

李皓 著

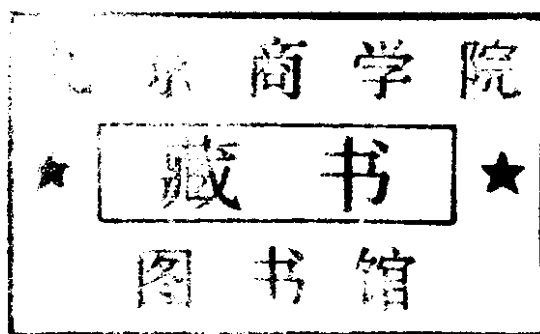
市场经济与道德建设

山东人民出版社

5.11.3
2

市场经济与道德建设

李 皓 著



北京商学院 09812524

5

山东人民出版社

1997年·济南

市场经济与道德建设

李皓 著

*

山东人民出版社出版发行

(社址:济南经九路胜利大街 39 号 邮政编码:250001)

山东省实验中学印刷厂 印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 7.375 印张 180 千字

1997 年 9 月第 1 版 1997 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—2000

ISBN7—209—02131—0

F·630 定价:14.00 元

引 言

我国经济体制改革的目标,是建立社会主义市场经济体制。当前我国正处在由传统计划经济向社会主义市场经济转变的重要时期。这个转变,不但在社会主义发展史上具有划时代的意义,而且也超出了我国以往社会发展的全部经验。

市场经济通常被理解为是通过市场调节社会资源的一种经济运行形式。其实,这种理解仅仅是纯经济范畴的狭义的市场经济。经济并非一种单纯的物质、技术现象,在经验直观的表象背后,经济运行还涉及制度或曰体制的社会存在层面。这样,它就不是纯经济的,而成为一种由市场运作所触发变革的一种社会历史形态。经济活动不仅受经济规律的控制,而且也是由人来决定的,在人的意愿和选择中,总是有一个由期望、标准、观点、道德等组成的合力在起作用。人的行为受极为复杂的因素的支配,经济因素只是其中的一个部分,把经济看成是社会的一个独立系统,这只是现代的事情。在传统的、前现代社会中,经济活动是与宗教的、家庭的和政治的活动密不可分的。只是随着资本主义的大规模发展,经济才成为社会的一个独立的、有着自身规律的领域。

在这样一个视角下,我们可以肯定地说,市场经济要实现健康、文明的发展,除了满足市场经济要求的运作条件、相应的法律和产权基础之外,还需要有内在的文化支撑,尤其是要有适当的道德基础,这可以从古典政治经济学产生于道德哲学中得到证明。但是,由于狭隘分工和技术倾向的影响,长期以来,英美经济学各个

时期的主流学派大都忽视了对市场经济的道德基础问题的讨论，把经济学和它的范例变成了关于人的行动和社会的普遍而终结性的理论，“它们相信可以放弃伦理学和价值问题，由此它们忽略了资本主义作为由自由的个人所组成的社会向每个人提出的极高的道德要求。”^①

西方经济学对市场经济的道德基础的忽略，在很大程度上是由于西方社会传统遗留下来的道德基础尚能维持其市场经济的正常运行。任何经济在不同文明中的成长道德必然是独特的。资本主义在西欧的兴起之所以是不可复制的社会经验，不仅是因为西欧独特的文化环境和历史条件，其根本原因是任何一个社会对人的世俗生活意义的普遍理解，都必然来源于它特定的人文条件和历史经验。历史的偶然取决于其必然，一个独特的社会现象暗示着这个社会独特的选择，在主义林立、模式繁多的现代世界更是如此。这也就决定了我国在发展市场经济过程中所面临的复杂性远比经济学家们的估计要严重得多。市场经济虽然有它的共性，但任何不加选择的“移植”都将于事无补。在形成市场经济秩序的过程中，一些共性的制度性因素，固然必不可少，然而如果没有广泛的大众认同，市场经济的若干规范便难以落实。难以相信可以把某个时期某个地区行之有效的市场秩序顺利推及于一个多民族的大国，也不可能以为简单的回归传统就可以为现代市场经济提供现成的文化道德基础。当中国的经济学家在为种种理想的经济模型绞尽脑汁的时候，一些中国特有的现象从经济生活的各个层面上表现出来：几乎失控的农村劳动力在一夜之间大量涌入城市，他们中的不少人受集体无意识和盲目的发财欲望的驱使；大量投资者、生产者、经营者、管理者、消费者对自身利益、欲望的无限膨胀，导

① [德]P·科斯洛夫斯基：《资本主义的伦理学》，中国社会科学出版社 1996 年版，第 1 页。

致投机取巧、弄虚作假、执法犯法以及各种短期行为和盲目的从众心理等等,由此导致资源配置不当,国有资产流失,市场经济行为者的心态受到某种“恶欲”环境的污染。这一切都说明从西方社会最早生长出来的市场经济在中国社会里还没有找到适当的文化道德基础,学术界关于我国道德现状的讨论,无论是“信仰危机”、“道德滑坡”抑或是“道德爬坡”,都实际上承认社会道德观念出现了混乱,都表示了对经济转型时期道德基础薄弱的忧虑。

以上简单的分析是要说明在中国社会建立“市场经济”远不是一般想像的那样仅仅是经济体制转轨的问题。市场经济建设,不仅仅是发展经济,更重要的它同时是一种社会政治结构、文化道德的建设。没有这样一种与市场经济内在要求相适应的政治结构与思想文化,就不可能有完善的市场经济的存在和发展。人们至多只能在想像中却不能在实际生活中将其相互分开。如果我们能在经济学和哲学相结合的视野中考察市场经济,就会避免许多对市场经济的浅薄识见与各种急功近利行为。理论与实践均要求我们在更深刻、更丰富的意义上理解市场经济的内涵。

本书的主旨,是就市场经济所需要的文化道德条件作一初步性的探讨,试图说明市场经济体制的建立固然有赖于使市场机制充分生效的制度、环境条件,如使市场主体得以完全自主运行、市场竞争秩序的确立、市场供求总态势的基本平衡。但是,要使这类制度环境条件充分发挥作用,则必须求得文化伦理道德的更新和支持。

目 录

引 言.....	(1)
第一章 市场经济的基本理论.....	(4)
第一节 什么是市场经济.....	(4)
一、市场	(4)
二、市场经济.....	(10)
三、市场经济的类型.....	(17)
第二节 中国社会主义市场经济体系的建立	(32)
一、社会主义的经济属性.....	(32)
二、中国社会主义市场经济体制的形成.....	(41)
三、中国社会主义市场经济的特点.....	(47)
四、中国实行市场经济的社会意义.....	(52)
第二章 市场经济的文化基础	(59)
第一节 经济与文化因素	(59)
一、经济对文化的决定作用.....	(60)
二、文化对经济的影响.....	(63)
第二节 西方市场经济的文化动因	(71)
一、新教伦理.....	(71)

二、启蒙运动·····	(82)
第三节 市场经济的文化基础 ·····	(94)
一、财产权观念·····	(94)
二、契约原则 ·····	(101)
三、法治精神 ·····	(110)
第三章 市场经济是道德经济 ·····	(121)
第一节 经济人假设及其局限性·····	(121)
一、经济人假设 ·····	(121)
二、经济人假设的局限性 ·····	(128)
三、现实经济活动中的个人 ·····	(135)
第二节 经济活动是道德活动·····	(143)
一、道德的经济人 ·····	(143)
二、道德在市场经济中的作用 ·····	(153)
第四章 我国市场经济条件下的道德建设 ·····	(170)
第一节 市场经济与道德进步·····	(170)
一、转型期的道德失范 ·····	(170)
二、经济与道德的“二律背反” ·····	(180)
三、市场经济条件下道德发展趋势 ·····	(188)
第二节 我国现阶段的道德建设·····	(197)
一、现阶段道德建设的原则 ·····	(197)
二、市场经济的道德基础 ·····	(210)
主要参考书目 ·····	(228)

引 言

我国经济体制改革的目标,是建立社会主义市场经济体制。当前我国正处在由传统计划经济向社会主义市场经济转变的重要时期。这个转变,不但在社会主义发展史上具有划时代的意义,而且也超出了我国以往社会发展的全部经验。

市场经济通常被理解为是通过市场调节社会资源的一种经济运行形式。其实,这种理解仅仅是纯经济范畴的狭义的市场经济。经济并非一种单纯的物质、技术现象,在经验直观的表象背后,经济运行还涉及制度或曰体制的社会存在层面。这样,它就不是纯经济的,而成为一种由市场运作所触发变革的一种社会历史形态。经济活动不仅受经济规律的控制,而且也是由人来决定的,在人的意愿和选择中,总是有一个由期望、标准、观点、道德等组成的合力在起作用。人的行为受极为复杂的因素的支配,经济因素只是其中的一个部分,把经济看成是社会的一个独立系统,这只是现代的事情。在传统的、前现代社会中,经济活动是与宗教的、家庭的和政治的活动密不可分的。只是随着资本主义的大规模发展,经济才成为社会的一个独立的、有着自身规律的领域。

在这样一个视角下,我们可以肯定地说,市场经济要实现健康、文明的发展,除了满足市场经济要求的运作条件、相应的法律和产权基础之外,还需要有内在的文化支撑,尤其是要有适当的道德基础,这可以从古典政治经济学产生于道德哲学中得到证明。但是,由于狭隘分工和技术倾向的影响,长期以来,英美经济学各个

时期的主流学派大都忽视了对市场经济的道德基础问题的讨论，把经济学和它的范例变成了关于人的行动和社会的普遍而终结性的理论，“它们相信可以放弃伦理学和价值问题，由此它们忽略了资本主义作为由自由的个人所组成的社会向每个人提出的极高的道德要求。”^①

西方经济学对市场经济的道德基础的忽略，在很大程度上是由于西方社会传统遗留下来的道德基础尚能维持其市场经济的正常运行。任何经济在不同文明中的成长道德必然是独特的。资本主义在西欧的兴起之所以是不可复制的社会经验，不仅是因为西欧独特的文化环境和历史条件，其根本原因是任何一个社会对人的世俗生活意义的普遍理解，都必然来源于它特定的人文条件和历史经验。历史的偶然取决于其必然，一个独特的社会现象暗示着这个社会独特的选择，在主义林立、模式繁多的现代世界更是如此。这也就决定了我国在发展市场经济过程中所面临的复杂性远比经济学家们的估计要严重得多。市场经济虽然有它的共性，但任何不加选择的“移植”都将于事无补。在形成市场经济秩序的过程中，一些共性的制度性因素，固然必不可少，然而如果没有广泛的大众认同，市场经济的若干规范便难以落实。难以相信可以把某个时期某个地区行之有效的市场秩序顺利推及于一个多民族的大国，也不可能以为简单的回归传统就可以为现代市场经济提供现成的文化道德基础。当中国的经济学家在为种种理想的经济模型绞尽脑汁的时候，一些中国特有的现象从经济生活的各个层面上表现出来：几乎失控的农村劳动力在一夜之间大量涌入城市，他们中的不少人受集体无意识和盲目的发财欲望的驱使；大量投资者、生产者、经营者、管理者、消费者对自身利益、欲望的无限膨胀，导

① [德]P·科斯洛夫斯基：《资本主义的伦理学》，中国社会科学出版社 1996 年版，第 1 页。

致投机取巧、弄虚作假、执法犯法以及各种短期行为和盲目的从众心理等等,由此导致资源配置不当,国有资产流失,市场经济行为者的心态受到某种“恶欲”环境的污染。这一切都说明从西方社会最早生长出来的市场经济在中国社会里还没有找到适当的文化道德基础,学术界关于我国道德现状的讨论,无论是“信仰危机”、“道德滑坡”抑或是“道德爬坡”,都实际上承认社会道德观念出现了混乱,都表示了对经济转型时期道德基础薄弱的忧虑。

以上简单的分析是要说明在中国社会建立“市场经济”远不是一般想像的那样仅仅是经济体制转轨的问题。市场经济建设,不仅仅是发展经济,更重要的它同时是一种社会政治结构、文化道德的建设。没有这样一种与市场经济内在要求相适应的政治结构与思想文化,就不可能有完善的市场经济的存在和发展。人们至多只能在想像中却不能在实际生活中将其相互分开。如果我们能在经济学和哲学相结合的视野中考察市场经济,就会避免许多对市场经济的浅薄识见与各种急功近利行为。理论与实践均要求我们在更深刻、更丰富的意义上理解市场经济的内涵。

本书的主旨,是就市场经济所需要的文化道德条件作一初步性的探讨,试图说明市场经济体制的建立固然有赖于使市场机制充分生效的制度、环境条件,如使市场主体得以完全自主运行、市场竞争秩序的确立、市场供求总态势的基本平衡。但是,要使这类制度环境条件充分发挥作用,则必须求得文化伦理道德的更新和支持。

第一章 市场经济的基本理论

第一节 什么是市场经济

一、市场

在目前的经济学文献中,人们对市场概念的理解是不一致的。西方学者一般都把市场定义为买卖双方进行自由交换的地方和机制。英国经济学家阿尔弗雷德·马歇尔认为,“一个市场是一个区域,在这里买者和卖者彼此相互交往非常紧密,市场的价格在全区域内趋于一致。”美国经济学家劳埃德·雷诺兹也同意这一定义。^①另一位美国经济学家弗雷德里克·普瑞尔认为,上述定义是西方经济学家的一般看法。他说:“市场是一种经常被谈论,但很少被定义的制度。通常认为它是:(1)买者与卖者碰面议定商品和劳务交换的过程;(2)价格存在的地方;(3)价格受到供求力影响的地方。”^②日本经济学家佐藤经明从商品经济的角度指出:“商品生产是这样一种体制,即由尽管以自发的社会分工形式彼此发生间接的联系,但从直接关系看却是互相分离、各自独立的生产者,为他们事先无法预料的社会消费从事着物质生产;而把这些互相分离、

① [美]雷诺兹:《微观经济学》,商务印书馆 1982 年版,第 33 页。

② [美]普瑞尔:《东西方经济体制比较——研究指南》,中国经济出版社 1989 年版,第 171 页。

各自独立的生产者联系起来的场所和机制就是市场。”^①

另一些经济学家从抽象的层次上把市场定义为商品交换关系的总和。例如，罗马尼亚的经济学家康斯坦丁内斯库认为：“在商品过程中人与人之间建立的经济关系的总和构成市场经济范畴。”^②前苏联的卡扎克维奇也认为，市场“是实现交换过程的商品流通领域中的商品货币关系的总和”^③。

我国理论界一般都把市场描述为“商品交换的场所”，或者定义为“商品交换关系的总和”，并通常把市场进行广义和狭义两种区分。“狭义的市场一般指有形市场，即商品交换的场所。在这种市场上，商品价格是公开标明的，买卖双方固定的场所进行交易。广义市场包括有形市场和无形市场。所谓无形市场，是指没有固定的交易场所，靠广告、中间商以及其他交易形式，寻找货源或买主，沟通买卖双方，促进成交。”^④

以上的诸种市场定义，反映了经济学家对市场的理解：(1)把市场理解为人类经济活动的一种特有场所；(2)市场是一种买卖商品行为的交换关系；(3)市场既是一种由各种各样的市场组成的市场体系，又是一种构造组织交换活动并使之合法化的制度。

从发生学的角度看，市场概念本来并不含有“经济”的意思，它只表示人类交换关系的集结，所以我们可以说市场概念的核心是“交换”，是对交换活动的理论概括。历史地看，市场的出现不是偶然的，它是社会生产力发展到一定历史阶段的产物。人类社会处于原始社会蒙昧时期时，社会生产力低下，人们共同劳动和共同消费

① [日]佐藤经明：《现代社会主义经济》，中国社会科学出版社 1986 年版，第 92 页。

② [罗]康斯坦丁内斯库：《政治经济学》，人民出版社 1981 年版，第 576 页。

③ [苏]卡扎克维奇：《社会主义经济理论概论》，中国社会科学出版社 1985 年版，第 78 页。

④ 马洪主编：《什么是社会主义市场经济》，中国发展出版社 1994 年版，第 13 页。

极为有限的产品,只能维持人们基本的生存需要,没有什么剩余。因此,也就不会有商品生产和交换,也就不存在市场。随着简单工具的出现和对火的认识和使用,原始人逐渐摆脱了对自然环境的绝对依赖,从而扩大了活动范围。原始人之间的接触也频繁起来,从而为交换准备了客观条件。自然分工的发展和巩固,为剩余物的经常出现提供了可能。当剩余物的出现成为经常的现象时,交换活动才有可能由自发行为转变为有意识的行为,市场交换作为社会经济现象才能最终被巩固下来。到了原始社会末期,随着社会生产力的进一步发展,促成了第二次社会大分工和私有制的产生,手工业与农业分离,出现了以交换为目的的商品生产,商品交换成为产品易手的主要形式。社会分工的扩大,私有制的进一步强化,使人们对市场的依赖程度逐渐增加,生产和生活中的各种需要都要通过市场进行交换才能得到满足。在商品生产不断发展的过程中,商人作为独立的阶层从手工业中分离出来,引发了新的社会分工,进一步促进了市场的发展。

从市场的产生过程可以看出:第一,市场的产生并不由所有制性质所决定,而只与生产力发展水平相关。也就是说,在人类直接的物质生活资料的生产过程中,随着劳动工具和劳动技能的进步,并且由于劳动的暂时分工,当剩余物偶然出现时,交换也随之产生。第二,市场交换由偶然的、个别的自然现象发展成为经常的、有规则的社会制度,是发生在历史上的原始共产主义时期,它说明市场得以巩固和发展的过程,并不以产品的私人占有为前提。相反,唯有生产力的发展才能推动市场交换的发展,而市场交换的发展,又进一步瓦解了共同占有关系。第三,最初的交换,仅是使用物品的交换,而由纯粹使用物品的交换,发展到价值的交换,也就是说,由混杂物的交换发展到商品交换,是一个漫长的历史演变的过程。总起来说,市场交换是社会生产力发展到一定历史阶段的必然产物,只有生产的发展,才能推动市场交换,而市场交换又必然推动

着生产的发展,推动着生产的社会分工,社会分工又进一步萌芽着商品交换,只有当社会分工、商品交换和商品生产赖以存在的一切历史条件都具备时,市场经济才能以独立的姿态与自然经济相对立。

从市场的基本构成看,组成一个简单范畴的市场,必须要具备三个要素。一是市场的主体,也就是商品占有者。商品不能自己到市场上去,不能自己去交换,必须由商品占有者带到市场上才能交换。交换至少在两个人之间进行,离开交换的任何一方,交换就失去了对象,从而失去交换的意义。二是市场的客体,也就是用于交换的对象或标的物。这种物就是满足人们某种需要的使用价值,没有商品的使用价值,交换显然不会实现。三是市场交换行为,亦即交换主体为交换而表现出的外在的意志行为。任何企图参与市场交换的主体,双方尽管有各种商品且具有使用价值,但若不存在交换行为,市场仍然不能实现。需要指出的是,在现代社会,市场是指在一定时间和空间范围内商品占有者之间的买卖关系及其意志行为。这里所说的物与物的交换,也包括商品货币交换。在现实的交换中,不论采用什么样的交换手段,无不需要借助货币,无论是观念上的还是实际的。同时,买卖关系进一步表明着商品占有者之间相互让渡商品的整个过程,而其意志行为则包括商品交换者为建立交换关系而付诸实施的各种活动。不论采用什么交换方式,只要具备了以上三个要素,就可以称之为市场。

交换作为市场的核心环节,它也是人类社会一种基本的活动方式。除了经济学,其他社会科学对人类交换现象的研究也有浓厚的兴趣,社会学尤其如此。社会学家一般都在比较宽泛的意义上理解人类的交换行动。例如社会学家霍曼斯把人们在社会的相互交往中所结成的每一种社会关系都看成交换关系。另一位社会学家彼得·布劳也把社会生活理解为行动者在其中相互进行讨价还价以获取利润的市场,不同的是他并不把人们的一切社会行动都看

成是交换关系。按照布劳的观点,社会运行能否成为社会交换,取决于下列两个条件:一是该行动的最终目标只有通过与他人互动才能达到。也就是说,社会交换必须建立在行动目标的基础上,并且行动者达到这一目标还必须采取某种形式与他人发生联系,即通过社会互动来达到目的。二是为了确保达到自己的目的,该行动必须采取有助于实现这些目的的手段,即通过一定的条件,采取一定的手段达到自己的目的。^①

布劳的观点告诉我们,从一个更加宽泛的社会交往的角度看,交换涉及到具有不同目的的主体双方,要使这双方能走到一起并相互作用,必须具备一些基本的主观方面和客观方面的条件,这些条件有:(1)交换需求。没有特定的交换需求,交换是不可能成立的,简单的商品交换是由于不同的生产者都具有获取他人所生产的物品的需要。在完全自给自足的状态下,不存在交换需求,因而也就不可能产生货物之间的交换。(2)社会资源。交换双方持有各自的资源,资源既可以是经济性资源,如货物、劳动力、资金等,也可以是社会性资源,如声望、喜爱、帮助、赞同、权力等。没有一定的资源就不能吸引对方与自己交换,这是很显然的。重要的是同类资源或不同类资源的组合会形成不同类型的交换,例如现代社会最普遍的交流是在经济性资源之间形成的经济交换。同时,在人与人之间还存在着大量诸如礼尚往来、友情、爱情之类的社会交换,甚至还存在着经济性资源与社会性资源之间的交换,如我国现阶段经常出现的金钱与权力地位之间的交换等。(3)共同的价值标准。任何类型的交换都蕴涵着共同的价值标准,货币形式的经济交换蕴涵着对货币这一衡量标准的认同,礼尚往来的非经济交换蕴涵着一种相互承认的社会关系。在个人之间发生的直接、密切和简单

^① [美]彼得·布劳:《社会生活中的交换与权力》,华夏出版社1988年版,第4—5页。

的交换关系尚且需要对价值标准的认同,在社会交换进入高级阶段,即宏观社会体系包含着个人与集体、集体与集体之间的复杂的、间接的交换时,则更需要发展出一种能为交换各方认同的价值标准,以便降低交换过程中的各种社会成本。而这种共同的价值标准是在社会组织的活动过程中逐步产生的,共同的价值标准既规定了人们在获得奖励后负有报答的义务,又给人们提供了判断交换是否公平的标准。因此,这种作为人们交换行为共同准则的价值,约束着每个人的行动,调节着复杂的交换关系。(4)互利原则。交换的结果必须使双方获得利益,这一条件决定着交换关系的持久或失败。研究交换关系的学者们普遍认为,无论是在初民社会还是在现代市场经济社会,人们的交换行为都带有程度不等的功利主义倾向,即希望在提出自己的资源后换回他认为有相等价值或更大价值的东西。在现代市场经济中,等价交换更是发展成为市场交换普遍遵循的公正性原则。

上述四个方面大体上包括了社会生活中一切交换关系形成的条件。经济学创始人亚当·斯密是最早论述人类的交换现象的人。他从经济生活中的市场交换入手,认为人们无论以物易物还是以货币相互交换,都是受着个人从相互交换中期待得到奖励的动机的驱使。利己心驱动着人们相互进行交换,并且进行经济交换的双方都可以从中获利。因此,交换使每个人获得他所需要的东西,交换使每个人自动地进行相互帮助。他认为通过自愿交换所组成的社会就是一个自由竞争的市场经济。斯密基本上把市场交换看成是理性地追求最大的物质利益的“经济人”的活动,这是西方经济学理论的基石。关于斯密的分析方法,我们后面还要详细讨论。需要在此指出的是,文化人类学发现西方经济学有关市场交换的理论无法运用到初民社会里,因为在初民社会里,既不存在完全的商品市场,也不存在纯粹的市场交换,更没有市场对价格的自动调节机制的存在。在初民社会里,大部分的货物交易是与社会、道德、宗