

Globethics Repository

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

开创后现代企业伦理时代[create a new era of post-morden corporate ethics]

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	Book chapter
Authors	张, 羿
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-12 06:26:13
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182526

张羿：开创后现代企业伦理时代

张羿

1 现代企业伦理观念

有关商业伦理的探讨在有商业行为的同时就开始了。12世纪的格拉蒂安说“上帝不会对商人或只付出辛劳的商人满意。”即使在商业不发达的中国传统社会中，也有“童叟无欺”、“重信守诺”等伦理规则在约束着商人的行为。但是真正的企业伦理讨论却是晚近的事情。

美国著名国民经济学家米尔顿·弗里德曼（Milton Friedman）在20世纪70年代讲过一句名言：“市场经济条件下企业的唯一社会责任是在现行游戏规则内提高其利润。”而对于企业行为给社会带来的不良影响和弊端，则最终由法律和法院来负责解决。弗里德曼的这一观点具有强烈的经典性，它代表的是现代企业的伦理观。

在这一经典企业伦理观的影响之下，经济与伦理成为人类生活中互不相干的两个领域。可以说，现代企业伦理与“看不见的手”的古典经济理论是一脉相承的。在这种观点之下，伦理反思的范围仅仅局限于私人生活领域和政治生活领域，而企业伦理反思与建设实际上就陷入了真空。在这种企业伦理的主导之下，西方现代化过程中所出现过的环境灾难以及经理道德危机等现象就不难得到解释了。

以上是霍尔斯特·施泰因曼和阿尔伯特·勒尔所著的《企业伦理学基础》一书第一章的最后部分给我们的启示。

笔者通过霍尔斯特·施泰因曼和阿尔伯特·勒尔两位学者的著作得到的最大启发是，由于现代性本身存在着难以克服的弊病，因而，在现代性话语和时代的范畴之内，真正的企业伦理学是不存在的。真正的企业伦理学将诞生在后现代话语和时代的境遇之下。

2 后现代企业伦理基础

伦理建设是后现代企业的核心要务之一

后现代社会是一个企业社会，企业不仅成为社会的核心系统，企业与私人生活及公共政治之间也具有了不可分割的联系。于是，对企业伦理的探讨就上升到前所未有的高度。

后现代企业对现代企业及现代性的超越，首先将意味着对“人与自然的关系”以及“人与人的关系”等领域的非伦理行为的超越。从这一意义上讲，后现代企业伦理的反思与建设一开始就超越了“诚信”等基本的商业伦理层面，而进入更高层次的讨论。

与现代企业伦理讨论在企业理论中的微不足道地位相比，后现代企业伦理反思与建设将成为企业的核心要务之一。

在责任伦理与信念伦理之间

责任伦理与信念伦理都是马克斯·韦伯所提出的概念。霍尔斯特·施泰因曼和阿尔伯特·勒尔指出，“信念伦理者一心按其（个人的）原则行事，结果则由上帝来检验。而责任伦理者却追求其行为的结果，并由自己来判断这种结果正当与否。”

霍尔斯特·施泰因曼和阿尔伯特·勒尔接着说，“在今天的公众讨论中，对责任伦理的关注显然超过了对信念伦理的追求。当然，悬而未决的是，最终应该以哪种标准或利益

为依据来对行为的结果进行伦理评价。（参阅《伦理学基础》14页）

霍尔斯特 施泰因曼和阿尔伯特 勒尔揭示了后现代企业伦理的现实处境，即在责任伦理与信念伦理之间。从后现代企业伦理的观点来看，责任伦理是基础，而信念伦理则是最终的依据。单独依靠其中任何一种原则，都将不可能使后现代企业伦理问题得到圆满的解决。当然，在现实的可操作的层面，我们更多依赖的是责任伦理。责任伦理受到特别的关注显然也是十分正常的。

后现代企业战略与伦理

我们并不讨论有关企业的 社会责任、企业的 诚信 等概念。这是一个企业必须遵守的最基本的伦理法则，讨论这些问题不仅毫无实际意义，而且还很容易使人对企业伦理产生不正确的认识，从而一定程度上抵触企业伦理方面的探讨。这对于后现代企业伦理的建设将是十分不利的。

讨论后现代企业伦理，必须廓清一个基本事实，那就是，企业伦理的建设不是一种空谈，更不是让企业为了达到一个看起来冠冕堂皇但却虚妄的道德目标而作出某种牺牲。这完全有悖于企业伦理建设的宗旨。正如霍尔斯特 施泰因曼、阿尔伯特 勒尔所指出的：

利润追求与伦理学要求之间并不发生冲突，而是相反：考虑伦理学要求甚至是完全值得的！ 伦理学的地位并不体现在企业本身之中，而是体现在 市场上，具体地说，就是反映在消费者的理性反思上。

霍尔斯特 施泰因曼、阿尔伯特 勒尔《企业伦理学基础》中文版第 86页

譬如现在已经有越来越多的消费者心甘情愿地为绿色产品付更多的钱，以至于绿色营销成为一种不可阻挡的潮流。绿色营销观念的产生以及消费者对绿色产品的推崇，有力地证明了后现代条件下企业利润追求与伦理学要求之间的和谐统一。

这种现象还进一步使后现代企业伦理与企业战略不可分离。在企业战略的统摄之下，企业才会彻底摆脱传统的有关企业伦理的空谈，使企业伦理思考与企业的经济目标紧紧地联系在一起。

对此，霍尔斯特 施泰因曼和阿尔伯特 勒尔已经作了精彩的论断：

不加区别地到处强调 企业管理的社会责任，这绝不适宜于企业伦理学。这种空谈通常是毫无约束力的，也不能 为处理任何冲突提供任何具体依据。相反，它往往会掩盖在以后实施具体行为时才会暴露出来的冲突。

因此，在企业伦理学中，重点不应再是社会中远离经营的非经济目标，例如企业管理层对社会边缘群体的乐善好施等等。当然，尽管这类义务在我们看来并非是企业伦理学的本意，但它还算是一种基本伦理观念的体现。

一般而言，隐藏在把企业伦理思考与企业战略结合起来这一思想背后的，是这样一种易于被理解的认识，即企业行为中的伦理问题并不在于赢利原则本身，而是在于用那种手段实现赢利。

霍尔斯特 施泰因曼、阿尔伯特 勒尔《企业伦理学基础》中文版第 88页

按照施泰因曼和勒尔两位学者的观点，把企业伦理思考与企业战略结合起来包括两个层面，一是伦理思考与企业战略的制定；二是伦理思考与企业战略的实施，即企业推行管理的过程。其中前者之企业伦理学涉及企业对外关系上的冲突，后者则涉及企业内部关系上的冲突。而无论是企业对外关系还是对内关系上的伦理思考，都会促进企业实现自己的经济目

标。前者可以企业实施绿色战略之后促进盈利为例证，后者则可以企业在管理过程中推行伦理法则并促进企业的效率为例证。

来源：<http://www.mie168.com/htmlcontent.asp>

/