

Globethics Repository



论诚实信用[discussion on integrity]

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	Preprint
Authors	邱, 本
Publisher	中国社会科学院应用伦理研究中心
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-17 07:40:59
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182105

邱 本：论诚实信用

邱 本

第一节 诚信是伦理的基础

所谓伦理,最一般地说就是"人伦之理",即"做有道德之人的道理"。那么,"做有道德之人的道理"又是什么呢?当然包罗万象,但诚信即是其中重要一种。孔子曰:"人而无信,不知其可"【《论语·为政》。】、"民无信不立"【《论语·颜渊》。】孟子说:"诚者,天之道也;思诚者,人之道也。"【《孟子·离娄上》。】这些都强调了诚信之于做人的根本意义,可以说,有道德之人必是诚信之人,无诚信之人不成之为人。

做人做人,顾名思义,人不是天成的,而是做成的,是在做事中做成的。人所做的一切事情都是为了做成人,可谓事在人为,事就人成,人不做事做不成人。在人所做的一切事中,最主要、最基本、最普遍的就是经济活动,因为人是一种物质性存在,依赖物质消费而存在,必须首先解决衣食住行然后才谈得上其他一切,这样,经济活动构成了人们的日用常行。人总是从事着经济活动,人在经济活动中做得怎么样,做人就怎么样,人们的经济活动成为了检验做人的试金石。经济活动是利益本位,关乎人们的切身利益和立足之本,是对做人的最严峻考验。因此,做有道德的人就要求做诚信的人,做诚信的人就要求在经济活动中做诚信的人。考量一个人是否诚信就看他在经济活动中是否诚信,只有在日用常行中诚信,在大是大非、利害攸关、得丧变更面前是诚信才是真正的诚信。由于经济活动是人的基本活动,因而决定了人具有"经济人"的本性,即私利至上,富有理性,计较投入产出,追求自身利益的极大化。传统经济学对这种"经济人"笃信推奉,视为圭臬。但实践证明,这是不充分的,已日益引起人们的反思批判。

1998年诺贝尔经济学奖得主阿马蒂亚·森就明确指出:"随着现代经济学的发展,伦理学方法的重要性已经被严重淡化了。被称为'实证经济学'的方法论,不仅在理论分析中回避了规范分析,而且还忽视了人类复杂多样的伦理考虑,而这些伦理考虑是能够影响人类实际行为的。"【阿马蒂亚·森:《伦理学与经济学》,商务印书馆2000年版,第13页。】他认为经济学有伦理学的根源,"经济学与伦理学的传统联系至少可以追溯到亚里士多德,"对于经济学来说,有两个中心问题尤为根本:第一个问题是关于人类行为的动机问题,它与"一个人应该怎样活着?这一广泛的伦理道德问题有关。第二个问题是关于社会成就的判断。它可以使社会成就的评价更富伦理性,而且必须使用更广泛的伦理观点来判断究竟什么是'对个人有益的东西'。"【阿马蒂亚·森:《伦理学与经济学》,商务印书馆2000年版,第9-10页。】因此,"经济学问题本身就可能是极为重要的伦理学问题"【阿马蒂亚·森《伦理学与经济学》,商务印书馆2000年版,第16页。】仅用"经济人"的假设说服不了许多经济学问题,而要改变这种情况,"经济学,正如它已经表现出的那样,可以通过更多、更明确地关注影响人类行为的伦理学思考而变得更有说服力。"【阿马蒂亚·森《伦理学与经济学》,商务印书馆2000年版,第15页。】

人性是丰富复杂的,不能简化为"经济人",从事经济活动的人不仅是"经济人",经济活动所要求的人也不只是"经济人",纯粹"经济人"所进行的经济活动是铜臭的、冷酷的、冲突的、反人性的,纯粹"经济人"会妨碍、扭曲经济活动,甚至最终没有经济活动。经济活动不仅是经济问题而且是伦理问题,经济活动所要求的人不仅是"经济人"而且是"道德人"。

人按进化程度可分为"自然人"、"经济人"和"道德人"。其中,"自然人"是"人之初",是生来人,本色人,无知无识,不分善恶,是有待进化的人,是尚未做成的人;"经济人"已如前述;"道德人"是富有道德,有利他精神,已做成的人。"自然人"会自然进化为"经济人",但人如果仅停留在"经济人"阶段,那就还未完全做成人,做"道德人"是做人的最高境界,"经济人"应该进化为"道德人",从"经济人"进化为"道德人"是一个飞跃,"经济人"要进化为"道德人"要经过无穷的教化,其中,诚信就是重要的一种。在儒家经典《大学》中,"诚意"作为"八条目"之一,成为连接"格物"、"致知"与"正心"、"修身"、"齐家"、"治国"、"平天下"的重要环节,不能"诚其意者",不能"正其心",不能"正其心者",不能"修其身",不能"修其身者",不能"齐其家",不能"齐其家者",不能"治其国",不能"治其国者",不能"平天下",诚信具有促进道德内省、行为修养、家庭和睦、国家大治和天下太平的重要功能。诚信的这种承上启下的功能后来被许多人加以强化,如《中庸》曰:"天地之道可一言而尽,不过曰诚而已。"周敦颐把诚信称之为"五常之本,百行之源"【《通书·诚下》。】范仲淹以为:"惟不欺二字,可终身行之"【邵伯温:《邵氏闻见录》卷八。】。

经济活动需要伦理支持,所以马克思·韦伯把近代资本主义的发达归功于新教伦理。孟斯特贝格(Münsterberg)说实业乃是一种道德成就(ethical achievement)【参见贺麟《文化与人生》,商务印书馆1988年版,第43页。】。这种伦理支持和道德努力之一就是诚信,经济活动要以诚信为本。

经济活动的目的是逐利,但利从何来?不是来自尔虞我诈、投机取巧,而是来自诚信经营,《庄子》曰:“先行则不信,不信则不任,不任则不利。”【《庄子·盗跖》。】说的就是无诚信无利可图,反过来也说明利从信中来,诚信就是金钱,就是资本,就是生生不息、滚滚而来的利。从这个角度看,诚信是一棵摇钱树。

经济活动是一种社会活动,在人与人之间进行。那种封闭隔绝、自给自足的经济活动不仅遥远,而且已成过去。现代经济活动是通过社会分工、社会合作、社会交易实现的。而贯穿于并维系着社会分工、社会合作、社会交易的一个重要因素就是诚信,《管子》曰:“诚信者,天下之结也。”【《管子·枢言》。】诚信是人与人之间连结的纽带,是集结人心、天下团结的保证。不诚信者,失信于人,无人结之,没有人同他合作交易,自绝于人,被驱逐出了现代经济活动之外,何谈经济活动?

经济活动不仅是利益的交换而且是心灵的互通,要把别人深藏在口袋里的血汗钱掏出来放心地交给你绝非易事,必须以诚相待,取信于人,感动人心,让人心服,心服才能交钱,因为人们只会把钱交给那些诚实可靠、值得信赖、为之心动的人。那些夸夸其谈、妖言惑众、荒诞不经之徒,人们只能畏而远之,把钱交给他们无异于打水漂。所以《荀子》曰:“诚信生神,夸诞生惑。”【《荀子·不苟》。】诚信就有这么神奇的效果,虚夸荒诞就有这么严重的后果,诚信使人生信而亲近,夸诞使人生惑而远离。从这个角度看,经济活动是心理攻坚,经济学是心理学,是伦理学,而诚信就是其核心内容。

经济活动当然要讲究策略,这种策略不是别的而是诚信,所以西方有句格言:“Honesty is the best policy(诚信是最好的策略)”。之所以如此,是因为诚信是最低的要求也最容易做到的,实话实说,守约重诺,言信行果就行,成本最低,相反,不诚信,弄虚作假,欺骗,欲盖弥彰,成本较高,加上纸包不住火,如果过去林肯所说的:“你确实可以在某一个时候欺骗所有的人,你甚至可以永远欺骗某些人,但你不能在所有的时候欺骗所有人”还可能的话,那么在现在信息社会网络时代,连“你在某一时候欺骗某些人都不可能了”。“要想人不知,除非己莫为”,欺骗者在人们的审视下惶惶不可终日,一旦东窗事发,失信于人,也就失足于人,欺人者被人弃,变本加厉,遭受灭顶之灾。两相比较,诚信往往比欺骗给人们带来更大的好处,尤其是从长远和总体来看。可以说诚信是谋利的敲门砖,利从诚信来,诚信是成功的金钥匙,诚信自然成。其实,欺骗者要达到欺骗人的目的,也必须把自己装扮成诚信者,有赖于别人诚信。因此,所谓的欺骗实质上就是某人给人以诚信的假像,使别人误认为自己是诚信者,这从反面印证了“诚信是最好的策略”这句格言,那怕是欺骗的诚信,在没有被揭穿之前也是最好的策略。

经济活动不是“一锤子买卖”而是“长期博弈”,因此不在乎是否一时获得利益而在乎能否长期保有利益。如果说诚信是利益的助产婆,那么诚信更是利益的守护神。人们刚开始从事经济活动,首先经营的是诚信这种信誉,一旦信誉建立起来了,才能长立不败,利益才有保障,人们从事经济活动应该以诚信打天下,才能立天下得天下守天下,所以人们说“忠信以为甲冑”,“忠信以为城池”,“匹夫行忠信,可以保一国”。诚信之所以具有这种保障功能,是由诚信的性质决定的,诚信是坚信不移,不见风使舵,是长远策略,不是权宜之计,是终身以之,不是一时之用,诚信者是长胜将军。而不诚信者,口是心非,随机应变,前诺后违,急功近利,见利忘信,也许能得一时之利,但难得长期之利,也许能小胜,但难成大器,也许能立足一隅,但难立足天下。

经济活动之所以要以诚信为本,最终原因还是归结于人的本性。

人是一种精神动物,人生最重是精神,人生的终极目标是崇高精神对沉重肉身的超越和拯救,所以人们深刻地认为到“名声比金钱更重要”,不仅是因为好的名声往往能够带来金钱,而金钱未必能够带来好的名声,而且因为金钱是身外之物,生带不来,死带不去,而名声是身内之事,与生俱来,死带不去,有的流芳百世,有的遗臭万年。人们把名声看得重于泰山,所以俗话说:“树活一世争高低,人活一世留名声”,甚至“粉身碎骨惧不怕,要留清白在人间”。在种种名声,诚信真诚是最重要的一种,乔叟甚至认为:“真诚才是人生最高的美德。”

人是一种求真的动物,人生是求真的过程,人生的目的在于获得真理,所以孔子曰:“朝闻道,夕可死”,培根说:“认识真理和相信真理乃是人心中最高的美德”。人生活在真实的世界里,而不能生活在欺骗谎言中,卡莱尔指出:“无论在哪里,人们生来就是谎言的敌人”。人们之所以要以诚信为本,是因为要服膺真理,“真实高于一切”。人要生活得实实在在。

人是一种社会动物,必须生活在社会中,过社会生活,人只有在社会中,利用社会分工、借

助社会合作、通过社会交易,才能延长手脚、健全理智、增强优势从而真正做成人。但社会的基础是诚信,这正如王船山所指出的:“人与人相於,信义而已矣;信义之施,人与人相於而已矣”,“信义者,人与人相於之道”。【《读通鉴论》上,中华书局1975年版,第8页。】诚交天下人,信施天下人,人在社会中。没有人愿意同骗人者说谎者打交道,欺骗说谎等于斩断了同社会的联系,离群索居,不能利用社会分工、借助社会合作、通过社会交易,就是束缚手脚、简陋理智、丧失优势从而难以做成人。个人与社会的命运息息相关,荣辱与共,危害社会就是危害个人,害人者终害己,这在说谎欺骗中表现得尤为突出,这正如山本有三所说的:“说谎话如同面朝天空吐唾沫,最终要落在自己脸上”,纪伯伦说:“欺骗有时成功,但它往往自杀。”

人生是一次性的,不可重来,所以人生中的许多事情都要无比珍惜,特别是象诚信这些重要的名声,一旦沾污了就不可能还其清白,要还其清白无异于让黄河水变清,无比困难甚至根本不可能;

一旦失去了就一去不复还了,不可追回,无可弥补,布雷默指出:“诚信还没有发现代用品,人们缺少它就没法取得成功”。并且,越是珍惜的东西越是脆弱也越是容易失去,诚信可谓成于艰辛败却易,诚信一旦败坏,失信就是失败,名誉扫地无异于人头落地,使人不成其为人,这正如大仲马所说的:“当信用消失的时候,肉体也就没有生命了”。

古人云:“君子爱财,取之有道”,其中“道”之一就是诚信,所以《周易》讲:“修辞立其诚,所以居业也”,君子以诚信取财立业。“索信者昌”,一般来说,信誉建立了,经济上就成功了,利从誉中来,犹如水到渠成,重诚信实际上是经济成功的秘诀所在和必由之路。即使经济上失败了,只要信誉未损,也虽败犹荣,一俟条件,亦能东山再起。只要信誉在,千金散尽还复来。相反,寡信者亡,如果信誉扫地,那么经济上就不可能成功,“不说假话办不成大事”、“不骗别人发不了大财”,根本不是取财立业之道,推行它只能使人自取灭亡,一败涂地。即使成功了,也给人留下了“奸商”、“骗者”的恶名,这种成功是短暂的,长久不了,最终败北,并再无复兴之可能,因为奸诈一次,永远不忘,骗人一时,记取一世,真是因小失大,得不偿失。不懂诚信实际上就是不懂经济之道,经营之道。

经济活动以诚信为本,这决不是道德说教而是千百年来经济实践的结晶,是古今中外无数事例反复证明的一条放之四海而皆准的铁律。

埃及的迪拉玛,位于帝王谷的入口处,被称为魔鬼城。据罗马的羊皮书记载,是图特安哈门法老有意安排的,为防止盗墓贼入侵,曾把关押在监牢里的3000名骗子秘密流放到这里,法老相信,一类人的智慧能制约另一类人的智慧。结果,从比东法老到兰塞法老的600年间,凡是走进小城的外地人,没有一个不上当受骗的。想贩银器回国的阿拉伯商人,结果连脚上正穿着的一双皮靴都被一个带路的小孩骗走了,大马士革的旅行者想去帝王谷探宝,进城不到一刻钟,就被一个吉卜赛人骗了个精光,印度一位道行最高的巫师漫游至此,连身上惟一的一件东西——铜蛇管也被一个哑巴骗走。后来一位古希腊的哲学家来到这里,住了一年,不仅头脑清晰如初,而且随身物件一件没失。有位罗马商人得知此事后很高兴,他想,一个能清白地走出迪拉玛的人,一定是破解了法老咒语的人,决定前去拜访,可惜那位哲学家已去世5年。希腊人告诉他,哲学家临终前把他从迪拉玛漫游归来的一句话刻在了摩西神庙的石壁上。于是,商人来到神庙,凝视着石壁上哲学家留下的那句话:当你对自己诚实时,天下就没人能够欺骗你。禁不住喃喃自语:说得多么好啊!说得多么好啊!然后匍匐在地,表达对哲学家的敬意。【参见《读者》2002年第7期第49页。】

清朝末年,内乱外扰,王朝风雨飘摇,苟延残喘。可就是在这样的情况下,祁县、太谷、平遥的山西商人,凭着自己创办的“汇通天下”的票号金融体系,汇天下之资,通天下之财,成为当时中国的金融中心。而这些边远荒僻的小县城之所以能够成为当时中国的金融中心,全国各地远远近近的异乡人甘愿把钱汇集到这里来,凭借的就是自己牢不可破的信誉。晋商乔贵发在创业的时候,遵循的是仁厚守信的准则,宁亏自己,不亏别人。在包头一带,他把钱预付给那些无力购买生产资料的农夫,让他们开垦田地,还提前付下定金,将他们的收获包买下来,在秋季运出去卖掉,这种风险很大的期货生意造福农民,他也因此而暴富,但也因粮价暴跌而一夜破产,10年心血付之东流。他本可以一逃了之,但他不亏待农民兄弟,把钱如约付光,就一个人踏上迢迢还乡之路。庚子之乱,京津遭劫,票号无一幸免。在劫后暴发的挤兑狂潮中,祁县、太谷、平遥三帮联手应对,倾尽家产,调集资金,上演了一幕惊天动地的“赔得起”的信誉大战。晋商以“博学、腿长有耻(讲信誉)”面世,以“赔得起”闻名,信誉是他们最大的资本。晋商的发展成功,凭借的不是天时地利,而是信誉人和,贯穿在他们商业法则中的人格力量与道德光辉的是不倒的信誉。尽管由于各种不可抗拒的历史原因,晋商衰败了,但象英雄一样倒下。他们的英名象《哥哥走西口》一样悲壮悠扬,荡气回肠。

中国的广东汕头,是四大经济特区之一,取得了骄人的经济成绩,令世人瞩目。但一段时间以来,制假造假,蔚然成风,经济环境恶劣败坏。重创投资者信心,有的避而远之,有的撤资迁厂。欺骗消费者,自食其果,有的商店广而告之,“本店不卖汕头货”,“拉芳”的广告铺天盖地,“爱生活,爱拉芳”老幼皆知,但只笼统地说是广东知名商品,不具体地说是汕头知名商品,厂址不注明在汕头而说在广汕公路旁。汕头一时陷入死寂,经济出现成立特区以来的第一次负增长,给号称“中国犹太人”的潮汕人抹黑。痛定思痛,汕头人深刻地认识到教训所在,成立信用建设办公室,以诚信立市,重塑城市形象,“栽得梧桐树,自有凤凰来”,只要诚信在,经济定能好。

有谁能想到,曾经是美国最大的能源交易公司的安然会在一夜之间倒下,施乐公司自1997年以来就一直在做假,美国第二大长途电话公司世界通信制造了美国历史上最大一起公司财务欺诈案,全球第三大药品制造商美国默克公司虚增收入高达120多亿美元;又有谁能想到,作为“经济警察”的安达信、毕马威等老牌会计公司居然是造假者的帮凶,作为华尔街顶级投资银行的美林公司竟滥用投资者的信任,弄虚作假,被推上被告席。一时间美国大企业诚信危机频频曝光,影响恶劣,使得投资者信心受到重创,股市前景暗淡,美元贬值,经济衰退。投机金融家兼慈善家索罗斯最近一针见血地指出,“美国人衡量一个人是否成功时,并不在乎其道德水平。在世人的心目中,美国倒塌的不仅是世贸中心,连红十字会、神父等圣洁形象都在美国人的心中相继倒下。”

历史是一面镜子,其中诚信格外可鉴。

第二 诚信是经济的基础经济活动的内涵是丰富复杂的,集中地说可以归纳为生产、分配、交换、消费四个环节,仔细分析发现,这四个环节都要以诚信为本。

生产从初始就是社会生产或者说在一定社会形式中进行。如原始人,由于刚刚从猿脱胎为人,个体势单力薄,要征服改造强大的自然界必须团结一体,合群劳动。这正如马克思所说的:“我们越往前追溯历史,个人,从而也是进行生产的个人,就越是表现为不独立,从属于一个较大的整体”【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第2页。】。马克思批评“被斯密和李嘉图当作出发点的单个的孤立的猎人和渔夫”,是缺乏想象力的虚构,这类鲁滨逊式的故事是一种假象,【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第1页。】事实是,“一切生产都是个人在一定社会形式中并借这种社会形式而进行的对自然的占有”。【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第5页。】人们要进行社会生产,就必须以一定的社会形式结合起来,其中诚信就是这种结合的纽带和基础,正如前引《管子》所言:“诚信者,天下之结也”。可以说,诚信使人团结,人的团结不是貌合神离而是心心相应,众志成城,这样才会有社会生产。如果没有诚信,人人疑虑丛生,勾心斗角,面面相觑,互相拆台,就不可能团结合作,共同生产。“分配决定产品归个人的比例(数量)”【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第7页。】。“分配借社会规律决定生产者在产品世界中的份额”【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第12页。】。那么由谁来决定或主持产品在社会成员之间分配呢?实践证明,只能由那些诚信的人、那些大家共同信任的人,他们取得大家的信任,获得大家的支持才有权威,才能定分止争。在任何一个社会都有分配公平的必然要求,因为分配不公,会滋生矛盾,影响团结,妨碍生产,危害社会。但要保证实现分配公平,必须真切计量分配总额,如实考核个人贡献,分配规则让人信服,分配结果各得其所。不难看出,整个分配过程都离不开诚信。

在社会分工的情况下,任何人都只有“一技之长”,难以自食其力,不能自力更生,而必须交换。“交换给个人带来他想用分配给他的一份去换取的那些特殊产品”【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第6页。】。交换是产品的让渡,是物易其主,是等价交换,在选择广泛的情况下,为什么甲乙成交?如何保证交易安全?怎样实现交易等价?依靠的都是诚信,诚信是交易的基础,诚如阿罗所说的:“信任是有效的经济交易的润滑剂”【K. Arrow, The Limits of Organization, New York, Norton 1974, P. 71.】。或如赫希所说的:“信任是许多经济交易所必须的公共品德”【F. Hirsch, Social Limits to Growth, Harvard University Press 1978, P. 78-79.】。没有诚信,交易就没有基础,甚至就没有交易,结果只有哄抢和欺骗。

消费是经济活动的最后环节,但由于是经济活动的终极目的,因而具有关键意义,并对生产等环节具有决定性的反作用,“消费不仅是使产品成为产品的终结行为,而且也是使生产者成为生产者的终结行为。”【《马克思恩格斯选集》第2卷,人民出版社1995年版,第11页。】诚信对于消费十分关键,诚信使人消费,没有诚信就没有消费,如果消费者对于饭馆的食品是否有毒、能否致病、卫生与否、价格高低都缺乏诚信,是没有人去饭馆消费的。吃完再算的饭馆肯定没有明码实价的饭馆消费者多,就是因为前者比后者更缺乏诚信,不值得信赖。其他消费亦

然。消费者是上帝,谁欺骗上帝,上帝就惩罚谁,谁就失去消费者,如果没有了消费,那么生产分配交换诸环节就前功尽弃失去了意义了,从这个角度看,诚信之于消费更为根本。

每种经济形式都有其诚信基础,只是表现方式不同而已。

自然经济是一种以血缘关系为纽带,以狭小地域为局限的经济形式,这种经济形式决定了这种社会是一种“熟人社会”、“小社会”。这种社会有其特定的信用基础。

在自然经济时期,人们生活在一村一屯,朝夕相处,都是熟人。既然大家是熟人,相互知根知底,由熟悉产生信任,由信任产生信用。“我们大家是熟人,打个招呼就是了,还用得着多说么?”高度的熟悉产生高度的信任,高度的信任产生高度的信用,高度的信用是无条件的,但“这种信任并非没有根据的,其实最可靠也没有了,因为这是规矩”,“对一种行为的规矩熟悉到不加思索时的可靠性。”【费孝通:《乡土中国》,北京大学出版社1998年版,第10页。】当然,在现实中也存在由熟悉而轻信的情况,还存在“杀熟”的现象,但相比“杀生”来说,还是少得多,最起码乡里乡亲的,“杀熟”六亲不认,不仁不义,骗了一次没了下次,以后再有什么事就没有人逢了,没有熟人了这等于自绝于人,等于自杀。熟人社会之所以是熟人社会,一个重要的原因是流动性小,由于各种条件的限制,人们长期生于斯长于斯死于斯,即使偶尔流动,也要叶落归根,故土难离。流动性小对人是一种有力的束缚,束缚住了人本身也就增加了信用,这叫“跑得了和尚跑不了庙”。张三借钱给李四,不用担心李四会跑了,李四是跑不了的。也正是因为流动性小,不能“打一枪换一个地方”,骗一把走人,换个地方再骗,“此处不留爷自有留爷处”。人们几乎没有别的去处,“无路可逃”,所以格外珍惜在本乡本土的信用名声。一旦坏了自己的信用名声,就得一辈子在本地抬不起头来,甚至还会殃及子孙后代。长居本地的居民远比流动频繁的人们讲信誉。

在熟人社会,人们祖祖辈辈厮守在一起,血缘关系是斩不断的纽带,是世界上最牢固的信用。张三借钱给李四,等于同时借钱给了李四之子之孙,即使李四还不上,也没关系,“父债子还”,还有李四之子之孙呢!“子子孙孙无穷匮也”,信用不倒。也正是这种牢固的血缘纽带,把祖祖辈辈的命运联系在一起连坐在一起,荣辱与共。如果老子信用名声好,会荫及子孙,如果老子信用名声不好,会连累子孙。因此,每一个人的行为都不是一锤子买卖而是长期博弈重复博弈,要保证下一次还有人同自己打交道,就必须讲信誉。

小社会,“鸡犬之声相闻”,人们“低头不见抬头见”,大家都生活在对方的视野之内,众目睽睽,一个人的所作所为都处在大家的眼皮底下,在这种小社会几乎无隐私可言,这就形成了一种有力的监督机制,“要想人不知,除非己莫不为”。在这种小社会里,人们不敢欺骗,不敢失信于人,而会比较自觉地维护自己的信用。越是小社会,信息传递越是快捷,越是绘声绘色。如果一个人欺骗失信于人,“闲言碎语”一传十,十传百,众所周知,那么这个人就会成为众矢之的,“过街老鼠人人喊打”,无安身之处。这样人们就不得不把信誉视为安身立命之本。

计划经济是一种以公有制为基础,以政府为主导、以计划为指令的经济形式,这种经济形式也需要信誉,但这种信誉主要是建立在外加的政治宣传和道德说教上,如人民是国家的主人,国有资产归全民所有,政府是人民的公仆,全心全意为人民服务,人们应爱岗敬业、爱厂如家,等等,因缺乏客观基础和内在必然而浮于表面,只是由于模糊利益界限而使信誉问题不很严重,但终究会酿成信誉危机。从根本上说,计划经济阻碍信誉的建设。

计划经济只能建立在公有制的基础上,公有制是计划经济的物质基础,公有制的本义就是公共财产归公共所有即全民所有,但全民并不能人人亲自参与对公共财产的经营管理,而只能由其代表或代理人代为进行,这个代表就是政府——一层次的政权组织,政府对公共财产的经营管理不可能事必躬亲而只能层层委托代理以及对这种委托代理的监督干预上,这种监督干预主要是通过计划而进行的。公有制、政府、计划三位一体构成计划经济,但也解构了计划经济所应需的信誉。

在计划经济体制下,“一大二公”、“越公越好”,结果就是模糊产权,表面上你有我有他有全都有,但实质上分不清你的我的他的,只有一个抽象的总有,没有一个具体的所有。人是个体的,只能为看得见摸得着的具体所有而努力,人们只有为自己做事时才会讲信誉,只有同自己权益密切相关时才会有信誉。模糊了产权,就模糊了信誉,也淡化了信誉,人们是不会珍惜一个抽象虚幻的东西并对它讲信誉的。只有产权清晰,利益明确,才会有等价交换,人们只愿意同有信誉的人交换,这样信誉才能突出强化建立起来,而产权不清,利益不明,滋生平调互用,左手挪右手,“一家人不说两家话”,什么信誉不信誉,混水摸鱼,“肥水不流外人田”,没什么损失,不必讲信誉。

人是一种生物性存在,首先要解决衣食住行然后才谈得上其他一切。人必须占有一定的物,享有一定的产权,这是人安身立命之本。人有了产权,能安身立命,才会有信誉,没有了产

权,不能安身立命,还要信誉干什么?传统的公有制是“大锅饭”,越吃越少,最后无饭可吃,人们难以安身立命,搞饭吃是第一要紧,有饭吃就行,那顾得上信誉不信誉。物质决定精神,人的独立性建立在物的依赖性的基础之上,信誉更多的是一种精神追求,属于精神境界,是由物质基础决定的。“仓廩实而知礼节,衣食足而知荣辱”,物质都没有了,怎打得起精神来?饥渴起盗心,一个饿死鬼是不会讲信誉的。人类生存在一个物质资源稀缺的世界里,另一方面人类的生产力远没有达到能够完全满足自身需要的水平,这就决定了人类的生存环境必然是一种“僧多粥少”的困境。在这种困境中,难免你有我无,甚至你死我活,财产是人们的命根子,都想据为己有,有这样那样的私有本能。都想归己所有,人有归属感,产权就是某物归属某人所有的权利,人也要求某物归属某人,产权有了归属,信誉才有归宿。传统的公有制“大公无私”,“狠斗私字一闪念”,极大地模糊了产权归属,产权不归我,信誉不归我,人们干吗还要讲信誉。

人不同于别的动物,吃饱喝足了就不思进取,无所事事。人的物欲是无穷的,正是这无穷的物欲不懈地激发和维持着人们的主动性积极性和创造性,去持久地创造财富。这种长远的打算、持久的努力正是信誉的重要根源。但这一切都只有在产权明晰,人们自己为自己努力,结果归自己所有的条件下才成为可能。传统的公有制,恰恰模糊了产权,人们先公后私甚至大公无私,先人后己甚至毫不利己,不是直接为自己努力而是为大家努力,结果不是直接归自己所有而是归全民集体所有,这不适合人的自我本性,人们哪会长远打算,哪有持久努力,这样信誉的根源就丧失了,即所谓的“无恒产者无恒心,无恒心者无信誉”。

计划经济是一种政府主治的经济。政府权力大而不当,缺乏必要的约束,政府权力直接配置社会资源,直接决定人们财产利益的得丧变更,权力是发财致富的法宝,有权就有钱,有信誉未必有钱,信誉算不了什么,寻租权力远比建设信誉有利于发财致富,这样权力吸引了人们的全部注意力以致于无暇顾及信誉。并且在这种体制下,信誉不信誉,谁有信誉谁没有信誉,也由政府说了算。

政府权力过大,人治盛行,言出法随,滥加干预,主观臆断,瞎指挥,社会经济深受个人乖张任性的影响,人们不是在预测市场行情而是在摸清领导脾气,只要摸准了领导的脾气并投之所好,领导大笔一挥,就什么都有了,还要信誉干什么?

在计划体制下,政府支配一切,企业个人隶属于政府,没有独立的人格,没有自由意志,是政府说了算,企业个人在听从,不能决策,也不负责,谈不上信誉问题,有信誉问题也是政府的信誉问题,不是企业个人的信誉问题,人民的政府还不讲信誉吗?企业个人算老几。服从政府命令事大,企业个人有没有信誉事小。

在计划体制下,政府决定政策,而政策主导着人们对未来的预期。由于这种政策模糊不清,缺乏透明性,捉摸不定,政府官员可随意解释和执行,使得人们顾虑重重,无所适从,只好“摸着政策过河”,走一步看一步,得过且过,重要的是钻政策的空子而不是建设信誉。加之有的政策变化不定,朝令夕改,甚至出尔反尔,今天合法的事明天就不合法,今天归你的东西明天就不归你,政策一变,前功尽弃,那么投资者、企业就会对未来缺乏信心,缺乏稳定预期和长远打算,于是抱着能捞一把捞一把的心态经营企业,这样的企业自然不会讲信誉。

在计划体制下,政府既是最大的卖主也是最大的买主。政府作为买主,是花别人的钱为别人买东西,因而是不会在乎产品是否假冒伪劣,也没有积极性去查办假冒伪劣,他们甚至还会与卖者合谋,故意购买假冒伪劣产品,然后搪塞给用户或者命令分配给用户,很多事后揭发的假冒伪劣产品以前都曾是政府认定(评)定的优质产品,得过政府大奖,授过荣誉称号,如此等等,不一而足,真是滑天下之大稽,让人哭笑不得。当企业通过搞掂政府官员销售假冒伪劣产品赚大钱的时候,谁还会注意在市场上的信誉呢?某些政府官员关心的是给予自己的好处,而不是产品是否优秀,企业努力的方向在于搞掂了政府官员而不在于生产优秀产品,只要搞掂政府官员产品不优秀也能卖出去,反之产品再优秀但没有搞掂政府官员也卖不出去。因此问题在于有没有官场关系而不在于有没有信誉,信誉值几个钱?与政府官员相比,不值一提。

在政府主治的体制下,如果政府有信誉那也好办。但政府并非全智全能,政府高高在上,与身处其中的当事人相比,更不了解具体情况,政府要天下事事关心,与只关己事的当事人相比,注意力更分散盲点更多,因此政府在管理过程中常常陷于错误,要管理得当绝非人间智慧和知识能做到。可以说政府管理得越多就会管理得越糟,管理得越糟就越没有信誉。此外,政府总是通过其官员来具体化的,政府的信誉建基于政府官员的信誉。但由于在传统体制下政府官员是自上而下任免的,上级根据自己的好恶与自己的关系来任免,下级只要讨好上级就能官运亨通,不必对下负责,也负不了责,这就是所谓的“不跑不送,原地不动。只跑不送,平级移动。勤跑多送,提拔重用。”信誉来自竞争,没有竞争就没有信誉,经济如此,政治也如此。政府官员不竞争(选)就没有信誉,最终政府也没有信誉。

在计划体制下,计划为本,计划至上,唯计划重要,计划的性质决定着社会经济的性质及信誉状况。计划主要是指指令性计划,计划就是命令,必须严格服从执行,服从执行计划是人们的神圣使命,唯计划是从,其余在所不问,包括信誉。信誉依附在计划上,变成了服从执行计划就是讲信誉就有信誉,否则就是不讲信誉就是无信誉,计划成了考核信誉的根据。计划是社会资源配置的主导,计划统收统支,“大锅饭”,不开小灶,收支不独立核算,不与人们利益直接挂钩,人们就成了局外人,事不关己,高高挂起,谁还会去关心信誉问题,信誉问题本质上是收支独立核算的结果,是利益比较的产物,人们为了保证收大于支,争取比较利益才努力去建设信誉。计划统购统销,人们生产的产品由国家统购包销,“皇帝的女儿不愁嫁”,讲信誉实属多此一举。其实信誉是逼出来,存在巨大的产品销售的市場压力,如不讲信誉产品就卖不出去,就不能实现“从商品体到金体的惊险跳跃”,商品就会变成无用的东西,相应地人也会变成无用的人。计划统分统配,平均主义,分配你多少就是多少,多劳不多得,少劳不少得,讲信誉岂不是自讨苦吃。讲信誉是高标准严要求,就得多劳,自然也要多得,但多劳不多得,不患寡而患不均,讲信誉而多劳是非理性的,讲信誉而多得是不道德的。

在计划体制下,一切信誉都归结在计划上,要是计划有信誉那就一切迎刃而解了。但遗憾的是,由于计划高度中央集权,中央计划的制订需要全社会的信息,这种信息的搜集分析处理就大大超过了人类有限的理性能力,难以做到,即使能搜集分析处理全社会的信息,但这种信息从社会基层传递到社会顶层作出计划,然后从社会顶层下达到社会基层予以执行,环节重重,颇费周转,旷日持久,难以适从,计划没有变化快,计划者成了“没有乐谱的即兴指挥家”,瞎指挥在所难免,也到处可见,加之中央计划一旦失误,大灾大难事关宏旨,影响大局。实践证明,传统计划信息不足,计划不准,预测性差,自然也就信誉不高,无从适应,瞎指挥,自然没有足够的威信,屡屡失败,祸国殃民,人们深恶痛绝,难以取信于人。可以说在传统体制下,计划已信誉扫地。

市场经济作为一种高级复杂的经济形式,有种种性质,这种种性质都与诚信有关,都要求信用。实质说来,信用问题是自市场经济才开始真正提了出来并重视起来,人们才深刻地认识到市场经济本质上是信用经济。

市场经济是一种外向经济,因为商品是为别人生产的,总是要外卖的。从市场经济的产生和发展来看,其重要条件之一就是“把个人从家庭联系中揪出,使家庭成员相互之间变得生疏,并承认他们都是独立自立的人”【黑格尔:《法哲学原理》,商务印书馆1982年版,第241页。】“把人彼此当作外人”。在历史上,“商品交换过程最初不是在原始公社内部出现的,而是在它的尽头,在它的边界上,在它和其他公社接触的少数地点出现。”【《马克思恩格斯选集》第13卷,人民出版社1962年版,第39页。】可见,市场经济一开始就是在陌生人之间进行的,市场经济越发达,卷入的陌生人越多,市场社会是一个陌生人世界。在这种社会里,与在熟人社会里不同,人们相互不知底细,互相猜疑。在这种情况下,就用得着多说了,谁能打消他人的猜疑,获得他人的信任,谁就能获得市场机会,取得经济成功。不难看出,在陌生人世界,是以信取人,诚信是陌生人之间的亲和力,信用是化陌生为剂。

市场经济是一种商品经济,商品是市场的核心,商品的本质决定着市场经济的本质。商品的本质是为了出卖,为了交换,为了流动,商品的流动构成市场经济的大动脉。随着商品的流动,带动人的流动、社会的流动,市场社会是流动性社会。流动性社会与非流动性社会大有不同,人们走南闯北,流动频繁,云游四海,流域广阔,不仅可以“打一枪换一个地方”,东骗一把西骗一下,而且“跑得了和尚跑得了庙”,不愁没有去处。在这种情况下,那种以地域限制为基础的信用就乏力了,人们也不在乎别人的闲言碎语,听不下去一走了之,在一个流动性社会人们敢于做一锤子买卖,较不讲信用。但另一方面,正是因为大家都知道人们较不讲信用,心存戒备。为了防止他人逃之夭夭,因而格外关注相关当事人的信用,人人都格外关注他人信用,整个社会的信用就突出了提高了。诚信是人们纵横天下的指南针,信用是市场流动的通行证。

市场经济是一种交易经济,交易是分工的产物,交易是互通有无、取长补短,是分工优势的综合利用和发挥,因而提高效益。但人所共知,交易是有成本的,即交易成本,交易成本的产生有许多原因,其中一个重要原因就是诚信危机信用危机,诚信危机信用危机的存在大大增加了交换成本,如果没有诚信危机信用危机,交易成本就会大大减少甚至没有交易成本。例如,正是因为存在诚信(用)问题,所以人们在从事交易时就要花很大力气去了解相关交易主体的诚信(用)情况,要睁大眼睛去甄别各交易主体的诚信(用)度,要努力寻求谨慎选择诚信(用)高的交易主体,如果各交易主体都是诚实信用者,人尽可交,不必挑三拣四,那么上述种种举措就纯属多余了。正是因为存在诚信问题,各交易主体不能实话实说,不知对方的底牌都在博弈,因而要交涉谈判、讨价还价。如果各交易主体实事求是如实说出交易条件,那就不必多费口舌、勾心斗角了,而可一拍即合,省心省力。正是因为存在诚信(用)问题,有人会见机行事、见风使舵,

视承诺为儿戏,口是心非,会出尔反尔,因而才存在交易安全问题。如果大家都诚实信用,一诺千金,坚贞不移,说到做到,做到做好,那么就没有交易安全问题了。正是因为存在诚信(用)问题,有人会前诺后违,拒不认账,所以才怕口说无凭,要白纸黑字,一清二楚,还不放心,要签字画押,提供担保。如果人人诚实信用,有约必践,有诺必兑,言必行,行必果,那就没有交易纠纷了。正是因为诚信(用)出了问题交易才出现问题,而许多交易纠纷问题的解决其实就是解决诚信(用)问题,即强制履行先约、兑现承诺、并对诚信(用)加以强调。与其被人强制诚信(用)不如自己主动诚信(用)。诚信(用)贯穿于整个市场交易,是市场交易的基础,也是便利市场交易的润滑剂。

市场交易都是在一定时空下进行的,一般来说,时空越大交易越难,因为安全越低。但现代市场交易无论在时间上还是在空间上都大大扩大了,有的甚至发展成为全球化跨越时空的世界贸易。这是什么原因呢?应该说是信誉促成的,信誉缩短了时空的距离,加强了市场交易的安全,坚固了市场交易的纽带。比如人寿保险,现在投保,多年甚至几十年后才能受益,并且投保人死后由他人受益,怎样保证受益人受益呢?从而如何激励人们去投保呢?靠的就是信誉。如果缺乏信誉,投保如同打水漂,谁还敢投保?再如证券投资,先投资后回报,有一个时间差,怎样才能保证经营者不骗钱不乱花,投资者到期能收回本利?靠的也是信誉。如果缺乏信誉,经营者是圈钱的骗子,公司是“绣花枕头”,包装上市,那么谁还敢投资?投资者信心受挫,资本市场就会萎缩。还有货物买卖,买卖双方,天各一方,相距遥远,有时还不曾谋面,在这种情况下,怎样保证交易安全?买方把款打过去,卖方把货发出来。如果缺乏信誉,买方担心款打过去了货收不回来,卖方担心货发出去了款收不回来,相互猜疑,暗中算计,就难成买卖。从这里可以看出,是信誉在扩大市场,信誉越好,市场范围就越大,没有信誉,市场就会萎缩,所以信誉是市场滋生的财产婆,是市场扩张的加速器。其实,正是由于市场交易时空的扩大才更加强调信誉,信誉本来就是一种长远利益,只有那些积极考虑长远利益的人才有动力建立信誉,那些干一锤子买卖的人只顾眼前利益不顾长远利益,是不会讲信誉的,也不用着讲信誉。市场交易时空的扩大也是对信誉的真正考验。套用一句话,可以说,路遥凭诚信,日久见信誉。

市场交易是择优交易,人们都愿意同优者交易,因此,人们要在市场交易中受到青睐就必须使自己成为优者。而优者是分工造成的,因为“人类把注意力集中在单一事物上,比把注意力分散在许多种事物上,更能发现达到目标的更简易更便利的方法。分工的结果,各个人的全部注意力自然会倾注在一种简单事物上。”【亚当·斯密:《国民财富的性质和原因的研究》上卷,商务印书馆1997年版,第10页。】这样,各人从事各自擅长的工作因而大大提高效益,所以亚当

斯密说:“劳动生产力上最大的增进,以及运用劳动时所表现的更大的熟练、技巧和判断力,似乎都是分工的结果。”【亚当·斯密:《国民财富的性质和原因的研究》上卷,商务印书馆1997年版,第5页。】马克思认为:“一个民族的生产力发展的水平,最明显地表现于该民族分工的发展程度。”【《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1995年版,第68页。】。只有参与分工,各擅所长才能成为优者。随着分工的越来越深化精细,非毕其功于一役,不可能精于此道,立足该行,四面出击,全能冠军是不存在的,“样样通样样松”,打一枪换一个地方,游击战术,没有“根据地”,也难以立足。同时随着分工的深化精细,渐行渐远,隔行如隔山,每一个人都是单向发展的人,都是只有一技之长的人,在本行业是优者,在他行业即是劣者,从一个行业转到另一个行业如同跨越千山万水。分工是一种专业化、特定化,也是一种限制、约束,入行就象出身一样,只能“从一而终”,不可跳槽改变。这就使得人们只能长期处于某一特定行业从事经营活动,结果就是使长期博弈成为可能和必要。长期博弈是信誉的基础,一锤子买卖是没有信誉可言的,艾克斯罗德反复强调“关系的持续性”是信誉的基础因而也是合作的基础,他说:“合作的基础不是真正的信任,而是关系的持续性。”【艾克斯罗德:《合作的进化》,上海人民出版社1996年版,第72页。】。市场经济是一种信息经济。信息是人们经济活动的基础,是人们经济活动的指南,没有相应的信息,人们的经济活动就寸步难行。人们的经济活动怎样在很大程度上取决于信息如何,一般来说,信息越充分,人们的经济活动就越果敢,信息或缺乏,人们的经济活动就越迟疑。正是因为存在信息问题,才使得人们的经济活动成为一种博弈活动——在信息不充分的情况下互动的人们如何理性选择,在某种意义上可以说,信息问题决定经济问题,要解决经济问题,一个重要的方面就是解决信息问题。

由于人并不是全智全能的,在很多情况下是无知的,特别是在纷繁复杂瞬息万变的市场社会,任何人都不能充分了解详尽把握市场信息,市场经济是一种无知经济,存在着大量的信息不充分、信息不对称问题。如在卖者与买者之间,在大多数情况下,卖者知道的信息买者不一定知道,在少数情况下,买者知道的信息卖者不一定知道。还有股民与上市公司之间,即使上市公司不包装打扮,股民对于上市公司的技术水平、管理能力、信用等级、经济业绩等都不甚清

楚。如果信息不对称达到严重程度,就会使市场萎缩甚至消失,因为买卖双方信息严重失衡,谁还敢买卖东西?如果股民对上市公司一无所知毫无把握,谁还敢投资?尽管信息不对称始终存在,但现实生活中还是存在买卖,还是有人买股票,原因就在于还存在信誉。信誉是对信息的补救,信誉本身就是一种重要的信息,可以说是信息不足由信息来补,信誉是人们在无知世界中获得的有限知识,是人们在不确定社会中获得的不稳定,信誉给人们以信心信念,使人们有信心共同应对不充分的信息和不确定的未来。相比而言,信誉比信息更重要,信誉有好坏之分,关键在于谨慎选择,而信息总是不充分的,无可选择。人们会选择信息不充分而信誉好的为伴,而不会选择信息较充分但信誉不好的交易伙伴。这就说明,信息越不充分,就越需要信誉。

在当代社会,广播电视报纸铺天盖地,网络通讯四通八达,可谓“沟通无极限”,不愧为是信息社会,信息传递迅捷全面。在这种情况下,一个人不讲信誉,传播开来,立马满城风雨,妇孺皆知,人人喊打,无处藏身,真可谓失信誉失天下。信息传递迅捷全面是一种监督机制,有助于人们视信誉如生命,不敢稍加懈怠,而要倍加珍惜。

市场经济是一种竞争经济,在市场竞争中,人们都愿意选择信誉好的合作伙伴,而不愿同信誉差的交易主体打交道,有信誉者才有竞争机会,无信誉者无竞争机会,市场竞争优胜劣汰,核心之一就是信誉好者胜信誉差者汰,激烈的市场竞争迫使人们去建立良好的信誉。因此,竞争产生信誉,竞争需要信誉。

市场竞争是逐渐展开的,从价格竞争进到质量和服务竞争,再进到技术竞争,最后到信誉竞争,竞争在不断加强和提高。前者是单方面的竞争,后者是综合竞争,前者是一时的竞争,后者是长期的竞争,前者是物质技术竞争,后者是精神文化竞争,前者是低层次的竞争,后者是高层次的竞争。价优、质量好、技术先进未必就信誉好,但信誉好必须价优质量好技术先进,缺少哪一项都未必信誉好。所以,市场竞争归根结蒂是信誉的竞争,没有信誉的竞争只能是局部的竞争、一时的竞争、物质技术的竞争、低层次的竞争,最终没有真正的竞争。

信誉是竞争主体最强大的资本,最良好的形象,最无穷的魅力,最长远的利益,最高明的策略,良好的信誉本身就是竞争优势,信誉能够赢得竞争,也必须凭借信誉才能赢得竞争。

市场竞争,是利益的得丧变更,是生死存亡之争,在残酷的市场竞争中越发需要信誉,在此严峻考验面前,方显信誉本色,竞争是考验信誉的试金石,真正的信誉是竞争的信誉,处在竞争中。信誉高于竞争重要于竞争,竞争应服务服从于信誉,竞争是为信誉而争,竞争应在信誉的统帅指导下进行,不能脱离信誉而竞争,不讲信誉的竞争是恶性竞争,是不正当竞争。信誉是评判竞争是否得当的重要标准,只有着眼于信誉的竞争才是真正的竞争,没有信誉的竞争要坚决予以取缔。

市场经济受一只“看不见的手”的支配,这只手看不见,摸不着,因而人们控制不了,市场中的人们无法控制自己的命运,始终处于不确定状态、不安定境地,天有不测风云,人有旦夕祸福,充满着风险,市场经济是一种风险经济。

市场经济险象环生,同陌生人交易怕“杀生”,让渡权益怕有去无回,由于投资与回报不是同步的,怕“秋后算账”;由于信息不对称,怕蒙在鼓里上当受骗,等等。其中资本不同于劳动力,土地等生产要素,风险更大。劳动者可以一走了之,随时跳槽,而资本很难撤出或转产,即使能也要付出很大的“沉淀资本”,劳动者失业,但还是“一条汉子”,仍能东山再起,但资本一旦失败,就一败涂地、一文不名,劳动者失业并非总是坏事,尚可增加人生经历积累经验,而资本一旦失败,更多的只是惨痛的教训。土地是不可再生资源,具有稀缺性,其稀缺性使其不断升值,而资本既可再生也可消失,既可增值也可贬值,可以一夜暴富,也可以一落千丈、一钱不值;土地可以不断改变用处,“留得青山在,不怕没柴烧”,而资本往往“从一而终”,一次用完即完;土地是有形的,往来清清楚楚,而资本无可名状,可以消失得无影无踪。可以说,资本市场的风险是市场经济最大的风险。

市场风险各种各样,但归结起来无非两大类,一是“天灾”,这是不可抗力,只能听天由命;一是“人祸”,这是人为造成的,可以由人控制。人们应当竭力去控制消减“人祸”去弥补战胜“天灾”,这就是人定胜天的内容和意义之一。在市场社会,人们看不见那只支配人们命运的手,但看得见受那只手支配的人们的心,即人们的商业良心,那就是诚实信用。如果人人都诚实信用,那就没有了人祸,一分为二的世界就有了一半的安全,人们立于不败之地,信用使人心心相应,万众一心,变“人祸”为“人和”,定能战胜“天灾”。

市场经济是火中取栗,是向风险挑战,需要人们的冒险精神。但冒险精神不是无谓牺牲,更不是自取灭亡,100%的风险,无人去冒,只有在风险与安全、失败与成功、付出与回报、损失与收益并存同存在的情况下,才有人去冒险,冒险精神实质上是险胜精神。

哪里有风险哪里就要信用,越是有风险就越要信用,信用是降低风险的安全阀,甚至可以说

信用是风险世界中人们的救星。信用赋予人们应对风险的信心,激励人们的冒险精神,促进市场经济的发展。降低风险是寻求经济发展的重要举措,信用是经济发展的激励机制。

第三节 诚信是法律的基础法律是人的行为规则,法律要调整人的行为,必须扎根因应人的行为。那么,人的行为有什么性质呢?人的行为的性质是由人的本性决定的。

正在脱离动物界的类人猿,脆弱无能,势单力薄,面对强大严酷的大自然,仅靠个人能力,单打独斗,难以立足,只有成群结队,才能生存发展下去,这正如恩格斯所说的:“我们的猿类祖先是一种群居的动物,人,一切动物中最爱群居的动物,显然不能从某种非群居的最近的祖先那里去寻求根源。”【《马克思恩格斯选集》第4卷,人民出版社1995年版,第376页。】在劳动过程中,猿类不断向人进化,猿类越是向人进化,这种合群的本性越是增强,这正是恩格斯所指出的:“劳动的发展促使社会成员更紧密地互相结合起来,因为它使相互支持和共同协作的场合增多了,并且使每个人都清楚地意识到这种共同协作的好处。”【《马克思恩格斯选集》第4卷,人民出版社1995年版,第376页。】当猿类进化成为人时,人的本质就成型了,这就是马克思所说的:“人的本质并不是单个人所固有的抽象。在其现实性上,它是一切社会关系的总和。”【《马克思恩格斯选集》第4卷,人民出版社1995年版,第56页。】

人作为一种社会动物,也是由分工决定的。人一出生就被分工,如性的分工,这是最原初的分工,但也是最彻底的分工,任何人都不能独自完全满足自己的性需要,而必然本能地去找寻自己的另一半,要与之结合在一起。随着社会分工越来越深细,个人也就越来越片面化,越来越成为单向度的人,局限为只有一技之长的人,不能自食其力,自力更生的人。任何人仅靠自己都无法满足自己的全部需要,而必须依赖别人,同别人交易,互通有无。这样,别人都是自己手脚的延伸,都是自己的衣食父母,都是自己生存发展所必需,每一个人都内在需要他人而不是拒斥他人,人与人之间有一种内在的亲合力,这种亲合力是把人联结组成社会的坚固纽带,人被社会化了,人是社会人。

作为社会化的人,人生活在社会中,人的行为具有社会性,即不仅关涉其本人而且影响他人,每一个人的行为都影响着他人,每一个人的行为都可能是他人据此行为的基础,每一个人都根据对他人行为的预测而行为,人们的行为是涉他的、互动的、协力的,整个社会秩序就是建立在人们对各自行为的相互预测和协调上,只有当人们的行为准确地传递出确定的信息,“言必信、行必果”,他人可以确切预测并协调行为时,社会才是有序的。人们也经过长期反复的博弈,发现合作是大家共同的最佳选择,人们从中受益也最大。在人们行为相互影响的情况下,你影响别人,别人影响你,利人利己,害人害己。如果人们的行为乖张无常,不可预测,那么人们的行为就会混乱不堪,社会也会无序失范。这就是说,人的行为应该是诚信的。

“信者,行之基也”,人的行为本质上是诚信的,这直接构成法律的基础。法律作为一种明确肯定的规范,无非是使人的行为更加确定,法律赋予人们的行为以拘束力,要求人们对自己的行为负责,法律作为一种普遍性规范,就是使人们能更确切地预测。正是因为法律是由国家强制力保证执行的,不是儿戏,所以人们高度相信人们会依法行为,这样人们才能在基本方面摆脱“囚徒困境”,获得必要的行为自由。法律是一个社会最大的诚信,是其他诚信的基础,法律是诚信的代名词,法无信不立。如果一个社会连法律都不诚信,那么这个社会就信用扫地了,如果人们连法律都不相信,那么人们就什么都不相信了。

法律是一种一般性规范,对其所调整的社会关系只作大致的规定,“不苛细小”,这正如丘*#所说的:“法者存其大纲而其出入变化固将付之于人”。无论多么严密完善的法律都不可能规定无遗,而且法律规定得过于严密无遗也未必是好事,“法深无善治”。法律不但存在漏洞,而且还有空白,留待填补。

填补的方式主要有两种,一是合同,如果说由国家制定的法律规定大政国是的话,那么合同就是当事人在此基础上就法律未尽的有关事情的细枝末节加以补充规定。但合同也只能规定当事人的基本权利义务而不能完备无遗,有的甚至根本无从规定。如委托合同,其基础就是当事人之间的信任,要求受托人本着诚信原则勤勉尽心为之,尽到“善良管理的义务”。但至于什么是“勤勉尽心”、“善良管理”,合同无法规定。这就是说合同不能填补法律的所有漏洞和空白,还必须其他的填补方式,这就是上面所昭示的诚信信誉。合同与信誉存在着密切关系,合同的存在本身就是信誉不足或者缺乏的表现,因为人们信誉不足或缺乏信誉,所以人们要订立合同,并且合同要订得很详细很完备,大事小情尽量订得一清二楚,想法设法堵死一切漏洞,不留空子可钻。这种合同也许是完备的或者完善的,但也是代价高昂的,大大增加了交易成本。如果人们有信誉,合同当事人相互信任,合同就可以大大简化,从而大大节约交易成本。从这里可以看出合同是失信的无奈,而信誉是合同的填补。

法律作为人的行为准则,管得住人的身但管不住人的心,只能监视一个人的行为是否合法,但无法监督一个人的心灵是否道德,法律无法直入人心,是内心的门外汉,无力透视人的心灵。就此而言,很多法律只及皮毛不及根本。但许多法律问题的解决又往往归结为心理问题,心理问题解决了就没有了行为问题,没有了行为问题哪有法律问题,人人尽为尧舜,心纯身正,还需要法律干什么?其实,人们的种种法律设置都不过是通过法律对人的外部行为的调治进而影响教化人的内心,这是一个由表及里,由身向心的心路历程,法律的困境是法律无法洞开心扉但又必须推身及心,法律所要探究的核心是身心问题,防止人们身心不一,如身是心非,或者口是心非,做到心身统一,心诚身信是法律的使命。

人是一种精神动物,心是身之根本,心是身之主宰,有什么样的内心世界就有什么样的外部行为,要有良善的外部行为首先要有高尚的心灵境界。法律是行为的底线强制,但对于尽心做事来说还远远不够,在很多时候还得“凭良心办事”,还要诚信信誉的崇高要求,守法是消极的,守信才是积极的。法律与诚信双管齐下,才能身心并治,没有诚信,法律只能治人身但不能治人心,这是背本趋末的。

法律是由大量的法律条文构成的,这大量的法律条文不是杂乱无章的而是逻辑统一的,有其共同的精神,这种精神就是诚实信用。诚实信用是法律的宗旨,许多法律都是为了保障诚实信用而设置的,目的都是为了促使人们诚实信用,诚实信用是法律的源泉,如果人们都能诚实信用,那么法律就可以大大减少甚至不需要法律了,正是因为人们做不到,才需要设立各种法律规定加以防范,从这种角度看,诚实信用的不足或缺乏导致了法律的不断滋生和复杂,诚实信用是对法律的补救,许多法律都是对诚实信用的具体化,诚实信用是最高效力的法律,即所谓的“帝王条款”。

诚实信用之所以是“帝王条款”,是由法律的内容决定的,无论是法律的主体制度、权利义务,还是责任制度都显示出诚实信用在其中的“帝王”地位。

法律的主体制度核心是要求人们做一个诚实信用之人。如公民,特别是有行为能力的公民,有关于年龄的规定,是因为人的心智发达程度与人的年龄相关,目的是要求有思维能力和行为能力,并且要求内心意思与外部行为相一致——诚实信用,如果没有思维能力和行为能力,不能判断和预见自己行为的法律后果,谁还能(敢)信他(她)?如果身心不一,言行不一,口是心非,出尔反尔,哪有信用?人无信不立。再如法人,要求“(一)依法成立;(二)有必要的财产或经费;(三)有自己的名称、组织机构和场所;(四)能够独立承担民事责任”。这些规定的目的核心就是保证法人是诚实信用之人,合乎这些规定的法人才是诚实信用之人,才能取信于人。试想,如果不合法会被取缔,谁还敢与之交易,人们是不会相信非法之人的,如果没有“必要的财产或经费”,“皮包公司”,怎么会有信用?信用来自财力,财力是信用的保障,“认钱不认人”,没有财力就没有信用,如果没有“自己的名称、组织机构和场所”,查无此人,下落不明,无影无踪,谁还敢信?只有叫得出、看得见、找得着的人才有信用,如果不能“独立承担民事责任”,哪会有信用?信用问题归根结底是责任问题,责任是信用的试金石,能独立承担责任才有信用,不能自负其罪,推卸逃避责任,断无信用可言。

权利义务是法的核心,法律其实就是关于权利义务的规定。但这种规定只能是大致的不可能详尽无遗,加之情形繁杂,变化无常,不可预测,难以把握,因而法律无法一一规定。如所有者与经营者之间的权利义务,股东与董事之间的权利义务,特别是经营者、董事的权利义务就只能大致规定而无法具体规定,只能要求经营者董事做一个“善良家父”,爱人如己,象对待自己的事情一样去对待别人的事情尽心尽力而为。但这是一个无法具体考量的问题,也是一个无法有效监督的问题,因为别人无法钻到他的心里,即使钻进去了也难以探知他心里怎么想的,这是天不知地不知外人不知只有他自知的事情,这是封闭的高度意思自治的事情,只能由他自己去裁处,这是一种良心活,全凭良心办事。这种权利义务能否最好地实现就取决于当事人能否做到诚实信用了。权利义务的依法实现是必要的,但又是不够的,依法实现犹如例行公事、例行他事一样,难免走形式、敷衍了事,远不如办理私事、处理己事那样高度认真、恪尽职守、竭尽全力,但又于法无据,法不可究。可见权利义务要实现得尽量美善,就不仅是一个法律问题而且是一个道德问题,关键在于做到诚实信用,所以,《法国民法典》第1134条规定:“契约应以善意履行之”,《德国民法典》第242条规定:“债务人负有义务依诚实和信用,并参照交易习惯履行给付”,《日本民法典》第1条规定:“权利行使及义务履行应遵守信义,且诚实为之”,《瑞士民法典》第2条规定:“任何人都必须以诚实信用的方式行使其权利和履行其义务”。

法律是由国家强制力保证实施的有约束力的行为规则,其表现就是法律责任,无责就无罚,无罚就无法,责任制度是法律的重要内容。责任制度的核心是人的内心意思,法律要责其行从根本上说首先要服其心,只有当人们对自己的行为从内心思想深度自觉地自责、内疚、忏悔,

从而真诚地、自主地认错、悔改、赎罪、补过时,当事人才能自觉认同、主动承担、积极履行责任,不难看出,这一切其实正是本于诚实信用。如果人们都能一人做事一人当,自己对自己负责,并且勇于承担责任,也就是做到了诚实信用,那就解决了责任,没有什么责任问题了。但遗憾的是,在法律责任面前,并非人人都能诚实信用,更多的是逃避推御法律责任,这给司法机关带来了许多困难,要进行十分繁难的调查推理,目的是探知当事人的主观意思有无过错以及过错程度,这是十分困难的。当探明当事人的主观意思后,司法机关以事实为根据,以法律为准绳追究当事人的法律责任,这其实也是本着诚实信用。但由于种种复杂的原因,有时难以探知案件的真实情况,尤其是当事人的主观意思,从而无法追究当事人的法律责任。在这种情况下,当事人可以逃脱法律的制裁但逃脱不了道德的惩罚,诚实信用有其不可低估的作用,因为当事人欺骗别人容易,但欺骗自己难,当事人可以逃于天地间,但逃不出人的内心,心灵是人的最高主宰,人无法逃出其外,冥冥之中总有一种东西和力量在监视着他,“要想人不知,除非己莫为”,它是悬在人们头上的达摩克利斯剑,使人忐忑不安,惶惶不可终日,迟早会把当事人推上道德法庭加以审讯,这是神在惩罚。诚实信用是神在法律中的化身,是法律之神。

众所周知,成文法由于其普遍性、模糊性、滞后性因而具有局限,克服这种局限需要赋予法官以自由裁量权,而法官行使自由裁量权必须以诚实信用为本。具体说来:(1)法官应设身处地为之。一是法官把自己设想为当事人,将心比心,自己会怎么想?自己会怎么做?换位思考,置身此案,促使法官与当事人同位同心,心心相印,感同身受,这正是诚实信用。二是法官把自己设想为立法者,面对这种情况,将如何立法?这一点,时任法国最高法院院长的巴洛一博普雷在1904年《法国民法典》颁布一百周年纪念会的著名演讲中就明确指出过:“当条文以命令形式、清楚明确、毫无模棱两可时,法官必须服从并遵守。但当条文有些含糊时,当它的意义与范围存在疑点时,当同一条文对比,在一定程度上内容或者矛盾、或者受限制、或者相反有所扩展时,我认为这时法官可有最广泛的解释权。他不必致力于无休止地探讨百年以前的法典制订某条文时是怎样想的。他应问问自己,假如今天这些作者制订这同一条文,他们的思想会是怎样的。”【参见勒内·达维德:《当代主要法律体系》,上海译文出版社1984年版,第112页。】

《瑞士民法典》第1条第2款也明确规定:“无法从本法得出相应规定时,法官应依据习惯法裁判,如无习惯法时,依据自己如作为立法者应提出的规则裁判。”(2)法官的判决应与社会现实生活相一致。法官的判决要与时俱进,与社会现实生活及其发展进步同行,与经济规律、政治要求、道德舆论、风俗习惯相随,与公认的传统和文化为伴,与流行的理论学说和社会意见携手,这也如前博普雷所指出的:法官“应想到面对着一个世纪以来法国在思想、风俗习惯、法制、社会与经济情况各方面所发生的变化。正义与理智迫使我们慷慨地、合乎人情地使法律条文适应现代生活的现实和要求。”【参见勒内·达维德:《当代主要法律体系》,上海译文出版社1984年版,第112页。】因应社会现实生活正是诚实信用。(3)法官的判决应以事实为根据。法官应戒除主观臆想,凭空妄断,而应实事求是,查清案情,察明原委,分清是非,明了责任,证据确凿,理由充分,在这个基础上作出判决,而这样的判决无疑是诚实信用的。(4)合乎法的价值要求。法官判决要确乎事,准确地与事实相符;当乎时,与时代精神和时代要求相当;酌乎情,参酌考量具体的案情,顺乎理,顺应道理,顺理成章,合乎法,合乎成文法尤其是高位法的精神和宗旨;服乎人,当事人口服心服,社会大众有口皆碑。这样的判决应该说是诚实信用的。

诚实信用是法官手中的最后一张王牌,但也是法官必须遵从的第一条法律。诚实信用既是法官获得自由裁量权的护身符,但也是法官行使自由裁量权的紧箍咒。诚实信用贯通司法的全过程,优良的司法始于诚实信用终于诚实信用。诚实信用既是司法追求的目标,也是评价司法的尺度。

诚乃“政事之本”,诚实信用是法的本质属性,堪称法的圭臬。

法律应是真理,法律即是真理,只有真理的东西才能大写为法律,这就是所谓的“法者,正之至也”【《经法·君正》】。法律作为真理,应真切地反映和体现社会关系的客观规律和内在要求,如实把它们翻译和表述为法律准则,这正如马克思所说的:“立法者应该把自己看作是一个自然科学家,他不是在创造法律,不是在发明法律。他把精神关系的内在规律表现在有意识的现行法律之中,如果一个立法者用自己的臆想来代替事物的本质,那么,我们就应该谴责他极端任性。”【《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1995年版,第183页。】法律是实事求是,实话实说,来不得半点虚伪和任性,“错误不得产生权利”,谬论不能成为法律。

法律应是真实的,白纸黑字,一清二楚,板上钉钉,确实无疑,不是无中生有,不能化有为无,也不是视而不见,可有可无,人们真切地感受到法律的存在,法律与人们同行。法律是公众誓言,是一个社会最高最大的信用,“言必信,行必果”,必须贯彻执行,如果当事人不自觉执行,由国家强制力强制执行。法律是实实在在的,不是具文,并非儿戏,不可以身试法。

法律应是诚信的 ,法律是天下公器 ,应该公示公信。只有诚信的法律才能让人们信服 ,进而为人们所信仰 ,只有为人们所信仰的法律才能为人们所信从 ,法律如果不可能唤起人们对它的信仰 ,人们就不可能去普遍信从它 ,不能为人们普遍信从的法律已不再是法律了 ,这正如伯尔曼所指出的 :“法律必须被信仰 ,否则它将形同虚设。 ”【伯尔曼 :《法律与宗教》 ,三联书店 1991 年版 ,第 28 页。】

诚信是法的立足之本 ,法无信不立 ,是法的题中之义 ,无信不成 ,是法的力量之源 ,法无信无力。

文章来源 : <http://www.frchina.net/data/detail.php?id=8086>

/