

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

经济伦理学的一个新视角:活动家商业伦理——论雅克·科里的经济伦理观[A new perspective of economic ethics: activist business ethics - On the economic ethics Ya Keke]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	张, 彦;余, 潇枫
Publisher	中国社会科学院哲学研究所
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-30 18:23:35
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182523

张彦 余潇枫：经济伦理学的一个新视角：活动家商业伦理 论雅克·科里的经济伦理观

张彦 余潇枫

经济伦理学的一个新视角：活动家商业伦理 论雅克·科里的经济伦理观

张彦 (浙江大学法学院浙江杭州 310013)

余潇枫 (浙江大学公共管理学院浙江杭州 310013)

雅克·科里 (Jacques Cory)是近年来经济伦理学领域的著名学者,其主要著作有《活动家商业伦理》(Activist Business Ethics)和《经济伦理学——小股东的伦理革命》(Business Ethics-the Ethical Revolution of Minority Shareholders)等。科里的经济伦理观自成体系,见解独到,特别是其活动家商业伦理的思想为日益发展的经济伦理学提供了一个新的研究视角。与以往研究以企业活动为中心的经济伦理不同,科里从商业中活动家的伦理表现入手,阐述了伦理与民主在商业中的演变与进化,并详细阐述了基督教、犹太教、佛教与儒家等不同宗教和文化对活动家的影响。同时,科里还积极地提出了现实生活中的CEO伦理和股东利益的人格化,呼吁社会重视伦理资本和伦理投资,在企业中建立监督委员会和伦理委员会等。本文从活动家商业伦理的理论基础、发展途径、核心要素和制度保障四个方面对雅克·科里的经济伦理观做一概括评论。

一 活动家商业伦理何以可能 利润与道德可并行实现

经济行为体如何实现谋利和道德的统一、如何协调利己与利他的矛盾,这是经济伦理学中的重要问题,也是活动家商业伦理得以成立的基础所在。关于这个问题的讨论,最经典的就是所谓的斯密难题。斯密难题是指近代著名的道德哲学家和经济学家亚当·斯密(Adam Smith)的两部代表作《道德情操论》(1759)与《国民财富的性质和原因的研究》(1776,简称《国富论》)之间观点相互冲突的问题。它最早由19世纪德国历史学派的经济学家发现和提出。他们认为,起初认为人类交往是基于人们相互所感受到的一种同情的道德哲学家亚当·斯密,在某个时候变成了把自利视为激励人们行动的东西的经济学家亚当·斯密。[1]这样,基于人性本善的道德利他主义与基于人性本恶的经济利己主义,矛盾而奇妙地共生于斯密的理论之中。

斯密在《国富论》中,系统地提出了人类行为动机的自利原则。他指出,每个人都努力使其生产物的价值能达到最高程度。他通常既不打算促进公共的利益,也不知道他自己是在什么程度上促进那种利益。他只是盘算他自己的安全;由于他管理产业的方式目的在于使其生产物的价值能达到最大程度,他所盘算的也只是他自己的利益。[2]于是,在古典经济学那里,个人对自身利益的追求是个人发展的最原始动力,也是社会发展的第一推动力。

但问题是,这种遵循自利原则行事的个体究竟是现实生活的真实写照,还是经济学家的一种理论假想?追求个人利益最大化是否就是经济主体惟一的动机?在商业活动中,利润和道德是否就是两条永不相交的平行线?实际上,在斯密的思想体系中,自利并不是人们行为的惟一动机,其他作为利他精神表现的如同情、正义、仁慈也同样存在于人们的内心世界,并共同支配着人类的行为。斯密强调,人的天赋中总是明显地存在着这样一些本性,这些本性使得他关心别人的命运,把别人的幸福看成是自己的事情。[3]所以,从20世纪开始,人们对经济人假设、自利原则以及斯密难题的真伪等问题提出了质疑。如1947年,西蒙在《管理行为》中认为,与其说经济人的自私出发点和理性规定是人们真实行为的写照,还不如说它只是具有很大的智慧和美学魅力[4]的形而上玄想。阿马蒂亚·森也指出,如果重新考察亚当·斯密讲述的屠夫和面包师的故事,就会发现古典经济学从未单独把自利作为经济人的立论假设。他说:亚当·斯密恰恰明确地站到了另外一边,他并没有满足于把经济拯救建立在某种单一的动机之上。[5]所以,自利与利他这对矛盾分裂或紧张,与其说是经济学与伦理学对人性和人类行为之不同方面的知识考量的结果,还不如说这原本只是一种人性二元论事实的本真反映。而且这种二元论事实并非是不可沟通的两种价值依据,而是一种复杂的人性论前提。[6]

科里对活动家商业伦理问题的思考正是建立在斯密难题讨论的背景下,他审慎分析了边沁的功利主义和康德的道德论,认为我们应该一方面要考虑快乐与用处,但另一方面也应该考虑伦理与道德,要努力发现它们两者是共生的关系[7]。在科里看来,不道德的行为与违法行为为有时仅仅一步之隔,并且这一步距离非常容易跨越。我们遵守伦理法则,在某种程度上也是防止犯罪。比如法律很多时候无法防止股东的合法利益被侵占,无法防止错误决策的发生,这就需要伦理道德的力量。[8]

但是,有些经济学家认为,市场经济有个不言而喻的前提假设:求利是每一个人的基本天性,因此,不必担心经济行为体参与竞争的动力,只须关注如何建立一个公平竞争的市场机制。但这种假设并不是完整的。因为,每一个参与经济行为的主体都是具有复杂心理情感和多元意愿的个人,每位主体的心理、态度、行为,包括伦理道德水平在很大程度上都会影响市场机制的有效运行。所以,市场经济的前提设定不只是经济的,还必须是有道德的。于是,科里认为,一个公司有道德地行动与获得利益是可行的,一位好的CEO应该明确,获得利润、同时又讲道德是可能的。[9]伦理原则应该在商业活动前建立,用来指导活动家的商业实践,因为它在公司中是作为一种使命而存在,具体体现为对股东、代理人、员工、供应者、社区、国家甚至世界的责任。[10]比如,强生公司制定与公司发展配套的道德体系,其核心是对顾客、雇员、社会所持道德立场的信条。万俊人教授也提出,必要的公共伦理信念和道德规范,是市场经济普遍可能和持久进行的前提条件之

一。诚实守信之于交易行为，勤劳节俭之于资本积累（这被认为是马克思·韦伯的重大发现之一），团队精神之于企业的组织和发展（这被认为是日本现代化的成功经验之一），社会道义和人道精神之于经济管理等等，可以说明这一点。 [11]

同时，科里也结合商业实践指出，世界上许多著名公司，如华纳公司 (Borg-Warner Corporation)、捷斯平尼公司 (J.C.Penney)、美国通用磨房 (General Mills)、美国贵格饮料公司 (Quaker Oats)、美国先进微电子器件公司 (Advanced Micro Devices)、美国纽约化学银行 (Chemical Bank of New York)、创品国际公司 (Champion international)、利维·斯特劳 (Levi-Strauss)、卡特皮勒 (Caterpillar)等这些企业都获得了伦理与利润的双赢。 [12]相反，近年来，某些著名跨国企业的信用丑闻以及区域性文化伦理的冲突导致了经营危机，甚至公司倒闭。所以，科里将利润和道德、利己与利他行为可以兼顾的立论作为活动家商业伦理得以建立的基础。

二 活动家商业伦理怎样发展 活动家 需要文化关怀

活动家 作为经济行为的主体，不仅需要经济理性能力，也需要文化关怀，特别是需要不同文化孕育的伦理资源为其发展提供持久的动力。马克思·韦伯在《资本主义精神与新教伦理》中提出，要将对个人行为的理解加入信仰因素的考虑，特别是其宗教情怀的影响。此外，唐纳森和邓菲也认为，许多个体拥有个人的文化、哲学或宗教信仰，并试图在与他人的交往中予以实现。我们将把这些愿望、偏爱和态度，尤其是涉及文化、哲学或宗教的信仰，称为 个人戒律 。 [13]这些体现文化宗教背景的个人戒律 对活动家商业伦理的发展有着重大的影响。显然，科里意识到了并极其关注这一点，他特别提出了 活动家 们需要宗教文化的关怀，强调你想要别人怎样对你，你就该怎样对别人，其核心原则是 黄金法则 和 关怀伦理 ，强调反向换位思考，并认为这是经济活动中对待员工、股东、顾客的伦理基础。

犹太商业活动家举世闻名，因此，科里重点考察了犹太文化对犹太活动家的影响。

科里认为，犹太活动家的商业伦理精神主要体现在其财富观上。在犹太教文化中，认为贫穷不是一种美德，但是穷人也不能因为贫穷而受责备。 [14]按照罗德尼·威尔逊 (Rodney Wilson) 的解释，犹太人这种财富观的社会经济成因在于古代以色列社会本身并非一个平等社会，贫富差异被看做是自然条件乃至个人之间才智差异的结果。贫困是命运的结果，既不是美德，但也不受谴责。同时，富人 有义务帮助穷人，因为他们的才智或命运本身也都是上苍的天赋。 [15]

犹太教尊重通过诚实途径而得到的金钱，并且认为金钱主要是用来满足生活基本需要，以及成为精神生活的基础，这才是金钱的本质所在。这就像拉比·迈尔 (Rabbi Meir) 所言，金钱很重要，但金钱也仅仅是一种手段。只有那些能从巨大的财富中获得内心平静的人才是真正的富裕者。所以，犹太活动家有自己的伦理原则，并且把这些原则运用到商业实践中。神圣的财富不能通过不道德或不正义的手段而取得，即便它们是合法的。剥削、滥用权力、私下的利益冲突、压制那些上帝赋予的道德原则等等这些都是不可取的。 [16]

可见，犹太活动家叱咤商海的经营理念和行为方式，如执着自信、稳健理性、善贾万物、赚钱无忌、恪守约法、巧于投机、研学成癖、以儒行商等，都可在犹太文化，尤其是犹太教中追本溯源，找到根据。 [17]犹太文化对犹太活动家的经营思想和经营行为的影响可谓巨大且深刻。

犹太商人视赚钱为正当的追求和理想，目标清晰而明确，心理轻松而坦然，这对其商业上的成功是极有裨益的。相比较而言，千百年来的中国商人，因为受儒家 君子喻于义，小人喻于利 思想的影响，心理负担与思想桎梏就得多。科里认为，儒家思想对东方商业活动家的影响是显而易见的。中国的儒家伦理历来主张 以义导利、以义制利、义利双行 的财富观，强调实现 富而仁 的经济伦理境界。如儒家伦理的代表孔子，不反对追求财富，然而他更注重采用什么样的方式去获得财富，即所谓 君子爱财，取之有道 。只有 合 义 地得到财富，才是人们所认可的。 不义而富且贵，与我如浮云 ，这就给人们 对财富的追求，设立了一个价值尺度。 [18]

儒家文化也深刻影响了日本企业的发展。科里指出，日本文化很大程度上受到孔子儒家学说的影响。这一学说忽视个人，更强调团队的成功。而且，儒家的市场与斯密的市场是完全不同的概念，儒家观念中的个人不单纯为了个人的存在而存在，而更是作为社会的个体、公司的个体而存在。日本公司既有资本主义的一面，又受家族文化的影响，尤其重视员工的忠诚度，力图把公司建成员工的第二家园。

此外，科里还考察了基督教和佛教对活动家商业伦理的影响。比如，基督教商人往往会陷入道德两难的境地，一方面他们信仰上帝，另一方面他们要正视自己从商的现实。而佛教原则指导下的经济是一种寻求共赢的经济，寻求忍耐与和平的经济，寻求维护生态的经济。 [19]因此，科里在分析文化关怀对活动家商业伦理的影响时认为，20世纪充斥着物质主义和自我为中心的消费主义，呼吁21世纪更要关注生命的质量和人生的精神需求。

三 活动家商业伦理的核心要素 道德、信任、友谊

商业中的伦理最终落实到从事商业的 活动家 身上。科里明确指出，一个公司的CEO对公司的伦理水平有重要影响。他举例说，两位经理 A和B，A业绩好但伦理素质不高，B业绩不如A，但讲道德。从长远来看，对公司的不利影响，A比B要大得多。科里给出一个公式 $E = P \times co$ efficient (其中 E即 Ethics, 代表伦理或道德；P即 profit or performance, 代表利润或业绩) [20]，并对活动家个体的伦理因素道德、信任和友谊等做了重点分析。

科里提出，一位公司CEO成功的 硬件 是其财务和经营业绩，而 软件 则是他的道德与品质。现代商界的活动家越来越需要有伦理良心。他认为，法律、契约和经济理性为后工业社会的稳定和繁荣提供了必要的但不是充分的基础。这个社会并不是由理性算计构成的，还需要互惠、道德、义务、责任和信任。 [21]此外，科里还分析了商业中的友谊。亚里士多德认为存在三种友谊：一是基于利益之上的友谊，二是基于快乐之上的友谊，三是基于善之上的友谊。科里认为前两种在商界中都是常见的，第三种则是罕见的。因为这个 善 指即使没有从他人身上得到利益和快乐，也是在任何情况下都自律的、对他者的 善 。所以，科里认为，在现代商业中，我们要强调友谊和信任的作用，努力去建立比较牢固的经济关系，在重视合作与双赢中结束残酷商战的历史。

关于诚信，科里指出，诚信不仅在商业组织之间非常重要，而且在国家之间、国际商务间，都是非常重要的

伦理因素。诚信不仅可以减少交易成本，共享有效信息，而且可以为商业伦理的建设奠定重要的基础。

[22] 有 契约之宗教 之誉的犹太教和犹太商业活动家都非常重视信任与互惠基础上的 契约 。订立契约前谨慎小心，订立之后坚决执行，把负责守约当做不以对方行为为转移的份内事，这种精神为他们赢得了极大的商誉，犹太商人在很多国家都堪称践约守法的典范。

但科里提到的信用、友谊等商业伦理中的核心要素在不同的时代背景下，含义与意义都有所不同。以义为上，倡导 德性 的古代信用与现代诚信体系就有很大的差别。 古代的商业诚信是指行为者的个体品德，它仅通行于一种由血缘、亲缘、乡缘、地缘联系起来的狭小、封闭的 熟人社会 ，且称之为一种 熟人间的关系伦理 ，而且这种个体诚信主要基于个人的道德自律。而现代市场信用，它超越了 熟人 关系，是 陌生人 之间交易与契约，是由血缘、地缘关系向学缘、业缘关系发展的、要求权利义务对等的 信用伦理 。

[23] 所以，科里着重指出了传统信用的现代意义： 我们对待他人应该像希望他人怎么对待我们一样，不是通过单纯的利益，而是通过相互的信任。早在 3000年前，许多宗教和哲学家就已宣布这个真理，但是处于现代商业世界的许多公司，却都不以此为指导原则。因此，思考这一原则是不是经济成功所必不可少的因素，以及我们怎样将这一原则运用到现代企业是我们面临的问题。 [24] 弗朗西斯·福山指出，一个社会的信任水平与积聚资本和有效地发展技术之间存在一种关系，信任水平越高， 自发的社交活动 就越多。他论证说：

由于不信任而造成分裂的社会，以阶级、种族、亲属或其他因素为基础，在采取新的组织形式时会遇到额外的障碍。 [25]

四活动家商业伦理的制度保障 监督委员会和伦理委员会

在全球经济一体化日益明显的今天，企业跨地区经营行为越来越频繁，这在淡化国别间 经济国界 的同时，也使 伦理国界 更加突显。企业发展的风险，除了投资风险、经营风险、财务风险、管理风险等经济风险，以及政局变动、局部战争、恐怖事件等政治风险外，就长期来看，也存在文化伦理上的风险。科里指出，

当企业越来越忽视他们经营体制和实践中的伦理风险问题时，他们的不伦理的行为也越来越多，对他们的损害也越来越大。 [26] 这就使得企业在经济活动中越来越需要考虑其伦理上的风险问题及其相应的伦理成本。

伦理风险是依据人们特定的社会感知和文化认同来建构的，指在特定的社会文化语境下，企业获得 道德合法性 认可与否的一系列不确定要素，是影响企业获得 市场正当性 这一目标实现的不确定事件的集合。就伦理风险的广泛意义而言，不同的意识形态、不同的民族性格、不同的思维方式、不同的处理问题模式、不同的对文化符号系统的理解、不同的政治文化导向、不同的宗教信仰等都会成为企业的伦理风险。

同时，如波普尔指出的： 社会群体大于其成员的单纯加总，也大于其任何成员任何时刻存在的诸多个人关系的简单总和 成员的个性可能对群体的历史和结构产生很大的影响，但这并不妨碍群体有它自己的历史和结构，也不妨碍该群体对其成员的个性产生强烈影响。 [27]

鉴于企业伦理风险的存在以及活动家个体与组织群体相互之间的影响，活动家商业伦理的实施需要制度保障，需要建立企业伦理原则和伦理监督机构。这就是科里所提出的建立监督委员会和伦理委员会，他认为自己最大的贡献就在于此。科里详细介绍了监督委员会和伦理委员会的产生方式，它们由股东选举出来。委员会有权决定 CEO的任用与否，以及报酬薪水多少和他的管理权责。这两个委员会是超越其他组织的，它们对小股东的利益起到特别的保护作用。在操作上，各个企业每年可以向伦理委员会递交伦理 /生态报告，以及所承担的社会责任。投资者，包括小股东、职员、消费者、顾客、供应者、社区和社会，可以从伦理委员会得到企业的关于信誉方面的信息，并根据企业的伦理报告决定他们自己的行为。这与大众通过企业的金融财政报告，来决定自己对企业的投资行为是一样的。

由于全球化的加快，作为经济全球化主要载体的企业以及经济行为的主体 活动家，在对全球范围内的资源和生产要素进行重新组合的同时，也包括对文化资源和伦理道德要素的整合和重构。其中，防范、规避和化解企业在经营合法性、人力资源管理、环境保护、跨国腐败、文化风俗等方面的伦理风险更是当务之急。科里对企业及跨企业组织建立伦理委员会和监督委员会的制度设计，不仅为活动家商业伦理的确立和实现提供了保障，而且也为现实中普遍缺乏对伦理风险的管理和规避的企业提供了可借鉴的策略。

如果说 20世纪七八十年代，作为学科形式的经济伦理学在欧美诞生，它的研究范围基本上是因市场失灵而带来的道德限度问题，那么， 20世纪末和本世纪初，经济伦理研究的范围大大地拓宽了，新的社会契约问题、经济主体的超规范问题、道德自由的限度问题，以及全球伦理的可能性与现实性问题等，使西方经济伦理思想的固有矛盾、冲突得以在更宽泛的社会现实背景下展开。科里的 活动家商业伦理 思想正是在这样的趋势下，从经济伦理学拓展到哲学、宗教、心理学、管理学等多个领域、从不同的观察视角对活动家伦理进行多层次探讨，这对我们商业伦理的研究有着重大的启示意义。

注释

[1] James R.Otteson, The Recurring Adam Smith Problem History of Philosophy Quarterly, Volume 17, Number 1, January 2000, pp. 51-52.

[2] 亚当·斯密：《国民财富的性质和原因的研究》（下卷），商务印书馆，2002，第27页。

[3] 亚当·斯密《道德情操论》，商务印书馆，2002，第5页。

[4] 赫伯特·西蒙：《管理行为》，北京经济学院出版社，1988，第18页。

[5] 阿马蒂亚·森：《伦理学与经济学》，商务印书馆，2000，第28页。

[6] [11] 万俊人：《论市场经济的道德维度》，《中国社会科学》2000年第3期。

[7] [8] [9] [10] [12] [14] [16] [19] [20] [21] [24] [26] Jacques Cory, Activist Business Ethics, Boston: Kluwer Academic Publisher, 2002, p. 18, p. 14, p. 8, p. 9, p. 12, p. 43, p. 49, p. 61, p. 100, p. 34, p. 2, p. 11.

[13] [25] 托马斯·唐纳森、托马斯·邓菲：《有约束力的关系》，上海社会科学院出版社，2001，第46页；第164页。

[15] Rodney Wilson, Economics, Ethics & Religion, Macmillan Press Ltd. UK, 1997, p. 88.

[17] 项文彪：《浅析犹太教对犹太商魂的塑造》，《江苏商论》2002年12月。

[18] 详见张彦：《财富合法性的伦理解读》，《新世纪的哲学与中国》，中国社会科学出版社，2005，第404-413页。

[22] Brenkert, Trust business and Business Ethics: an Introduction, Business Ethics Quarterly, 1998, p.195.

[23] 张彦：《孔子与亚里士多德的财富观比较》，《华中科技大学学报》2005年第4期。

[27] 马尔科姆·卢瑟福：《经济学中的制度》，中国社会科学出版社，1999，第34~35页。

来源：<http://philosophy.cass.cn/chuban/zxdt/dtgqml/06/0604/060405.htm>

/