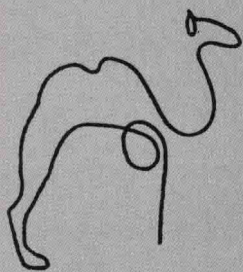


# 张洪兴哲学文存

卷四



张洪兴

张洪兴 著

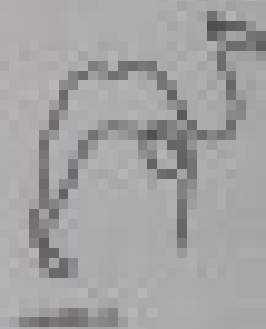
旅游伦理学论纲



旅游教育出版社

# 傅氏與韓學士文集

卷一



傅氏與韓學士文集

# 旅游伦理学论纲

责任编辑：杨 松

图书在版编目（CIP）数据

旅游伦理学论纲 / 张洪兴著. —北京：旅游教育出版社，2014.9  
（哲学研究）

ISBN 978-7-5637-3026-1

I. ①旅… II. ①张… III. ①哲学—研究—中国 IV. ①F279.245

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第197494号

## 旅 游 伦 理 学 论 纲

张洪兴 著

|        |                                     |
|--------|-------------------------------------|
| 出版单位   | 旅游教育出版社                             |
| 地 址    | 北京市朝阳区定福庄南里1号                       |
| 邮 编    | 100024                              |
| 发行电话   | （010）65778403 65728372 65767462（传真） |
| 本社网址   | www.tepqb.com                       |
| E-mail | tepfx@163.com                       |
| 印刷单位   | 山东省审计厅劳动服务公司                        |
| 经销单位   | 新华书店                                |
| 开 本    | 880×1230 1/32                       |
| 印 张    | 5.625                               |
| 字 数    | 151千字                               |
| 版 次    | 2014年9月第1版                          |
| 印 次    | 2014年9月第1次印刷                        |
| 定 价    | 21.00 元                             |

（图书如有装订差错请与发行部联系）

## 目 录

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第一章 概 论 .....               | 1  |
| 第一节 旅游活动的本质与特点 .....        | 1  |
| 第二节 旅游伦理学的对象和内容 .....       | 7  |
| 第三节 旅游伦理学的理论基础和研究方法 .....   | 14 |
| 第二章 旅游伦理的基本原则 .....         | 24 |
| 第一节 旅游活动要素及旅游关系 .....       | 24 |
| 第二节 旅游伦理关系及特点 .....         | 27 |
| 第三节 旅游伦理原则 .....            | 31 |
| 第三章 旅游伦理规范 .....            | 46 |
| 第一节 旅游伦理规范的本质和特征 .....      | 46 |
| 第二节 旅游伦理规范的主要内容 .....       | 50 |
| 第四章 旅游伦理道德修养 .....          | 63 |
| 第一节 旅游伦理道德修养的实质与内容 .....    | 63 |
| 第二节 旅游伦理道德修养的途径与方法 .....    | 67 |
| 第三节 旅游伦理道德的养成机制 .....       | 70 |
| 第五章 旅游职业道德与修养 .....         | 78 |
| 第一节 旅游职业道德及特点 .....         | 78 |
| 第二节 导游人员的职业道德修养 .....       | 84 |
| 第三节 旅游酒店和购物店员工的职业道德修养 ..... | 90 |
| 第四节 旅游交通企业职业道德修养 .....      | 94 |

## 附录

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、公民道德建设实施纲要 ..... | 102 |
|--------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 二、旅行社条例 .....          | 114 |
| 三、导游人员管理条例 .....       | 127 |
| 四、旅游安全管理暂行办法实施细则 ..... | 131 |
| 五、世界人权宣言 .....         | 136 |
| 六、世界遗产公约 .....         | 141 |
| 七、全球旅游伦理规范 .....       | 153 |
| 八、旅游持续发展行动战略 .....     | 161 |
| 后 记 .....              | 169 |
| 主要参考文献 .....           | 171 |
| 跋 .....                | 173 |

# 第一章 概 论

## 第一节 旅游活动的本质与特点

### 一、旅游活动的本质

人们的社会实践可以简单的划分为生产实践和生活实践。生产实践是人们为满足物质及精神生活需要作用于客观物质对象而进行的生产活动。生活实践则是人们消费物质和精神产品的生活活动。旅游的本质可以看作是人们生活实践活动的重要形式,是社会的人的重要的生存方式。

首先,旅游是人类社会生活高层次的消费实践活动。人们在与客观环境相互作用的过程中,在积极的生产活动和生活活动中,会产生多种多样的需求。并且,随着社会生产力的日益发展,人们对物质需求和精神需求的层次也不断地提高。按照马斯洛需求层次论的解释,人的需求可分为:生理需求、安全需求、社交需求、受尊重需求和自我实现的需求。五个层次的需求是逐渐上升的,当低一级的需求获得相对满足以后,追求高一级的需求就成为继续奋进的动力。旅游需求是人的总体需求的一个组成部分,当人们在满足日常的衣、食、住、行等基本需求后,便自然而然产生了旅游的需求。在旅游中,人们的社交、受尊重和自我实现的需求都可以得到体现。这是人们生活需求层次提高的表现,是一种高层次的消费实践活动。

旅游是一种消费水平较高的社会生活活动,这是由旅游主体旅游的目的性和旅游客体及介体的价值所决定的。旅游者为了达到审美和享乐的目的,需要占用非生产的时间,动用自己的劳动积

累,去到异地旅游,购买当地的旅游产品,在吃、住、行、游、购、交、娱的旅游全过程中,支出超过日常生活所需的钱财。当旅游客体和介体的价值含量超出了旅游者的期望时,这种消费就会不断地增长。因此,旅游生活活动必须在旅游主、客体和介体的物质条件达到一定水平后,才能真正成为具有规模的社会生活的必要成分。

旅游的高消费特征主要体现在消费水平和消费结构上,其消费结构又可分为旅游中的吃、住、行、游、购等的实物结构和在游览、交往、娱乐中所享有的无形效用的劳务性消费结构的形式。实物结构固然重要,但精神消费的水平则更能说明人们在旅游中对社交、尊重和自我实现的需求程度,并突出体现了旅游是人们生活需求层次提高的必然现象,是一种高级的消费活动。

其次,旅游是一种审美活动,是综合性的审美实践活动。旅游在根本上是一种主要以追求愉快和美好为目的的审美过程,是人类社会发展到一定阶段时生活中不可缺少的活动。审美活动是人类生活的基本内容之一,审美享受是人们生活中最有价值的财富。在旅游的过程中,人们可通过欣赏和享受美的东西,而达到欢娱和自由的目的,提高生活的质量和自身的修养。

旅游审美活动的内容是丰富多彩的,除了秀丽的自然景观,还有文物古迹、园林建筑、舞蹈、风俗习惯等人文景观。它集自然美、艺术美、生活美之大成,融优美、崇高、喜悦、悲壮、秀丽、雄奇于一体,可满足旅游者不同层次的各种审美需求。因此,旅游本身是一项层次丰富的、具有活力的综合性审美活动。旅游者的审美要求产生于生理和心理上的快感需求,从而体现在旅游的吃、住、行、游、购、交、娱等七大要素之间。即使旅游者虽然有时不以审美为初衷,但各种美的因素始终贯穿于旅游的全过程,并影响着旅游者能否参加旅游的抉择。因为现代旅游活动是一种高度社会化的行为,在其实现过程中必然要受到种种社会审美意识的影响,受到伦理观的影响,人们对社会美的追求往往超过对物质所能带来的直接快感。因此,由于旅游社会化的实现,旅游者纯粹的生理审美要求已经与心理审美要求逐渐地融为一体。

第三,旅游是一种积极而健康的社会交往实践活动。交往是人类历史发展的必然现象,也是人类生活中一种最基本的社会活动,它体现了人所共有的心理需求。就社会而言,没有人的交往就不能称其为社会;就人而言,正是通过交往而结成人群,才具有了改造自然、改造社会的力量。

人类通过交往可以达到思想、观点和感情的相互交流,达到沟通、协调和建立一定的人际关系的目的。现代社会,生产力和科学技术的迅速发展,新的信息像潮水般涌现,人们迫切需要及时了解和掌握它们,自然会越来越重视社会交往的作用。生活水平的提高,生产方式的变革,人们要求有更多的闲暇时间从事社交活动,以陶冶性情,增长见识,结交新友。

人的交往途径是多向性的,多渠道的。旅游是一种积极而健康的交往形式。它可以自由选择交往对象,走向社会最大空间,不受地域、种族、性别和年龄的限制。在旅游中,自然界的美景和丰富的社会场景,开阔了人们的胸襟,调动了人际交往的主动性;自然、大方、融洽、畅所欲言的轻松而愉快的气氛,容易使人抛弃某些固有的偏见,沟通彼此的思想感情,产生其它的交往形式所达不到的积极效果。

一般而言,旅游交往的理想形式是“旅游者——朋友模式。”要达到这种高级的交往境界,关键在于旅游者是否能够真正融于旅游地的文化之中,成为当地文化的受益者。这就要求旅游地的文化内容,在精神和物质方面具有较高的水平,能够真正产生美的效应,在接待旅游者时,尊重、理解和热爱他们,这样才能消除他们在交往中的心理障碍,加深旅游角色的参与程度,使其体验和模仿当地文化的精华,从而发挥出交往的积极效应。

## 二、旅游活动的特征

旅游体现出审美、娱乐、交往和高级需求的特征,旅游是社会经济生活 and 政治文化不断发展的产物。

首先,旅游是人类社会经济发达的产物。旅游的产生和发展

是和社会生产力的发展水平相联系的,它是社会经济发展到一定阶段的产物。社会生产力的发展水平决定了各个时代旅游的规模、内容和方式。在原始社会,生产力十分低下,人们只为生存而到处奔波,虽然经常从一地到另一地的迁移,但那不是真正意义上的旅游。从私有制出现到 19 世纪前期,人类社会经历了几个不同的社会形态。每个时期的生产力都有不同程度的发展,但总的来说生产力还不十分发达,只有少数拥有特权的统治者是富有的,而多数劳动者仍处于被压迫、被奴役的地位。因此在这一漫长的历史时期中,参加旅游的人数很少,多半是皇族、贵族、僧侣等特权阶层。旅游活动的主要形式是宗教朝圣、经商和探险考察;这一时期交通不发达,旅游依靠以自然力、人力、畜力为主的舟车。旅游的内容单一,旅游活动范围很小,洲际或国际等长距离旅游很难实现。

19 世纪后半叶,由于工业革命的结果,社会财富迅速增加。都市化的形成,改变了人们的生活方式,使旅游活动发生了质的变化。参加旅游的人数增多了,这时候,许多中产阶级参加了进来;火车和轮船等交通工具发展起来,使旅游规模和范围发生了巨大变化。经营旅游开始成为一项经济活动,出现了作为经济行业的旅游业。第二次世界大战以后,国际政治形势呈现相对稳定状态,世界经济的迅速恢复和发展,个人收入的提高,工作时间的缩短,闲暇时间增多,旅游成为群众性的活动。特别是现代交通工具的发展和完善,科学技术和信息系统的革命,使国际旅游的规模越来越大。现代化旅游设施的大量建设,为旅游者提供了物质基础,现代旅游快速发展起来。

其次,旅游是社会政治、文化的产物。旅游不仅是纯粹的经济活动,而且是包括政治活动、文化交流、人员往来、商业贸易、体育比赛、学术讨论等多方面的内容,是一项涉及政治、经济、文化各个方面的社会实践活动。旅游作为人们之间普遍性社会交往的一种实践活动,不仅有助于增加各国人民之间的相互了解和友谊,而且有助于加强国家之间的友好关系。旅游在缓和国际关系和寻求世

界和平方面,在促进各国人民之间的相互认识和了解中,是一个积极的现实的因素。各国政府都十分重视旅游的社会作用。世界旅游组织每年也都提出一个以和平、自由、友谊、发展和促进等内容为主题的口号,来体现旅游的发展功能。

旅游要素与社会文化的关系表明,旅游是一种文化活动。旅游者是由于依赖于一定社会文化背景而产生的。旅游者自身的文化素养、旅游地的社会文化环境都会对旅游者出游的动机和旅游活动产生巨大的影响。旅游资源是—定社会文化的体现。不管是自然资源还是人文资源,都含有政治、经济、法律、道德、宗教、历史、科学、艺术和民俗风情等社会文化的内容。旅游业的从业人员所体现出来的管理和服务水平,也可体现出一种非物质的文化内涵。因此,旅游业既是一定社会文化环境创造出来的物质和非物质的旅游媒介,也是一定社会文化的自我表现形式。

第三,旅游是现代社会生活发展的必然产物。随着社会生产力的发展,劳动条件的改善,人们生活水平的提高,旅游越来越成为广大人民群众物质生活和精神生活的一个基本的组成部分。现在,外出参加这种审美和自娱活动的人数越来越多,规模也越来越大。有些国家已经把旅游列为衣食住之后的一项日常生活的主要内容。据世界旅游组织预测,到2020年,全球将接待16亿人次的国际旅游者,国际旅游消费将达2万亿美元,国际旅游人数和消费平均增长率将分别达到4.35%和6.7%,远远高于世界经济增长3%的幅度。

### 三、现代旅游及特点

第二次世界大战结束后,特别是从20世纪50年代开始,国际的政治形式呈现相对稳定的局面,世界经济的迅速恢复和发展、国民收入增多、交通工具的现代化使旅游进入了一个新的阶段,即“现代旅游”阶段。主要特点是:首先,现代旅游具有综合性和开放性。现代旅游是包括吃、住、行、游、购、交、娱等多项内容的综合活动。人们不再是单纯为了游山玩水、观光游览,而是把品尝风味、

享受美食,体验异乡情调、现代化的交通工具,购买土特产品、领略神奇而梦幻般的娱乐境界等多种需求结合起来,进行系统综合的安排。

现代旅游业的发展依赖于各行各业的综合发展,如旅馆业、饮食业、商业、交通运输业、建筑业、文教、卫生等,都是现代旅游业赖以发展的重要因素。广泛的联系几乎使旅游业成了一个没有实体的存在,紧密地将许多行业联系在一起。现代旅游业不是单独在一个国家或一个地区所发生的孤立现象,各国和各地的旅游活动是相互联系和相互影响的。现代旅游业的竞争十分激烈,然而这种竞争是在互相依存、互相协作的基础上进行的。

不仅如此,由于飞机等现代交通工具的运用,使得旅游的开放性特点更加明显。现代交通工具的使用大大地缩短了地球的空间距离,缩短了旅游时间。旅游的国界、洲界被打破了,形成了一种世界性的局面。旅游市场更加开放,世界各地的旅游紧密联系,息息相关,一荣俱荣、一损俱损。旅游业不是小商品生产的行业,从它产生的时候起,就是一个跨地域的带有世界性的大行业。其次,现代旅游具有广泛的群众性和普及性。现代旅游已经不是少数富有者的特权,而是不受性别、年龄、阶层、国度限制的广泛的群众性活动。旅游的人数和规模都已发生巨大的变化,人民群众成了现代旅游活动的主体。20世纪以来,由于社会生产力的发展,人民群众的物质生活水平逐步提高,从而也引发了对度假、游览的更高期望,使旅游发展速度一直在加快。

20世纪50年代以后,国际旅游开始触及很多国家的大众市场,工人、农民、家庭主妇、退休人员成为旅游队伍的重要组成部分。旅游已成为广大民众所喜爱的一项群众性实践活动。随着旅游的深入发展,旅游的种类、方式、内容也更加多样化、普及化,如体育旅游、新婚旅游、民俗旅游、会议旅游、商务旅游、探亲旅游等越来越受到群众的欢迎。现代旅游的设施更具多样化,不仅有供高级享受的豪华设施,也有大量出现供一般旅游者享用的普通设施,其设置适应了不同层次旅游者的需要,使旅游向着普惠化、个

性化发展。

第三,现代旅游具有社会性和竞争性。现代旅游的社会性表现为两个方面,一是旅游活动向着社会组织方面发展,各国政府都成立了相应的旅游组织来发展和管理旅游。现在,人们外出旅游都是自觉或不自觉地接受各类旅游组织所提供的帮助;二是就旅游的社会内容方面看,旅游已不是纯粹的游山玩水,已成为教育、贸易、文化交流等社会活动的形式和手段。古典的旅游定义正在发生变化,现代旅游的社会性已引起人们旅游观念的重大变革。

随着旅游的社会化和普及性,旅游市场不断开放,竞争性也越来越明显。这里既有国内旅游的竞争,又有国际旅游的竞争。随着国际国内旅游市场的细分,服务的精细化和个性化、专业化在不断加强,在竞争基础上的联合也在得到加强,旅游业的竞合关系将进一步深化。

## 第二节 旅游伦理学的对象和内容

### 一、伦理道德的本质与功能

#### (一) 伦理学的本质

伦理学是一门关于道德问题的科学,是道德思想观点的系统化、理论化。伦理学作为关于道德问题的学说,其基本问题是道德和利益的关系问题,包括两个方面:一方面是经济利益和道德的关系问题,即两者谁决定谁,以及道德对经济有无反作用的问题;另一方面是个人利益与社会整体利益的关系问题,即两者谁从属于谁的问题。对这一基本问题的不同回答,决定着各种道德体系的原则和规范,也决定着各种道德活动的评判标准和取向。

在人类历史发展的长河中,当人作为一种社会动物逐渐区别于其他动物群体后,人类为了维持自己的生存和发展,实现人类自己设计的社会理想,在人与人之间逐渐形成的习俗、规范和行为准则的基础上,产生了对人的习俗、规范和行为准则这些关系的思

考,从而形成了一系列道德观念和道德认识。随着社会生产力的发展和生产关系的变化,以及社会经济、政治体制和文化的变化,道德认识和道德观念也在不断地发展和变化,从而形成了较为系统和全面的伦理思想,进而产生了伦理学。

人与人之间初始状态的道德关系,可以上溯到原始社会后期。当人们集体狩猎或进行耕种之后,彼此之间的分配肯定会存在多与少、好与坏的问题,这就难免会在人们头脑中产生对这些问题的想法。虽然在原始社会,私有财产的概念还不明显,但具体落实到每一个人,享用食物的多少必然会在人的头脑中产生反映。

抽象层次的伦理是较晚才出现的事情。一般认为,人们对道德问题进行系统的理论思考,从一般的对某种行为的感觉上升到理论层面的思索,是从奴隶社会开始的。当人类进入奴隶社会后,由于生产力的发展,开始产生较多的劳动剩余物,一部分人开始占有这些劳动剩余物,这就使人类从原始的无阶级社会,进入了阶级对抗的社会。由于奴隶制经济的发展和不同阶级的利益要求,使得每个人从他所处的阶级利益和阶级立场出发,逐步形成对各种行为“应当”或“不应当”的看法,是与非、善与恶的准则也就随之逐步形成,以指导着人与人之间的关系和人们的行为。与此同时,这些看法、观念和准则,又被人们不断地思考和发展,作为当时整个社会意识形态的一部分而相对独立,作为一种特殊的意识形态而存在,并且随着社会的更替而不断变革和发展。

伦理道德作为调节社会各种关系行为规范的总和,其本质在调节各种社会关系的过程中得到体现。道德是一种社会意识,它是建立在一定的社会关系基础之上的,受着社会关系特别是经济关系的制约。人们的道德需求是在经济利益的需求的基础上产生的。在社会经济关系面前,道德属于第二性的,社会经济关系决定了道德的内容、特征,社会经济关系的变化必然会引起道德的变化。在人类社会的发展过程中,在人与人之间总是组成各种各样的关系,形成一定的秩序。正是一定的社会秩序,为个人的生存和发展以及整个人类的生存发展提供了保证。道德在调节社会关系、

维护社会秩序中表现出特殊的规范性。道德通过“应当或不当”、“可以或不可以”来表达对人们行为的要求,规范人们的行为,表现为一系列的道德规范。通过社会舆论和个人内心信念来发挥和维护其社会作用。而内化的道德规范,内化的道德观念成为人们的道德品质,转化为自觉和良心,发挥着自觉、自律的作用。

道德有很强的主体性,道德是人们的一种行为活动,是人在实践中表现出的一种精神,它调节各种社会关系,完善人格。道德只有被人从内心敬服和遵从,并内化至人的良心才能发挥作用,道德离不开人这个主体。

## (二) 伦理道德的功能

伦理作为人类的创造物,作为人类精神活动的一种基本样式,其存在的理由就在于由伦理的功能所提供的价值。伦理作为人类的自我发展在个人欲望的满足与社会秩序的和谐之间的一种平衡机制,既是人类自我实现的方式,也是社会矛盾的调解方式和调节社会关系的手段,它为人们的生活、创造以及交往活动提供必要的秩序,提供适应环境、改造环境和自我完善的方式。在最一般的意义上,伦理的价值正是指向社会秩序的需要和人的自我完善与实现的需要的满足。伦理道德的功能和意义主要表现在:

首先,评价性和选择性。评价和选择是伦理活动把握世界的基本手段。评价的特点在于,它把知识和态度结合为一,包含着主体的需要、愿望、情感、意志等因素,是从认识到实践的一个必要的中介环节。伦理活动为人们提供的正是这样一种评价知识,是以善恶为形式表现的价值知识。人们通过体现一定善恶观念的行为方向、准则、戒律、理想等价值“符号”,借助风俗、舆论、信念的力量来评价他人或自己的行为,以调节个人同他人、同社会以及同自然界的联系。它向人们提供的不是有关客体本身的知识,而是向人们提出他们同现实世界的价值关系的方向。伦理向人们提出并要求解决的是:人的价值、人在世界中的地位、人的生命活动的意义、个人对他人和社会的态度、个人的责任和对人生理想这个最终目标的选择等,伦理活动就是要通过对这些问题的解决,推动人们审

查、过滤自己的动机、愿望、需要、意图,使之符合人的全面发展的价值要求和价值目标。所以,伦理始终体现在人们的行为选择上。

从主体上看,伦理评价表现为主体对某一对象的特殊要求,是主体从自身的需要、愿望出发而选择的价值目标。主体要从自己的利益、意向、心愿和希望等方面,选择自己的准则、自己的动机、自己的行动和人格;从手段上看,伦理评价主要是借助伦理规范和准则进行的,准则作为价值尺度放在了被评价者的面前,发挥着度量和标准的作用;从被评价者来看,评价作为一种要求、一种舆论,固然有其强制性和约束性,但被评价者是否接受这种要求,又往往取决于自己的义务感和良心,惟有为良心所接受的评价才能真正达到评价的目的。

其次,目的性和创造性。目的是活动主体在人的头脑中以主观观念的形式预定要达到的某种结果。在人类社会中,“任何事情的发生都不是没有自觉的意图,没有预期的目的。<sup>①</sup>”伦理活动以“善”为目的。在中西方伦理思想史上,善有广义和狭义之分。广义的善指任何事物发展的结果或追求的目的。亚里士多德说,众物所向往之物谓之善。狭义的善则特指人所追求的东西,指人通过活动而能达到的目的。由于人们的追求有高低之分,因此目的有大有小,善有一般的善和最高的善。“在行为领域内,如有一种我们作为目的本身而追求的目的,”“那么,显然这种目的就是善,而且是至善。<sup>②</sup>”在至善之下,各种级别的善排成不同的等级次序,形成了所谓的善亦即目的的金字塔。如柏拉图认为“理念即目的,最高的理念是善的理念,是世界存在的绝对本质,其下是艺术的道德的理念,如美、智慧、勇敢、节制和正义;再下为数的理念;而最底层则为各种具体事物的理念。<sup>③</sup>”

创造是人的全部体力和智力都处于高度紧张状态下的一种活

① 《马克思恩格斯全集》第21卷,第341页。

② 周辅成《西方伦理学名著选辑》(上)商务印书馆,1964年版,第234-283页。

③ 周辅成《西方伦理学名著选辑》(上)商务印书馆,1964年版,第234-283页。

动,通过这种活动做出原来并不存在的东西,包括物质财富、精神财富和新的社会制度。把自己作为创造者,是人理所当然地对自身的要求。伦理活动的创造性是人的精神创造的重要方面,是人从自身形成的内在尺度出发,以扬弃的观点看待现实,从现实中创造出理想或“应当”的活动。由于现实性不会自动地满足主体的需要,也不会自动地实现主体的理想,因此,必须进行伦理创造,才能创造道德理想的价值。伦理活动的创造性寓于主体的完善过程之中。主体的本性决定着他不会消极地适应现实的伦理关系,也不会满足于自身已经达到的道德水平。他一方面要把握现实的内在规律性,按照自己的目的和需要,采取一定的措施、方法和手段,将现实改造成“应有”,这是实践性的创造;另一方面要在观念上占有对象,而要占有对象,就必须改造对象,因为观念不外乎是移入人们的头脑中经过改造了的对象,这是精神性的创造。

在伦理创造活动中,人的内在精神世界一方面通过感性活动而外化为对象世界。另一方面,又在活动中得到提高。伦理活动改造的对象多种多样,但归根结底不过两类:一是外部的伦理世界,包括社会中的伦理关系、伦理秩序、伦理传统、伦理行为、伦理舆论等。在改造这类对象时,主体首先就会碰到个人与他人的关系、人与自然的关系(如在保护生态的活动中)和人与社会的关系(如在处理个人利益与整体利益的活动中)。如何处理这些关系,既表现了主体的价值倾向,又构成了主体改造世界的出发点。二是内部的伦理世界,包括主体的道德心理、道德观念、道德意志、道德理想等。这类伦理活动实质上是如何处理主体同自身的关系问题。由于所改造的对象不同,伦理活动常常表现为两个相互区别又相互联系的方面。伦理活动的创造性,表现在伦理行为准则、规范不是某种超阶级力量强加于人的身外之物,而是“人自己为自己立法”,它不过是人走向自由自觉和全面发展自主方式。“人只需要了解自己本身,使自己成为衡量一切生活关系的尺度,按照自己的本性去估价这些关系,真正依照人的方式,根据自己的需要来安