

高等院校经济学管理学系列教材  
GAODENG YUANXIAO JINGJIXUE GUANLIXUE XILIE JIAOCAI

# 企业伦理学

QIYELUNLIXUE

(第二版)

徐大建 著



北京大

# 企业伦理学

QIYE LUNLIXUE

(第二版)

徐大建 著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

企业伦理学(第二版)/徐大建著. —北京:北京大学出版社,2009.1  
(高等院校经济学管理学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 301 - 14849 - 5

I. 企… II. 徐… III. 企业管理 - 伦理学 - 高等学校 - 教材 IV. F270 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 204758 号

书 名: 企业伦理学(第二版)

著作责任者: 徐大建 著

责任编辑: 华 娜 王业龙

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 14849 - 5/F · 2105

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: [law@pup.pku.edu.cn](mailto:law@pup.pku.edu.cn)

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

出版部 62754962

印 刷 者: 世界知识印刷厂

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 21.5 印张 410 千字

2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: [fd@pup.pku.edu.cn](mailto:fd@pup.pku.edu.cn)

## 第二版前言

本书是一本面向经济管理类本科学生和 MBA 学生的高等院校教材,由于企业伦理学是一门涉及管理学、伦理学和社会学等多种学科的交叉学科,本书也可用做相关专业的硕士研究生教材。本书的第一版于 2002 年由上海人民出版社出版,出版后有幸被许多高校采用,获得了多方好评,也因此于 2003 年被国家教育部列为工商管理类研究生推荐教材。

由于第一版出版至今已有六年,许多情况都发生了变化,因而需要对本书进行修订。首先,在本书的使用过程中,第一版所存在的某些理论缺陷逐渐显露了出来,这些缺陷虽然不是什么原则性的错误,但仍然需要改正。其次,我国企业伦理的现实状况有了相当大的变化,一方面,不道德的企业行为尽管依然存在,其表现形式却发生了不小的变化;另一方面,近年来,社会各界,包括企业界和管理学界,越来越重视企业的伦理行为,要求企业承担社会责任的呼声越来越高,这些变化都需要在教材中得到反映。最后,国内外的企业伦理研究这些年来也发生了一些变化,前些年比较注重对不道德企业行为的批判,而近年来则越来越注重企业内部的伦理建设和文化建设,这种变化也需要在理论联系实际的教材中反映出来。

为了使这本教材能够赶上理论和实践的变化发展,满足教学的需要,第二版主要作了三方面的修订:(1)对第一版中的导论和第一、三、十一、十二章的部分内容作了修订,修正了一些理论表述并更换了一些过时的内容;(2)更换了第一版中各章的大部分案例,使案例更能反映近年来的企业伦理行为;(3)在教材的第三部分“企业的伦理建设”中增加了两章内容,力图反映最新的国内外企业伦理研究成果,并使教材更具实用价值。全部修订内容约占全书 1/3。

随着我国经济的飞速发展,企业伦理在经济管理中所具有的重要激励约束功能正越来越为大家所认识,希望本书的修订能为企业伦理的教学和研究贡献一点微薄的力量。

### 一、本书的特色

本书的修订秉承了第一版所追求的目标,努力做到严谨、求实并有所创新,力图使本书具有如下特色:

1. 较为严谨的理论体系。科学的特征之一是理论体系,科学学科应当具有自己的基本问题、解决问题所需的基本概念和基本方法以及由此展开的理性推

演。一本好的科学教科书需要说清楚学科的基本问题、基本概念和方法,并由此展开理性推演。这样才能使学生或读者把握住根本的东西,增强他们分析解决实际问题的能力,达到素质教育的目的。而没有理论体系的教科书只不过是些杂乱经验的堆积,既不能使人抓住要点,也不能培养人的能力,只能促人死记硬背,达不到高等教育的本来目的。企业伦理学虽然是一门很不成熟的新兴学科,至今并没有公认的理论框架,但笔者试图根据上述这一科学标准,构建一个比较严谨的理论框架。

2. 理论联系实际。科学的特征之二是实事求是,通过事实的模型来寻求解决实际问题的有效途径。不能说明和解决实际问题的理论不能称之为理论,而不过是无意义的废话套话。为了理论联系实际,首先,本书力戒无关紧要的废话套话和让人摸不着头脑的晦涩用语,理论力求深入浅出,针对实际情况而发,并用具体事例加以说明;其次,本书虽然借鉴了国外的一些理论,但却用本国的事例阐释。

3. 力求内容新颖。科学的特征之三是创新,因为科学的本质不在于它是放之四海而皆准的绝对真理,而在于它能不断地随着事实的变化而变化,不断地创新。虽然教科书不同于专门的探索性研究,也不应是所有最新成果的一一罗列,但好的教科书必须能够反映本学科的最新发展。就此而言,本书力求反映本学科所取得的最新进展,以及伦理学、经济学、管理学等主要相关学科的一些最新成果。

4. 避免空洞的道德说教。企业伦理学既是一门管理学学科,但也是一门应用规范伦理学学科。伦理学教科书如果脱离实际,便容易陷入空洞的道德说教,使人兴趣索然,达不到学习教育的目的。避免空洞说教的最好办法就是追求科学性,理论联系实际。就此而言,本书的特色主要也体现在两个方面:一是从实际出发,强调道德对于经济活动的功能,强调公平对效率的作用,力图从经济活动和经济制度的内在需要来推出伦理规范;二是强调底线道德的基础作用,强调底线道德对法治的支撑作用和两者的一致性。

## 二、如何使用本书

本书虽然是作为一本高等院校的教材来撰写的,但它也可供企业领导、管理人员学习之用,以及供研究人员参考之用。为了更好地使用本书,读者应当把握好以下几个方面的问题:

### (一) 教学目标

企业伦理学的主要任务是根据一般规范伦理学的道德原理对各种经济制度或经济管理行为进行道德评价和伦理批判,进而得出经济管理领域中的道德规范或政策性改进建议,以便健全和维护经济秩序、使经济管理活动更加公平与有

效率。

管理学的实践和发展表明,企业伦理正在促使企业管理进行深层次的变革。它能帮助高层管理人员制定正确的企业战略,在员工的激励和约束方面为管理人员提供更加有效的管理手段,从而已成为现代社会中优秀企业不可或缺的组成部分。

因此,企业伦理学的主要学习目标是通过阅读和思考以明确:现代社会需要什么样的企业;在市场经济条件下,什么样的工商活动是合乎道德的,从而有助于建立企业的信誉,为企业的长远发展奠定坚实的基础;什么样的工商活动是不道德的,从而会引起利益相关者乃至全社会的反对,败坏企业的信誉并最终导致企业的失败。这是培养高素质企业管理人员必不可少的一环。具体地说,本书要求学生或读者通过教学:

(1) 懂得伦理道德与企业管理之间的内在关系,懂得企业的信誉乃是企业的首要资产;

(2) 了解和掌握经济管理领域中的基本伦理原则、市场经济体制的伦理原则、企业制度的伦理原则以及企业管理的道德准则;

(3) 能够运用上述伦理原则对各种经济制度或经济管理行为进行道德评价并提出政策性的改进建议,能够对经济管理领域中发生的具体伦理问题进行分析并提出解决问题的对策;

(4) 了解企业伦理建设的要素和一般程序。

## (二) 教学方法

1. 企业伦理学属于层次较高的管理课程,学生或读者在学习本书之前应当对“微观宏观经济学”、“管理学”等学科有一个基本的了解。

2. 企业伦理学是一门交叉学科,既有理论性也有较强的实践性,因此,教师在教学中既应有理论阐述,也应有案例教学和课堂讨论,理论联系实际,避免单纯的理论探讨和道德说教。就此而言,本书为教师的理论阐述提供了一个比较严谨的理论体系,并在各章中为案例教学和课堂讨论提供了不少具体事例和案例,教师可以在这个理论体系内,灵活地利用各章提供的具体事例和案例,或者使用自编的更加鲜活的案例。

3. 读者在学习阅读时应着重把握书中提出的基本问题、基本概念和基本方法,并运用它们来思考、分析问题,这样才能真正掌握本书的内容。

4. 本书的第二版还在各章的结尾为读者提供了每一章的“内容提要”、“基本概念”和“复习思考题”,它们能够有效地帮助读者去复习和掌握本书阐述的主要内容。

## (三) 教学安排

1. 本书由一个导论加上3篇共15章构成,其中,第一章导论,第一篇的二

至五章与第三篇的十二至十五章是必读内容,各章之间有较严格的逻辑性,第二篇的六至十一章是应用性的选读内容,各章之间没有严格的逻辑性。除了必读内容之外,学生或读者可以根据自己的需要选择部分或全部选读内容进行学习,不一定要学完全部内容。

2. 由于各章节的内容或信息量不完全一致,学生或读者在学习时间的安排上可以有所差别,内容或信息量较多的章节可以多安排一些时间,反之可少安排些时间。如将本书用做一个学期的教材,笔者建议对授课时间作如下安排:全书共安排16个教学时间单位(16周,每周2—3学时),其中第二章可安排两个教学时间单位(两周),其他各章可分别安排一个教学时间单位(共14周)。当然,教师也可根据不同的需要作出自己的安排。

3. 本书既可用做大学本科的教材,也可用做相关专业的研究生教学用书。如何在同一门课程上区分大学本科与研究生的教学层次,这是一个普遍存在的问题,尤其是在使用相同教材的情况下。笔者建议采如下两个原则:(1)在教学内容上,大学本科的教学一般限于基本的概念和内容的掌握,教师应较细致地阐述基本的概念和内容,而不一定要求学生仔细阅读书中的注释以及其中列出的参考书目;研究生的教学则应强调深度,教师对基本的概念和内容只需概括地介绍即可,而学生则应当仔细阅读书中的注释以及其中列出的参考书目,包括教师开列的其他有关参考书。(2)在教学方法上,研究生的教学应比本科教学更加强调课堂讨论。

笔者在写作和修订本书时参考了不少前人的著述,并得到过许多亲友和同事的帮助。由于需要感谢的人很多,无法在这里一一说明,敬请谅解。但就本书第二版的修订来说,笔者希望特别指出,上海人民出版社副总编范蔚文先生对本书的修订给予了必要的鼓励,北京大学出版社驻上海办事处的王业龙先生对本书的修订给予了充分的支持。此外,本书的修订还得到了上海财经大学211工程项目的资助,没有他们的帮助,本书的修订是不可能完成的,这里一并致以诚挚的感谢。

最后应当说明的是,笔者在写作和修订本书时虽然力图遵循科学的原则,但由于学识有限,书中疏漏和错误之处难免,希望读者不吝指正,以便今后再次修订。

徐大建

于上海财经大学人文学院

2008年12月8日

# 目 录

<b>第一章 导论</b> .....	(1)
第一节 企业伦理学的对象和任务 .....	(1)
第二节 经济管理为什么需要伦理道德 .....	(7)
第三节 企业伦理的起源和发展 .....	(12)
第四节 企业伦理学与相关学科 .....	(16)
本章提要 .....	(18)
基本概念 .....	(19)
复习思考题 .....	(19)

## 第一篇 企业伦理学的理论基础

<b>第二章 伦理分析工具</b> .....	(23)
第一节 目的论 .....	(23)
第二节 义务论 .....	(28)
第三节 社会主义时期的经济效率和经济公平原则 .....	(34)
本章提要 .....	(46)
基本概念 .....	(47)
复习思考题 .....	(47)
案例1 司法宽容需要这样伟大的母亲 .....	(48)
案例2 “钉子户”传奇 .....	(49)
<b>第三章 市场经济的伦理基础与道德评价</b> .....	(52)
第一节 市场经济体制的目的与特征 .....	(52)
第二节 市场经济体制的伦理基础 .....	(55)
第三节 市场经济体制的道德评价 .....	(61)
本章提要 .....	(68)
基本概念 .....	(69)
复习思考题 .....	(69)
案例1 作家出游(节选) .....	(70)
案例2 1929年美国经济大萧条 .....	(71)



<b>第四章 企业的目的与社会责任</b> .....	(74)
第一节 企业组织的特征 .....	(74)
第二节 企业的目的和利润 .....	(76)
第三节 企业的社会责任 .....	(85)
本章提要 .....	(89)
基本概念 .....	(89)
复习思考题 .....	(90)
案例1 王石“捐款门”事件 .....	(90)
案例2 强生公司的“泰勒诺”事件 .....	(92)
<b>第五章 不道德工商活动的伦理分析</b> .....	(94)
第一节 不道德工商活动的主要类型 .....	(94)
第二节 不道德工商活动的危害 .....	(102)
第三节 不道德工商活动产生的原因 .....	(105)
本章提要 .....	(109)
基本概念 .....	(110)
复习思考题 .....	(110)
案例1 “隐形杀手”——伪劣一次性输液器 .....	(110)
案例2 海外投资审批寻租第一案 .....	(113)

## 第二篇 企业管理中的伦理问题

<b>第六章 市场营销的伦理准则</b> .....	(119)
第一节 公平交易的必要条件 .....	(120)
第二节 知识条件与诚实不欺的伦理准则 .....	(121)
第三节 非强制条件与自愿交易的伦理准则 .....	(126)
第四节 理性人条件和消费者自我保护的伦理准则 .....	(127)
本章提要 .....	(129)
基本概念 .....	(130)
复习思考题 .....	(130)
案例1 购买数码相机谨防4大陷阱 .....	(130)
案例2 “优鼻”热销背后的利益链 .....	(133)
<b>第七章 产品的安全性和厂商的社会责任</b> .....	(136)
第一节 问题的所在 .....	(136)
第二节 社会责任之一:产品的安全达标 .....	(138)
第三节 社会责任之二:产品赔偿责任 .....	(140)

本章提要 .....	(145)
基本概念 .....	(145)
复习思考题 .....	(145)
案例 1 中国出口商品的安全性问题 .....	(146)
案例 2 东芝笔记本电脑事件 .....	(148)
<b>第八章 财务管理中的伦理问题 .....</b>	<b>(152)</b>
第一节 会计活动中的伦理问题 .....	(152)
第二节 金融活动中的伦理问题 .....	(157)
第三节 企业重组与兼并 .....	(164)
本章提要 .....	(168)
基本概念 .....	(168)
复习思考题 .....	(169)
案例 1 PT 红光 .....	(169)
案例 2 当心美国“资产毒垃圾” .....	(171)
<b>第九章 员工的基本权利和职业生活质量 .....</b>	<b>(176)</b>
第一节 员工的基本权利 .....	(176)
第二节 员工的职业生活质量 .....	(184)
本章提要 .....	(189)
基本概念 .....	(190)
复习思考题 .....	(190)
案例 1 “新劳动合同法:劳工为大还是资方为大?” .....	(190)
案例 2 卡夫集体维权事件 .....	(193)
<b>第十章 知识、信息与公平竞争 .....</b>	<b>(197)</b>
第一节 商业机密的窃取与保护 .....	(197)
第二节 内幕交易 .....	(202)
第三节 公开信息 .....	(205)
本章提要 .....	(209)
基本概念 .....	(210)
复习思考题 .....	(210)
案例 1 北京 S 电子工程公司诉北京 Y 科技公司及刘 × × 等人不正当竞争纠纷案 .....	(210)
案例 2 姜丰年新浪股票之陷 .....	(213)
<b>第十一章 环境保护问题 .....</b>	<b>(219)</b>
第一节 环境问题的产生与性质 .....	(219)
第二节 消除环境污染所面临的主要难题 .....	(225)

第三节 环保水平的确定和执行 .....	(228)
本章提要 .....	(233)
基本概念 .....	(234)
复习思考题 .....	(234)
案例1 脆弱的河西走廊 .....	(234)
案例2 城市灰霾天 .....	(237)

### 第三篇 企业的伦理建设

<b>第十二章 管理决策的伦理相关因素</b> .....	(245)
第一节 一般决策过程 .....	(245)
第二节 决策者的伦理道德素养 .....	(251)
第三节 组织文化 .....	(253)
第四节 利益相关者 .....	(257)
本章提要 .....	(258)
基本概念 .....	(259)
复习思考题 .....	(259)
案例 海尔、联想、TCL 企业文化的共同点 .....	(260)
<b>第十三章 企业伦理建设战略</b> .....	(264)
第一节 企业伦理战略 .....	(264)
第二节 企业的伦理价值体系 .....	(268)
第三节 伦理价值体系的落实 .....	(275)
本章提要 .....	(279)
基本概念 .....	(280)
复习思考题 .....	(280)
案例1 如何编写企业员工手册 .....	(280)
案例2 USAA 公司伦理委员会章程 .....	(283)
<b>第十四章 评估</b> .....	(285)
第一节 诊断性评估 .....	(285)
第二节 检验性评估 .....	(289)
第三节 企业社会责任评价体系 .....	(291)
第四节 对策的伦理评估 .....	(296)
本章提要 .....	(299)
基本概念 .....	(300)
复习思考题 .....	(300)

---

案例 太平洋贝尔公司:一次正确的诊断性评估活动 .....	(301)
<b>第十五章 宣传沟通 .....</b>	<b>(305)</b>
第一节 宣传沟通 .....	(305)
第二节 培训 .....	(313)
本章提要 .....	(323)
基本概念 .....	(324)
复习思考题 .....	(324)
案例 1 奥林公司的宣传沟通工作 .....	(324)
案例 2 联邦养老金担保公司:如何启动伦理培训计划 .....	(328)
<b>主要参考文献 .....</b>	<b>(333)</b>

# 第一章 导 论

企业伦理学的英语名称是“Business Ethics”(国内有时候也被译成“经济伦理学”、“商业伦理”、“商业道德”或“管理伦理学”<sup>①</sup>),是近二十多年来才兴起的一门新的交叉学科。它既是一门应用性的规范伦理学学科,是在将普通规范伦理学的原则和方法应用于工商管理活动的过程中产生的;又是在工商管理领域内发展起来,并在大学的工商管理学院或商学院开设课程的一门管理学学科。<sup>②</sup>它的研究对象是经济管理活动和经济管理领域中的行为规范或制度,目的是更好地进行管理。因此,这门学科既涉及伦理学,又涉及经济学和管理学,甚至还涉及与管理学相关的其他一些学科,如经济法学、行为科学、社会学等。需要指出的是,由于发展的历史短暂,企业伦理学还处于发展完善之中,并不是一门成熟的学科,迄今为止,它并没有一个公认的定义,也没有已经固定不变的问题。

导论的目的是要对这门新兴学科作一个扼要的概述,使大家对它有一个总的了解。为此,我们需要简明地论述以下几个问题:

1. 企业伦理学是一门什么样的学科,它的研究对象是什么,要解决什么问题;
  2. 企业管理为什么需要企业伦理,企业伦理有什么意义或功能;
  3. 企业伦理学的起源与发展;
  4. 企业伦理学与一些相近的交叉学科的关系和区别。
- 最后,我们要对本书的内容和逻辑线索作一个简要的说明。

## 第一节 企业伦理学的对象和任务

企业伦理学尽管是一门管理学学科,它的研究对象是经济管理活动和经济管理领域中的行为规范或制度,目的是更好地进行管理,但它首先是一门应用伦理学,它的首要任务是运用哲学伦理学的一些基本原则和方法对经济管理行为或制度进行道德评价。因此,我们在讨论企业伦理学问题之前必须简单地回顾

---

<sup>①</sup> 参阅陆晓禾:《走出“丛林”——当代经济伦理学漫话》,湖北教育出版社1999年版;〔美〕罗伯特·F·哈特利:《商业伦理》,胡敏等译,中信出版社2000年版;〔英〕彼得·普拉特雷:《商业道德》(英文版),中国人民大学出版社1998年版;苏勇:《管理伦理学》,东方出版中心1997年版。

<sup>②</sup> See *Blackwell Encyclopedia of Management; Business Ethics*. 转引自〔美〕乔治·恩德勒:《面向行动的经济伦理学》,高国希、吴新文等译,上海社会科学院出版社2002年版。

一下伦理道德和伦理学的基本概念,然后再对企业伦理学的任务作一个较为详细的界定。

### 一、伦理学的对象:伦理道德

伦理学的研究对象是伦理道德。根据学术界比较一致的看法,我们可以简要地将伦理道德规定如下:

伦理道德就是以“善”与“恶”为核心概念的行为规范体系。从内容上看,它主要由被判定为“善”的一些文化上的确定目标或价值,以及为了实现这些目标或价值所必须遵循的道德行为规范所构成的;就其表现而言,一方面,它或多或少是通过灌输强加给个人的外在于个人的社会文化传统,另一方面,至少在某种程度上,这些目标和行为规范可以并且总是通过某种强加或灌输“内在化”或“深入人心”,从而变成个人的“良心”或“超我”,并用它们来指导自己的行为。

上述界定可以从以下四个方面来加以阐明:

第一,伦理道德是一种指导人生的行为规范体系,由许多以“应当”开头的行为规则构成,如“应当勤奋”、“应当诚实”,典型的如基督教十戒等。

第二,伦理道德是以“善”与“恶”为核心概念的行为规范体系。单单行为规范体系还不能用来界定伦理道德,因为除了伦理道德之外还存在着其他各种行为规范体系,甚至有些行为规范体系如社会习俗或法律的许多要求是与道德的要求重合的,如社会习俗与伦理道德都要求人们勤劳勇敢、待人和善,法律与道德都要求人们不杀人、不诈骗等等。这并不奇怪,道德本来发源于习俗,其中的一些要求后来又通过人为的立法成为法律。因此,要说明伦理道德的本质,我们还必须把它与其他各种行为规范,尤其是社会习俗和法律等行为规范区分开来。

区分伦理道德与其他的行为规范体系有两种办法。首先,我们可以根据某些外在的特征或不同之处来进行区分。例如,道德与法律所关注的问题都具有重大的社会意义,但社会习俗并不是从意义重大的角度,而主要是从爱好和便利的角度去考虑问题的,因此它也往往涉及一些并无重大社会意义的现象,于是道德就可以根据它与法律共有的某些特征与习俗区别开来。同样,道德与习俗的共同特征是,它们都不是由某种人为的立法、行政或司法行为所建立或改变的,它们的制约力不是强制性的物质力量,而是褒贬一类的口头表示和个人内心的东西,于是道德也可以根据它与习俗共有的特征与法律区别开来。不过,从内在的本质特征上看,伦理道德规范的根本理由是“善”,是建立在对善恶的认识和人生意义的领悟之上的,是为人的自我肯定和自我发展服务的。这是道德区别于习俗和法律等其他行为规范体系的根本之点,并使得道德能够作为批判习俗、

政策和法律的基础,并为后者提供理论依据。

第三,作为行为规范体系的伦理道德主要由两部分内容构成:一是被判定为“善”的一些文化上的确定目标或道德价值,它们是一些终极价值,表现了人生的意义,所以是一般的道德判断乃至特殊的道德判断的最终根据或理由。如“生命诚可贵,爱情价更高。若为自由故,两者皆可抛!”“贪与淫为万恶之源”等等。二是一些被判定为“善”的,为了实现上述终极价值所必须遵循的行为规范,它们表现为一定的原则、义务和德性,可以用一般的道德判断表达出来,是特殊道德判断的根据或理由。如“不可杀人”“不可偷盗”“仁慈和诚实为美德之首”等等。

第四,对于个人来说,这种行为规范体系一开始是作为外在的社会要求或“道”存在的,具有某种强制性,此后有可能通过教育灌输的作用逐渐内化,从外在的强制物转化成为无意识的内在强制物,或者说是个人自觉的内在要求或“德”,用来评判和指导自己的行为。这样,道德现象除了道德规范之外便增添了所谓的道德意识和道德活动。

道德意识主要是指道德规范的心理内化或个体道德品质的形成所需要的各种心理因素,如作为道德实践的直接动因的同情和内疚之类的道德情感、通过思考而对人生价值和伦理规范产生认同的道德认识、作出道德决断并使之付诸实践的道德意志等等。

道德活动主要是指道德规范的外在表现,也可称之为道德实践,强调表现了道德品质的各种言行,它们可以由特殊的道德判断表达出来,如“张三的偷盗行为是错误的”“李四乐于助人”等等。

道德规范、道德意识以及道德活动这三者大致构成了全部的道德现象。

## 二、伦理学的任务

伦理学的任务是指各种伦理学的具体研究及其要解决的问题。

### 1. 伦理学研究及其分类

伦理道德是一种客观存在的社会现象,但对伦理道德进行研究或探讨可以有不同的方式,现有的研究方式大致有三种:宗教性质的辩护与灌输、科学性质的描述与说明、哲学性质的批判与论证。

第一种研究采取信仰的态度,它或者为了信仰而为某种道德规范进行辩护,其立足点放在结论而不是放在理由或根据之上,或者不问某种道德规范的根据或理由而一味进行灌输。这是宗教式的思考和讨论方式,这样的研究可以称之为宗教伦理学或道学。

第二种研究是对各种特定的道德现象进行客观的经验描述,如人类学家对于某个原始部落的道德状况所作的研究,历史学家对于历史上某种道德现象进

行的描述,心理学家和社会学家对于道德心理的发展和社会道德现象所作的探讨等等。这种思考旨在描述或说明某种道德现象,属于科学领域,一般称之为描述伦理学。

第三种研究采取哲学的探讨方式,即以批判的态度来寻找各种道德判断,包括各种道德价值、伦理规范、行为和规章制度好坏的根据或理由,其宗旨是探讨现有道德判断的合理性,重理由和根据而不重结论。这种研究就是哲学伦理学,哲学伦理学包括规范伦理学和元伦理学两个部分。

规范伦理学试图确定哪些道德是可证明的,因而应被接受。规范伦理学又分为普通规范伦理学和应用规范伦理学。前者的任务是为道德规范体系提供理性证明,从而确定某一道德规范体系,以便对什么是道德上正确的或错误的行为作出解答;而后者的任务是应用普通规范伦理学的原则和方法来分析和解答特定领域中的道德问题。

元伦理学则进一步对规范伦理学的论证提出质疑或挑战,它的任务是要探讨什么是正确的道德论证,包括概念和推论的正确。因此,这种思考不讨论或批判任何伦理规范与道德价值,而试图回答有关道德论证的逻辑学和语义学的问题,如“正当”或“善”的意义和作用是什么、怎样才能提出伦理道德判断或者说怎样才能证明它们是正确的、它们能否得到完全的证明、事实能否作为证明价值的依据、道德与非道德之间的差别在哪里等等。这些问题大致可以分为两大类:概念澄清的问题和正确的伦理推理问题。

上述三种伦理学研究的不同之处主要在于方法的不同。它们彼此之间的统一关系是,由于伦理学的主要任务是要提供一种规范理论的一般框架,借以回答何为正当或应当做什么的问题,因此可以说规范伦理学的思考是伦理学的核心部分,描述伦理学为规范伦理学提供讨论问题所需的事实依据,元伦理学为规范伦理学提供解决问题所需的正确方法,而道学的作用主要是在宣传灌输规范伦理学的结论。在伦理学探讨中,这三种思考方式都是需要的,并且常常是相互交叉在一起的。

## 2. 伦理学的主要任务

规范伦理学是伦理学的核心,其主要任务是从善恶的角度来探讨怎样做人,即通过反思、批判和论证来为人们提供一种正确或合理的道德,以便从善恶的角度指导人生。道德主要是由终极价值和道德规范两部分的内容构成的,人应该怎样做人这一根本的伦理学问题也可以分解为两个主要问题:

- (1) 什么样的欲望和追求是善的;
- (2) 应当采用哪种行为来实现善的追求。

第一个问题在伦理学中往往表述为:人们应当追求什么样的善或价值?可以看出,这个问题在本质上是人生的意义问题。因为人生的意义也就是人生的



目的,问人生的意义是什么也就是问人生的目的是什么,如果我们知道了哪些事物就其本身而言是好的或善的,或者说人生中哪些目的是好的或善的,那么我们也就知道了人生的意义是什么。

在这个问题上,人们一般会说,人应该追求的终极善或价值就是幸福。于是,这个问题就会围绕幸福的构成要素和必要条件展开,而这些构成要素和必要条件离不开人的基本需要和权利,并且最终要涉及个人幸福与他人幸福的关系。

第二个问题在伦理学中往往表述为:如何对人的行为进行道德评价?某个行为是否道德、是善的还是恶的,其评价标准究竟是什么?这一伦理学问题不同于前一个问题的地方在于,前一个问题探讨的是作为个人的目的或欲望的善,而这个问题探讨的是作为达到目的或欲望的手段的善。

显然,这个问题一般是以与权利相对的责任概念为标志的。人的道德责任问题大都与人的利益冲突和人际关系相关,从而伦理学的基本问题往往被表述为利益与道德的关系问题或个人利益与社会整体利益的关系问题,尽管有些道德责任或道德品质,如勤奋、节俭、谨慎、进取之类,与人的利益冲突和人际关系没有直接的联系。

综上所述,伦理学的根本问题是人的行为规范问题,它可以进一步划分为两个问题:人生的目的或意义问题与达致目的正当手段或行为问题。因此,基本的伦理判断形式是, X 是善的所以我们应该追求 X, Y 是正当的所以我们应该做 Y。

### 三、企业伦理学的研究对象和任务

企业伦理学首先是一门应用性的规范伦理学学科,是将普通规范伦理学的原则和方法应用于经济管理活动所产生的一门学科,它与普通规范伦理学的关系是特殊与一般、应用与理论的关系。它们的研究对象都是人的行为和行为规范,但普通规范伦理学的对象是一般的行为和道德行为规范,而企业伦理学的对象则仅仅是经济管理领域中的行为和道德行为规范。两者的任务都是要对人的行为进行道德评价并得出一些道德行为规范,借以指导人的行为,但普通规范伦理学要得出的是适用于人的一切行为的普遍的道德行为规范,而企业伦理学只是要得出适用于经济管理行为的特殊的道德行为规范。

要建立适用于经济管理领域的道德行为规范,主要的手段是道德评价和伦理批判。所谓道德评价,就是针对某个行为或行为规范 X 提问: X 是善的吗?抑或是恶的?所谓伦理批判,就是紧接着问:理由是什么?这个理由是否充分?道德评价、伦理批判与建立合理的道德规范之间的逻辑关系,可以从上述基本伦理判断形式的论证扩展式中反映出来:根据评价标准 S 和事实 F,可以得出 X 是善的或 Y 是正当的结论;而因为 X 是善的或 Y 是正当的,所以我们应该追求 X