邊際算計，更是在以「權利」與「道義」為軸心的認知架構下進行協商。實驗經濟學者稱此為一種「雙元權利」（dual entitlement）的市場規範。經濟人如何理解一項市場消費的道德正當性？什麼狀況下，消費者辨識一項消費為「心安理得」？何時又猶豫於倫理不妥？什麼狀況下接受對方為殷實的商人？何時又會認為是不義之財？Tversky and Kahneman（1986）針對各種不同交易情境的經驗研究同樣指出，道德視域中的經濟個體是經由規範聲稱的認知架構為中介來判定交易的道德正當性。從Frankfurt的道德哲學到Kahneman的實驗經濟學，我們將道德經濟的新提案鑲嵌到一群內在呼應的文獻家族中，強化了本文理論重整的外部效度，也建立了「在道德視域中進行後設倫理認知架構選擇」的「道德人」理論先設（圖3A）。

## （二）「交易理性」作為一套規範交易的正當性修辭（圖3B）

以自然科學為師的主流經濟學認為，為了證成自己的科學性，必須將自身與「道德」、「倫理」等規範性探討區分開來。雖然強調是客觀的科學，但他們多未針對人們的實際選擇行為做經驗研究，而是靠「理論上認定」貨幣交易是經濟人的偏好在經驗世界中的「客觀實現」。然而在現實世界中，倫理思維對經濟交易的影響廣泛可見，而研究經濟現

象中蘊含的倫理性質也不等於以「科學」為名夾帶研究者的價值判斷。經濟心理學者Thaler（1980）還留意到另一個弔詭，雖然主流經濟學自認是不帶情感與規範在做基於經驗的科學判斷，然而觀察他們在真實世界經濟爭議中的發言卻經常混淆了應然與實然，譬如像經濟人「理應」按照偏好排序來追求最大化的「應然聲稱」。

當年的實質論大將 Gudeman（2009）晚近從「修辭作為一種說服機具」（device for persuasion）的觀點來反思主流經濟學的當代霸權，便直接點明主流經濟學以知識權威在現實市場中偷渡交易正當性的修辭介入。McCloskey（1985, 2002）也主張1940年代後經濟學的語言開始服膺數理化，自欺於將自己想像成不帶情感、獨尊客觀的科學。McCloskey意圖復興18、19世紀古典經濟學修辭傳統的「人文經濟學」（Human Economics）努力，修補出的卻是與道德經濟非常不同的史觀——一套資本主義的原生動力來自於布爾喬亞美德（virtues）的經濟修辭。「資本主義並未使我們的靈魂變得墮落，反之，它使靈魂獲得改善」（McCloskey 2006: 23-24）。McCloskey引導我們認識到資本主義市場的確存在一套與其呼應的倫理世界觀，它建立在獨立經濟個體的自由與美德，創新活動因此獲得尊重與鼓勵，而其導致的生產力則讓全世界許多人脫離貧窮（McCloskey 2010）。

坦承受到McCloskey啟發的博藍尼派（Polanyian）社會學家Block，從對立的政治座標出發，呼籲將此倫理修辭的鬥爭視為當代經濟爭議的關鍵。他警覺到的危機是，主流經濟學已經在市場倫理的實質內涵上積極經營其修辭內涵，不再框限在「形式表述」上強調科學權威的優勢。這毋寧才是道德經濟繼續在二元架構下以「形式論的他者」來堅持實質論自我認同所面對的真正威脅。Block認為，美國經濟政策並非為主流經濟學「科學的」論證分析所支配，而是受其背後的倫理故事與隱喻所

引導，隱喻「輕易深入我們的心靈並持續影響我們的思考，即便經驗事實已然變化」（Block 1996: 6）。而這套「一分耕耘一分收穫」的「節制」（Produce）倫理，一方面隱藏在「邊際報酬」、「供需平衡」的科學論述背後，另一方面在美國社會則表現為「奇異恩典」（Amazing Grace）的經濟敘事，將資本隱喻為需要流通才有益經濟體健康的「血液」、政府則被連結到靠抽稅而活的「吸血鬼」，對進步運動造成倫理想像的牽制。<sup>5</sup> 本文稱這個立基於個體主義架構、強調「天下沒有白吃午餐」、「一分錢一分貨」的規範性聲稱為「交易理性」（圖3B）。透過此後設的規範認知架構，交易雙方得以在付出與獲益間確認邊際對價的合理性，它規範了交易當事人的買賣權益，也自我壓抑了被認定「並不合理」的不滿。

### （三）「社群倫理」的形式表述與認知架構衝突的可視化（圖3C）

我們區別了「交易理性」與「社群倫理」這兩套正當化市場交易效力的規範聲稱，或者說，引導經濟人確認交易雙方權益的認知架構。前者的特徵在依循偏好滿足的個體主義框架，透過對價格與效益間邊際對價的規範默認來尋求市場和平；後者作為前者在後設選擇上的對立架構，形之於維護更深層社群價值的集體認同。現在我們可以將道德經濟

---

<sup>5</sup> 近年受到「科技與社會研究」（STS）啟發的經濟社會學著力於經濟學所具有的現實「展演性」，有系統地揭穿主流經濟學的言說對現實自由市場運作的支撐作用，是使其得以客觀運作的知識物件。用Mackenzie（2008）的說法，是推動市場「如其分析般」被接受與運作的「引擎」，而不是從超然距離之外理解市場的「相機」。

針對市場衝突最精采的論證重新表述如下：

消費不滿的爆發契機潛藏在「交易理性」與「社群倫理」的落差間，前者作為一規範交易正當性的主宰架構足以壓抑人們社群倫理的噤聲，相反地消費抗爭浮現的關鍵在於對交易理性正當性的看穿，進而在社群倫理的覺醒中導向集體發聲。

這個因果模型聚焦在交易的後設認知架構層次上，分析對立架構間折衝斡旋過程，預設了交易順暢所必須的規範正當性，也暗示了抗爭從潛伏到爆發的轉折機制。

那麼如何逼近分析這兩個認知架構的相對位置與動態折衝？在此我們可以看出本文重整提案的另一個優勢，我們可以在適切於消費社會的分析平面上並置檢討這兩個認知架構相對影響力的移動。主流經濟學及其相應的交易理性規範在認證商品交易的合理性時，一直都是延著質價就一定比例兌換的邊際思維。我們可以從建立對比於此的「社群倫理」形式特質中獲益，得到更能有效輔助我們掌握消費從不滿轉折到抗爭的分析工具。

強調文化分類範疇與在地社會脈絡的特殊性，是道德經濟學者最強烈的自我認同，形式論與實質論的爭議更是強化了迴避形式分析的「反普遍主義」。但現在回顧來看，「形式」與「實質」其實是誤置焦點的假區分，雙方一直都存在著這兩種論述元素（Carrier 2009）。就像主流經濟學者也踏入修辭領域確認自律市場的規範聲稱，道德經濟更沒有必要繼續自縛於形式表述之外。我們接著想要說明，這樣的分析策略並非離經叛道，Scott（1976）的*The Moral Economy of the Peasant* 是道德經



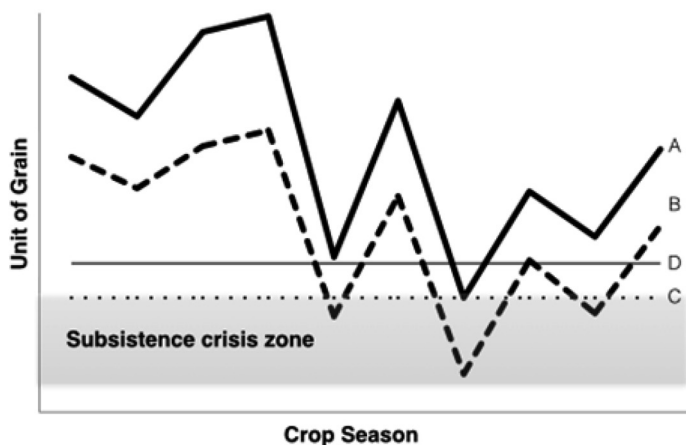


圖 4 Scott 對引發農民抵抗之社群倫理的形式表述  
(參考Scott[1976: 36]重新繪製)

濟的經典，這本書固然強調脈絡分析的重要而反對普遍主義，但深究其實質內容意外地卻提供了我們以形式表述並置這兩個規範架構來檢視農民反抗線索的精采示範，展示了形式與實質分析雙軌並進如何造就了這本道德經濟的經典大作。

Scott在此書中分析20世紀初南亞農民面對農業生產短缺時，如何受到農村土地生產的分配制度、國家徵稅措施的影響，而爆發回應生存危機的農民暴動。繼承Thompson以降的道德經濟傳統，Scott強調並非饑荒的物質條件缺乏，而是道德的義憤；並非地主的「為富」，而是地主面對農民的「不仁」；並非因為利潤的被侵犯或橫奪，而是汲稅與收租後的剩餘是否符合社群認定符合尊嚴的生活標準，才是引發農民抗爭的認知基準。Scott在說明其南亞農民暴動個案分析的理論基礎時，嘗試了底下常被忽略的形式表述。

這是一張純粹出於想像的模擬圖示，Scott藉著將按「比例分成」的邊際認知來分配農作產出，與按生計所需基本存糧來衡量剝削的兩種倫

理認知架構可視化（visualize）<sup>6</sup>，並置二者於同一分析平面，準確地論述了農民道德經濟的豐富動態，展示了他從後設倫理認知架構轉換的觀點來解釋農民反抗發生與不發生的因果機制。

圖4，橫軸是時間序列的稻作收成季節，縱軸是農作產出的量，線A是因為天候等因素的影響農作產出的逐年變化。依照地租制度而定，農民在繳完供給地主的稻作收成後，可供自身生活支用的剩餘產量也有所不同，譬如線B是在分成租底下農民依據一定的比率繳交地租後敏感於供需而浮動的剩餘曲線，表徵出農作生產的收益與風險。橫貫所有季節固定不變的橫線C，則是農民維持有尊嚴的家族生計所必須的農作剩餘，而線以下的區域Scott稱之為「生存危機的區域」（subsistence crisis zone），按照他引用Tawney對農民經濟的描述：「像一直挺著站立在水中的人，水淹及頸，即便只是陣漣漪都足以淹沒他」（1976: 1），這就是那條滅頂的水線。

在大部分收租後的剩餘仍高於社群倫理最低標準的情況下，不僅地主甚至包括農民本身，在剩餘隨農作收成而季節浮動中，只能隱然意識到社群倫理的存在。隱而不顯的重要原因是，Scott用形式表述的可視化方法精采展示，社群標準的價值在變動剩餘中同時被滿足了。不過一旦因為天災農產欠收，徵租後農民所能保有的剩餘低於此基準，而地主還固執於「分成租」認知架構下的「正當」權益，便將引起農民的道德義

---

<sup>6</sup> 「可視化」（visualization）是透過圖形來呈顯無法直覺看到、因此難以溝通與衡量的現象、關係與機制的方法總稱，在諸多跨領域中被廣泛採用，傳統統計分析中已經有許多應用，其他如網絡分析運用各種節點、連線、叢聚的視覺表現與在不同向量上的分析操作。GIS（地理資訊系統）則是另一個地理資訊與地圖學深度結合的熱門方法領域，同樣也是「可視化」的重要應用。近年來配合大型資料庫的近用普及，資訊圖示（infogram）也是可視化廣為運用並且日益精進的新興領域。



憤，而「一直等在那裡的」社群倫理認知架構遂跟著浮現成爲抗爭的道德理據。

爲了闡釋生計經濟下農民所理解的「剝削」邏輯，Scott還善用了社群倫理的形式表述，提出一個純然出於想像的分配制度，也就是圖4中的D線來闡釋其觀點。在此想像的分配體制下，不管農作收成多寡，地主收租後僅需維持一個固定量的產出給農民。他接著指出，若從收益極大化的長期觀點來看，這是明顯是對農民的深度剝削，但就生計安全受到威脅的荒年來看，地主甚至必須逆向補貼給農民以維持那個符合社群道德的正當水準，反而在農民眼中更符合「道義」原則。

道德經濟視形式表述爲敵是個令人遺憾的悲劇，只是徒然放手讓主流經濟學交織實質與形式論證來攻城掠地，Scott的經典論著早已用「實質與形式雙軌並行」的巧妙論證提供了有力的示範，藉著圖4的形式表述他並置兩種關於產出分配的正當性認知架構，精準地標示出社群倫理盡管隱晦但等著被喚醒的存在線索，勾勒出道德經濟衝突最易爆發的「生存危機」區域，也提示了它浮現成爲市場抗爭倫理基準的因果契機。

最後，這條「價格彈性趨近於零」的潛伏橫線同時也簡潔地表徵出Scott從經驗研究中歸結的社群倫理特徵：（1）它關係到人們基於作爲社群成員的認同所相信理應「一體適用」的生計標準；（2）它關心的不是「獲得多少利益」，而是「減少多少損害」；換言之，無論定價、利潤、成本的高低，合乎道義的交易「最起碼一定要」提供的效益；（3）它關係到人們對於控制不安全與不確定的焦慮（所謂「安全第一」的原則）。我們需要覺得意外嗎？這三個社群倫理的形式特質與Kahneman等人以當代市場經濟中的一般市民爲對象，在關於「道義」經濟的實驗中發現的「社群標準」同樣獲得印證！

## 六、消費社會的倫理抗爭： 概念的延伸演繹與新的論述對抗

如果消費者沒有內在地引發倫理不滿的道德視域（一個火種），那麼Barnett所強調的消費政治動員只會是經濟學者嘲笑的「笨拙政治手段」（Olson 1965）。「星星之火可以燎原」將變得容易理解，如果我們確信在消費者內心世界的草原中藏著助燃的倫理火種。分析至此，希望已經在當代經濟的核心衝突中重新植入了道德經濟的新活力，彌補了Miller到Barnett的消費研究間一個攸關經濟衝突的關鍵空白。晚近主流經濟學的演化已經不再迴避市場衝突，像衝突經濟學「權力悖論」（The Paradox of Power）的論點便是試圖正面處理經濟衝突的理論新演繹，在這新視野下「下層階級選擇抗爭」（而不是「純經濟」的投資）來累積獲益可以不再是「非市場的政治介入」，而是符合效益極大化的經濟理性（Hirshleifer 2001）。本文最後一節，意圖從本文重構後的道德經濟架構延伸演繹一些概念工具，然後應用到「經濟衝突的階級分布」這個課題來勾勒跟衝突經濟學理論抗詰的可能輪廓。

圖5是「質／價比」（Value/Price Ratio）的商品分布圖，下方的橫軸是商品的價格，也就是為消費者所理解、在市場中取得某商品所需償付的貨幣代價。縱軸是商品的價值，也就是被消費者所期待、構成一商品的特質總合。<sup>7</sup>「質／價比」一直是經濟學裡的邊緣課題，消費經濟學更關心的是滿足效益的不同商品組合的「無異曲線」，因為它直接關連到主流經濟學設定的核心研究課題——有限資源的效率分配。按照消

<sup>7</sup> 不同於橫軸「價格」的量化指標，縱軸牽涉到商品「特質」的類屬差異，直接會碰到測量與加總的問題。但就我們此處討論的重點，這樣「擬似序列」（quasi ordinal）的圖示還是合宜的。

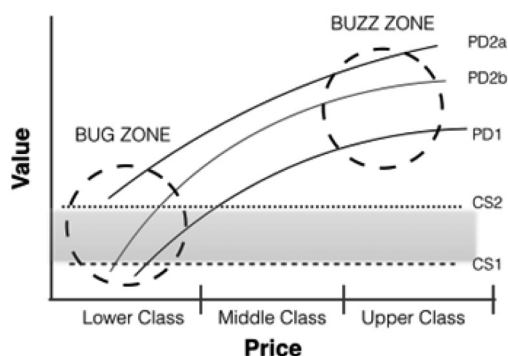


圖 5 「值 / 價比」的商品分布 (本文自行繪製)

費社會主導的「交易理性」認知架構，任何類屬的產品群都「應該」是以類似圖中PD (Product Distribution, 產品分布) 的斜線分布，「應該」的理由是：「一分錢一分貨」的邊際對價是廠商與消費者對合理交易的共同期待，是具有規範「踰矩」行為作用的市場常識。

縱軸的「價值」經常配合不同的應用環境，被人們替換成「品質」(quality)、「效益」(utility)、「效能」(performance) 甚至「規格」(specs) 等概念。我們選擇「價值」(value) 一詞，因為它包含了效益的偏好價值與規範的倫理價值的雙重語意。「質價比」常在廠商產品行銷定位或消費者資訊交換時被使用，表現出市場兩造尋求商品「可賣性」與「可買性」時的資訊需求，強化了「經濟人」積極比價的效率意象。同一範疇的商品群，都有它「現象學地」被認知同一 (identify) 的構成特質。這些「最低限度的價值」(譬如，開瓶器的「把手」，不管它的材質或形狀設計，汽車的「煞車」，不管採用怎樣的零件與作動機制) 跟「在這個基準之上附加的差異化價值」間具有累加 (additive) 關係應該是合理的。前者大抵上指向了圖5中兩條CS線 (Community Standard, 社群標準) 價格彈性為零的橫線概念圖示；後者

則呈現在三條PD斜線，隨著價格提高而往右上方延伸的傳統對價圖示。

主流經濟學強調自由競爭的好處，因為專注於生產與交換的市場活動會將餅做大，創造總體更高的效益。不管廠商是透過生產效率改善獲得成本競爭的價格優勢，或者提高產品附加價值進入高報酬的利基，透過競爭，過去同樣的價錢現在透過交易可以取得更多的價值，原本奢侈品的特質如今成為入門品的基本配備，這是我們經常聽到自由市場回報勤奮與創新的恩典敘事。我們可以期待PD1隨著時間拉高到PD2a的趨勢，而涵蓋在總價值當中商品的構成性特質也往往跟著提高<sup>8</sup>（CS1提高到CS2）。

本節將聚焦存在於PD線的右上與左下兩端的類型化（ideal-typical）商品市場，標示這兩個市場中廠商競爭方式與消費者商品體驗的基本差異。

圖5右上角是我稱為「話題區」（Buzz Zone）的商品進步主義展示區，嶄新特質不斷被導入旗艦商品，並且在廣告行銷上刻意製造媒體話題，例如：專屬衛星的導航設備、手工桿製天然酵母烘焙的麵包、當日鮮捕空運的食材等。高價位熱門商品聚集的「話題區」在價值軸最上段，堆疊了許多差異化的「高附加價值」。廠商的差異化策略集中於此市場區塊，因此這些附加價值間的相互換算往往極為困難，它們為廠商承諾了新商品導入初期的高定價空間，與預期帶來的超額利潤，同時也為市場提供了許多讓人迷惑興奮的「地位財」（status goods）。

「話題區」作為成長引擎拉拔PD上昇的印象，很容易讓我們忽略了左下端「瑕疵區」（Bug Zone）所存在的不同競爭光景。

---

<sup>8</sup> 產品分布線在質價座標中的移動趨勢並非理論邊緣的現象，而是內涵著對主流範型的深刻挑戰，Block（1990）便在此提出以交易價格衡量生產力忽視了「資本節約」（capital saving）因而帶來測量失誤的問題以及連帶對質性成長的誤判。

這裡商品交易為成本競爭與大眾市場所主導，競爭的重點不在增加差異化的最新商品特質，而是如何用最經濟的方式降低成本與提高單位產量的舉措（包括生產線外移、食品添加物、大量施加農藥與基因改造品種），而另一方面人們對商品「道義上理應存在」基本特質的期待也在緩慢提昇。動力有時候並非內生於市場競爭帶動的商品特質普及認定，而是透過公部門基於國民福祉或經濟競爭力對商品進入市場標準的最低限度管制，譬如食品添加物的規範、機車廢氣的排放標準、汽車安全設備的要求、計程車司機的執照考核等。

如圖5中PD2b所示，處在「話題區」的上段固然會因競爭而被拉高，但在「瑕疵區」的下段因為前述差異的競爭邏輯而降到CS2，甚至倒退到CS1以下的現實情境並不少見，而這正是「交易理性」與「社群倫理」的認知架構最易產生衝突的區塊。後者透過消費者的不滿抗爭也因此經常容易鬆動了前者的正當性，看穿「交易理性」與自由市場的限制，進而取得論述的優位。譬如，儘管麵包、機票、托兒的品質被預期隨供需而浮動並且理當反映於價格，但人們並不會以「一分錢一分貨」的理由接受發霉過期的麵包、沒有定期維護的飛機、不人道的育兒方式、煞車失靈的汽車、感染病毒的生禽水產。這些消費不滿不能被窄化到契約不完整的交易治理問題，當然更不可能如本文開端引用食安問題發生時統一經理的市場說詞來抹去，它是人們認定「商品」得以成立的基本特質，可以被接受進入市場的倫理門檻，包含了「安全第一」、「普遍適用」、「最起码要有」、「無論任何價格都不能妥協」的社群標準，引發的是道德受侵犯的公共義憤，並且經常透過事件引發的消費抗爭壓迫政府採取市場介入，在新的標準上鞏固商品中價格彈性接近零的「社群標準」。

違背「理性行爲」範圍的經濟衝突，隨著自由市場橫掃全球，只有更加蓬勃地在世界各地發生。衝突經濟學者Hirshleifer（2001）試圖在維持主流經濟學的範型前提下，解釋這些在「將餅做大的生產與交換」之外，包括抵制、遊說、搶奪、佔領等在內訴求重分配的「非傳統經濟手段」。他提出了「權力悖論」的疑問：為何市場中的權力強勢者不總是越來越強，權力弱勢者不總是越來越弱？為何資源稀少的弱勢者「偏好」採取「非市場」的衝突手段，橫奪優勢者靠「努力生產與踏實交換」（呼應McCloskey所謂「布爾喬亞美德」的修辭）才獲得的利益？為什麼這些訴諸再分配的手段又經常能獲得成功？他根據典範前提所設定參數推論得到的研究發現是：相較於老實地進行生產與交換，弱勢者發動包括要求政府介入在內的經濟衝突具有較低的成本，但就其有限的資源而言，獲利率卻比市場優勢者採取同樣策略要來得高。

換言之，資源弱勢者偏好抗爭手段，是就成本／效益合理計算的聰明投資。當然這當中自然必須考慮風險，因此Hirshleifer在模型中加入衝突武器是否有「乾淨俐落」（decisive）效果的考量。如果資源優勢者能夠快速而有效地一次便鎮壓住弱勢者，權力悖論的情形就不會出現。他認為這個衝突經濟學的延伸演繹解釋了為何在無規範拘束而強勢者得以採取斷然回應的國際政治上小國很容易被殲滅；而在一國之內的公民社會，無能製造大餅的重分配鬥爭總是不斷，而這些抗爭總是選擇以「社群一體適用」的「民粹主義」（populist）訴求也很容易理解。

相較於這個主流經濟學對經濟衝突的解釋（另見Garfinkel and Skaperdas 2007），從重構後的道德經濟延伸演繹出的圖5分析架構指出了完全不同的圖像。社群倫理之所以較少在話題區（Buzz Zone）被意識到（或者，依照其認知架構而被述說），是因為這些商品最低構成標準的價值，大部分的情況下潛藏在「交易理性」的主導認知架構下已被滿



足。如果我們可以接受價格橫軸反映了消費者可支配所得的差異，不管是圖5中的階級（或者是區域、族群間「優勢／劣勢」）的結構分配，那麼我們可以很自然地推論出與衝突經濟學的解釋相當不同的道德經濟版本。

所謂「非市場」的經濟衝突經常是由經濟劣勢者所發起，是因為他們正是處在因為市場競爭的不同邏輯，話題區（Buzz Zone）的話題再亢奮也拉拔不起的瑕疵區（Bug Zone）。經濟個體一旦身處接近這個社群倫理最易受傷的市場區域，也就意味著被推至「社群倫理」容易浮現，並進而集體地質疑「交易理性」正當性的結構契機。從重構過的道德經濟觀點看來，被主流經濟學認為是「民粹主義」的說詞，其實是道德人仍真摯地存活於個體化消費社會中的呼聲。反倒是，資源優勢者以及幫他們賦予這些優渥資源正當性的知識傳統，需要理智地學著聆聽這些消費不滿的倫理訊息，因為道德經濟早已指出，劣勢者基於義憤的抗爭成果，將會慷慨地「一體適用」於所有的社群成員，包括富人以及用「敦實勤奮」的美德裝飾富人的學者們自己。

## 七、結論：道德經濟的整頓再出發

我所謂的必需品，不僅是指那些維持生存所需的商品，而是一國民情認定，即便是對最低階層的良民要維持體面生活也不可或缺者。同理，習俗就認定，不分男女，只要在英國生活就需要一雙皮鞋，倘若沒有皮鞋，任誰都將會羞於外出見人（Adam Smith 1776）。

畢生推崇自由市場「看不見之手」的亞當史密斯仍舊承認，維持尊嚴地生存所需的商品是一種必需（necessity），應該不管階級、性別的任何社會差序，一體適用與所有篤實的公民。民情（custom）各個社會不同，了解它們必須貼近具體的社會脈絡，但重點是它們都給予人們「起碼必需」的商品認定。從他所處當時的英國社會舉例，亞當史密斯認為的必需品並非維生必須的麵包，而是一雙體面的皮鞋。換言之，不是動物性的身體溫飽，而是倫理關懷的生活尊嚴。

當代消費社會的商品交易熱絡而繁榮，技術進步在短短幾年間便讓人們付出一樣貨幣成本所能獲得的價值翻上百倍。「資本節約」的現象如今不只受微晶體計算能力與網路網路發達所推進，科技化品種改良下的農作量產，各種服務業勞動密集的精緻化都在增強市場競爭帶來福祉的應許。但是，「再怎麼便宜都不能夠接受」的「道德瑕疵」商品卻也越來越多，消費的倫理不滿與抗爭與新自由主義的「自律市場」如影隨形，同樣成爲了當代全球化的重要表徵。

就像Mintz（1986）筆下亞當史密斯時代跨越洲際的糖交易，第三世界的高勞動密度支撐了第一世界中下階層「現代性」的甜蜜希望，差別是，在全球化的當代，作爲生產投入讓這些商品成立的生態破壞、勞動剝削、人權侵害、文化滅絕已成爲逼到先進國家消費市民眼前的倫理虧欠，「社群標準」被侵犯的倫理焦慮如今很難再以「發展階梯的成長代價」爲理由當成「必要之惡」來消解。這份道德視域中無法倫理地釋除（ethically justified）的不安，正是當代高度抽象的「世界公民」與「地球村」一體意識得以打破人們「國界框架」的背後動力。

「道德經濟在消費社會中還有機會嗎」？這個標題反映出本文的實用主義（pragmatism）立場，知識連結實踐脈絡的效果才是知識創新的關鍵。就像主流經濟學幫助展演（perform）了自由市場的現實霸權一



般，消費社會的市場抗爭暗示著道德經濟恢復活力與當代扣連的機會。本文的提案是：道德經濟擺脫當年論戰後遺症的束縛，讓實質與形式分析雙軌並進，就像它的對手在論戰過後所做的一般。

參照「實質論vs.形式」的論戰框架，檢討晚近新自由主義取得霸權的經緯，我們可以得到兩個歷史教訓：

(1) 形式表述對主流經濟學不僅止於提高其「科學」的優勢形象，它本身就是足以橫跨眾多領域（從金融、農業、零售、到公共服務等），連結多重地理尺度（從全球、區域到地方）進行新自由主義結盟的一個論述機具（discursive device）。形式表述允許其蔓延擴張、展示效用，編織原本隔離散置的政商利益，透過不可相互化約的大數量「經濟個體偏好選擇」架空掉公民的共同體認同與不滿發聲。

(2) 主流經濟學雖以不涉價值判斷的科學自居，但它的邊際均衡思維卻早已成功地轉化成爲一種交易理性的後設倫理，「一分錢一分貨」，「天下沒有白吃的午餐」、「自我獨立負責與不得委求他助」、「不理性的善心反陷弱者於困境」的道德鍛鍊與倫理譴責充斥於眾多去除管制的政策論述背後，削弱了經濟不滿抗爭的正當性（例如「怯於競爭」或「過於依賴」的倫理指責）。

最令人扼腕的是，道德經濟如果真的徹底堅持經濟「始終」鑲嵌於社會，而且經濟行動者作爲社會性的存有「總是」帶著倫理思維，照理早該看穿上上述新自由主義的招數，發展自己實質與形式分析雙軌並進的反霸權策略。一方面，反抗自律市場的經濟衝突與抗爭固然各有具體的社會脈絡，但這些挑戰自律市場正當性的訴求理當存在著社群倫理作爲共通形式的集體共鳴。另一方面，從道德人的前提出發，沒有不看穿新自由主義作爲一種倫理說服的面貌，並在更具深度的後設道德選擇上展現道德經濟一向敏銳批判的道理。這正是本文著力於做出貢獻的實踐動機。

本文在完成雙軌並進的理論重構後，不僅讓道德經濟擺脫過去原本不必要的自我束縛，更透過跟道德哲學與實驗經濟學的結盟，將道德經濟的立場推移到更為後設的有力位置：可以理解主流經濟學一般適用的常規商品交易，但更可以提前標定（locate）出消費不滿的發生源頭，並且進一步從後設認知架構的衝突與斡旋中分析由不滿轉向抗爭的因果機制，隨著社群倫理透過回應抗爭的「再管制」而被重新納入商品構成基準後再度隱身，道德經濟還可以勾勒出邊際對價的「市場機制」得以回復「常態」的軌跡。總之，同樣是實質與形式分析兼顧，重構後的道德經濟，不管就經驗涵蓋範圍與概念分析彈性，都是比主流經濟學更具動態解釋力的更好選項（alternative），後者不過是在道德經濟架構下的特定條件範圍內才被允許順暢運作的次級系統。

重構後的道德經濟不僅只存在上述的構造（anatomic）優勢，它對於市場作為一個道德現象也提出許多值得往後研究深入挖掘驗證的分析命題：

（1）道德經濟的市場抵抗儘管因商品特性與鑲嵌的社會脈絡而有倫理訴求的具體差異，但它們都具有「價格僵固性」的核心特質。主流經濟學將價格彈性接近於零的市場要求當成一種市場失靈的「病態」，因而棄而不論其在市場供需的形式分析中應有的角色，只被認為是市場供需調節機制的否定。針對道德經濟抗爭的質疑，因此強調其「不理性」，沒有與市場潮流接軌的「開放國際觀」，是市場全球自由化的地方陣痛，因此也是「蠻橫的民粹主義」。重構後的道德經濟讓主流經濟學的這種「倫理辯護」變得可預期、可理解、可否駁。同時，我們對於左翼思維直覺將邊際定價的商品競爭視為對社群倫理的否定也提出反駁，事實上，未被挑戰的市場繁榮可能正因為它已然滿足了社群倫理的最低標準而被默認。

(2) 社群倫理對進入市場的商品提出要求，這些要求對焦在它們「構成性的基本特質」，也就是任何商品之所以成為那樣商品的倫理真摯性 (ethic authenticity)，換言之，社群倫理指向一個聲稱：物件的設計必須內在地具有社會性，它可以為「社會設計」建立一個由使用者端出發的倫理基礎。毫無疑問的，所有進入市場而被消費的「商品」的存在方式 (mode of existence)，它最低限度的基本構成特質，正逐漸暴露在倫理斟酌的正當性考驗之下。全球化消費社會下道德經濟的復甦正在訴求一種新時代的「造物倫理」。

(3) 經濟行動者拒絕接受價格機制由「質價比邊際對稱」出發的正當性辯護，這些抵抗乃是出於「倫理動機」或者「公義被侵犯的憤怒」，它的本質並非出於個體功利滿足的極大化效益的思維。更重要的，消費市場中的社群倫理一旦浮現，它具有連結起「商品的認同」與「人的認同」的神祕特質。也就是在上述「責成」商品基本構成的背後，發出這種倫理要求的經濟行動者，必然也跟著跳脫了私密個體消費者的認同，進入積極介入市場並要求「一體適用」的公民認同位置。這種造物倫理與社群倫理在市場抗爭的「道德經濟時刻」時取得內在連結的動態，首次在本文的分析中被解開面紗。

(4) 社群倫理因為具有在商品進入市場的「倫理門檻」上把關的特性，本質上乃是被動 (passive) 的，就如Polanyi所言，道德經濟的市場抗爭乃是一種「社會自我保護的運動」。消極解讀，社群倫理可以說隨時準備在「一旦被滿足後」隱身讓位給常規經濟中價格彈性的調節作用；積極解讀，就常規經濟必須在社群倫理的最低標準被持續滿足下才得順暢運作，我們可以說，市場經濟乃是道德經濟管轄的局部範疇，道德經濟促成了健康的市場經濟。筆者理解到與主流經濟學在形式分析上共構的「這個道德經濟」觀點，在尤其市場管制的政策爭議上，意味著

一個由更積極主張分配正義（Rawls 1973）的社會民主立場「退後」到從「市場允與成立的最低限度共識基礎」上要求政府「看守與矯正好市場」的發言位置，這是後續研究需要面對與深化的課題。

### 作者簡介

鄭陸霖，中央研究院社會學研究所副研究員。研究興趣為經濟社會學、發展社會學、設計與社會、日本研究、文創產業、經濟地理學等領域。

## 參考書目

- ETtoday, 2013, 〈統一總經理羅智先：消費者只想買便宜貨 食安難進步〉。ETtoday: 6月26日。http://www.ettoday.net/news/20130626/230676.htm, 取用時間：2013年12月24日。
- Upaper, 2011, 〈多家運動飲料塑化劑污染〉。Upaper, 第1版, 5月24日。
- , 2013, 〈大統特級橄欖油 染色低價油混充〉。Upaper, 第1版, 10月17日。
- 金子勝, 1999, 《市場（思考のフロンティア）》。東京：岩波書店。
- 黃應貴, 1973, 〈Tiv與Siane經濟：經濟人類學的實質論派與形式論派之比較〉。《中央研究院民族學研究所集刊》35: 145-162。
- 鄭陸霖, 2000, 〈是誰惹毛了沈睡的貓？台灣有線電視市場場域中的權力競爭〉。《台灣產業研究》3: 221-256。
- 鄭禮忠, 2000, 《「唯經濟論」的謬誤：1990年台北市有線電視收視戶抗爭的道德經濟意涵》。新竹：清華大學社會學研究所碩士論文。
- 聯合報, 2012, 〈牲畜奶粉製黑心飲品10噸流市面〉。聯合報, A4版, 8月16日。
- 聯合晚報, 2013, 〈毒澱粉攻腎 毒板條吃一碗就過量〉。聯合晚報, A5版, 5月14日。
- 聯合晚報, 2013, 〈衛生局證實：胖達人用人工香精〉。聯合晚報, A11版, 8月23日。
- , 2013, 〈山水米爆摻劣米 苗檢查詐欺〉。聯合晚報, A5版, 8月27日。
- Adorno, Theodor, 1991, "Culture Industry Reconsidered." Pp.85-92 in *The*

- Culture Industry*, edited by Bernstein, J. M. London: Routledge.
- Arnsperger, Christian and Yanis Varoufakis, 2006, "What is Neoclassical Economics? The Three Axioms Responsible for Its Theoretical Oeuvre, Practical Irrelevance and, Thus, Discursive Power." *Panoeconomicus* 53: 5-18.
- Arnold, Thomas C., 2001, "Rethinking Moral Economy." *American Political Science Review* 95(1): 85-95.
- Baudrillard, Jean, 1998(1970), *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Barnett, Clive, Paul Cloke, Nick Clarke and Alice Malpass, 2005, "Consuming Ethics: Articulating the Subjects and Spaces of Ethical Consumption." *Antipode* 37(1): 23-45.
- Barnett, Clive, Paul Cloke, Nick Clarke, Alice Malpass, 2010, *Globalizing Responsibility: The Political Rationalities of Ethical Consumption*. NJ: Wiley-Blackwell.
- Bauman, Z., 2000, *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_, 2008, *Does Ethics Have A Chance in A World of Consumers?* Cambridge: Harvard University Press.
- Beck, Ulrich, 1992, *Risk Society: Towards A New Modernity*. New Delhi: Sage.
- Block, Fred L., 1990, *Postindustrial Possibilities: A Critique of Economic Discourse*. California: University of California Press.
- \_\_\_\_\_, 1996, *The Vampire State: And Other Myths and Fallacies About the U.S. Economy*. NY: The New Press.
- Booth, William J., 1994, "On the Idea of the Moral Economy." *The American*

*Political Science Review* 88(3): 653-667.

Bourdieu, Pierre & Loïc J. D Wacquant, 1992, *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

Burt, Ronald S., 2010, *Neighbor Networks: Competitive Advantage Local and Personal*. Oxford: Oxford University Press.

Caldwell, Bruce J., 1980, "A Critique of Friedman's Methodological Instrumentalism." *Southern Economic Journal* 47: 366-374.

Callon, Michel (ed.), 1998, *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell.

———, 2006, *What Does It Mean to Say that Economics is Performative?* No 5, CSI Working Papers Series from Centre de Sociologie de l'Innovation (CSI), Mines ParisTech.

Carrier, James G., 2009, "Simplicity in Economic Anthropology: Persuasion, Form, and Substance." Pp.15-30 in *Economic Persuasions: Studies in Rhetoric + Culture* edited by Stephen Gudeman. NY: Berghahn Books.

Cheng, Lu-Lin, 2002, "Strategy and Structure of Market Competition: Taiwanese Cable TV, Industry in the 1990s." *Developing Economies* 3: 252-283.

Cochoy, Franck, 2007, "A Sociology of Market Thing: on Tending the Garden of Choices in Mass Retailing." Pp. 109-129 in *Market Device*, edited by Michel Callon, Yuval Millo and Fabian Muniesa. Oxford: Blackwell.

Cook, Scott, 1966, "The Obsolete 'Anti-Market' Mentality: A Critique of Substantive Approach to Economic Anthropology." *American Anthropologist* 68: 1494-1498.

Fehr, Ernst, George Kirchsteiger, and Arno Riedl, 1993, "Does Fairness Prevent Market Clearing? An Experimental Investigation." *The*



*Quarterly Journal of Economics* 108(2): 437-459.

Fligstein, Neil, 1996, "Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions." *American Sociological Review* 61(4): 656-673.

Fligstein, Neil, 2001, *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Capitalist Societies*. New Jersey: Princeton University Press.

Frankfurt, Harry, 1986[1971], "Freedom of the Will and the Concept of A Person." The paper first appeared in *Journal of Philosophy* Vol. 68, 1971, Pp. 5-20. Reprinted in John Martin Fischer (ed.), 1986, *Moral Responsibility*. Ithaca: Cornell University Press. Pp. 65-80.

Friedman, Milton, 1953, *Essays in Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press.

Friedman, Milton, and Rose D. Friedman, 1980, *Free to Choose: A Personal Statement*. NY: Harcourt Brace Jovanovich.

Galbraith, John Kenneth, 1967, *The New Industrial State*. Boston: Houghton Mifflin.

Garfinkel, Michelle R. and Stergios Skaperdas, 2007, "Economics of Conflict: An Overview." Pp.649-709 in *Handbook of Defense Economics, Vol. 2: Defense in A Globalized World*, edited by T. Sandler and Keith Hartley. NY: North Holland.

Giddens, Anthony, 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.

Granovetter, Mark, 1985, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91(3): 481-510.

Gudeman, Stephen, 2009, "Introduction." Pp.1-14 in *Economic Persuasion:*

*Studies in Rhetoric + Culture*, edited by Stephen Gudeman. NY: Berghahn Books.

Hirschman, Albert O., 1970, *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge: Harvard University Press.

——, 1982, *Shifting Involvements: Private Interest and Public Action*. New Jersey: Princeton University Press.

Hirshleifer, Jack, 2001, *Dark Side of the Force*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kahneman, Daniel, Jack Knetsch, and Richard H. Thaler, 1986a, “Fairness as A Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market.” *The American Economic Review* 76(4): 728-741.

——, 1986b, “Fairness and the Assumptions of Economics.” *Journal of Business* 59(4): 285-300.

Kaplan, David, 1968, “The Formal-Substantive Controversy in Economic Anthropology: Reflections on Its Wider Implications.” *Southwestern Journal of Anthropology* 24(3): 228-251.

MacKenzie, Donald, 2004, “The Big, Bad Wolf and the Rational Market: Portfolio Insurance, the 1987 Crash and the Performativity of Economics.” *Economy and Society* 33(3): 303-334.

Mackenzie, Donald, 2008, *An Engine, Not A Camera: How Financial Models Shape Markets*. Cambridge: The MIT Press.

MacKenzie, Donald, Fabian Muniesa and Lucia Siu (eds.), 2007, *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*. New Jersey: Princeton University Press.

- Marcuse, Herbert, 1966, *One-Dimensional Man*. Boston: Beacon Press.
- Marx, Karl, 1906(1865), *Capital: A Critique of Political Economy Volume I*. Chicago: C. H. Kerr & Company.
- McCloskey, Deirdre N., 1985, "The Loss Function Has Been Mislaid: The Rhetoric of Significance Tests." *American Economic Review* 75(2): 201-205.
- \_\_\_\_\_, 2002, *The Secret Sins of Economics*. Cambridge: Prickly Paradigm Press.
- \_\_\_\_\_, 2006, *The Bourgeois Virtues: Ethics for An Age of Commerce*. Chicago: University Of Chicago Press.
- \_\_\_\_\_, 2010, *Bourgeois Dignity: Why Economics Can't Explain the Modern World*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Miller, Daniel, 2001, "The Poverty of Morality." *Journal of Consumer Culture* 2: 225 -243.
- Mintz, Sidney W., 1986, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. NY: Penguin Books.
- Olson, Mancur, 1965, *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory and Practice*. New York: Mcgraw-Hill College.
- Polanyi, Karl, 1944, *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston: Beacon Press.
- \_\_\_\_\_, 1957, "Aristotle Discovers the Economy." Pp. 64-94 in *Trade and Market in the Early Empires: Economies in History*, edited by Karl Polanyi, Conrad M. Arensberg, and Harry W. Pearson. Glencoe, Ill.: Free Press.
- Rawls, John, 1973, *A Theory of Justice*. Oxford: Clarendon Press.

- Reddy, William, 1987, *The Rise of Market Culture: The Textile Trade and French Society, 1750-1900*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sassatelli, Roberta, 2007, *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. California: Sage Publications Ltd.
- Sayer, Andrew, 2000, "Moral Economy and Political Economy." *Studies in Political Economy* 61: 79-104.
- \_\_\_\_\_, 2003, "(De) Commodification, Consumer Culture, and Moral Economy." *Environment and Planning D: Society and Space* 21(3): 341-357.
- Scott, James C., 1976, *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. Haven: Yale University Press.
- Sen, Amartya K., 1985, *Commodities and Capabilities*. Oxford: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_, 1987, *On Ethics and Economics*. Oxford: Basil Blackwell.
- \_\_\_\_\_, 1999, *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
- Smith, Adam., 2009 [1776], *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Kansas: Digireads.com Publishing.
- Taylor, Charles, 1991, *The Ethics of Authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- \_\_\_\_\_, 2004, *Modern Social Imaginaries*. Durham: Duke University Press.
- Thaler, Richard, 1980, "Toward A Positive Theory of Consumer Choice." *Journal of Economic Behavior & Organization, Elsevier* 1(1): 39-60.
- Thompson, Edward P., 1993 [1971], The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century. Pp. 185-258 in *Customs in Common: Studies in Traditional Popular Culture*, edited by Edward P. Thompson.

NY: The New Press.

Tversky, Amos, and Daniel Kahneman, 1986, "Rational Choice and the Framing of Decisions." *The Journal of Business* 59(4): S251-278.

Veblen, Thorstein, 1970(1899), *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. London: Unwin Books.

Wright, Anthony, 1987, *R. H. Tawney*. Manchester: Manchester University Press.

Zelizer, Viviana, 2010, *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*. New Jersey: Princeton University Press.