

论孔子孝道思想对我国企业伦理文化建设的价值

张 长 元

(南华大学 经济管理学院,湖南 衡阳 421001)

〔摘 要〕 基于《论语》,归纳和阐述了孔子孝道思想,分别从企业伦理管理和伦理经营角度讨论了孔子孝道思想对我国企业伦理文化建设的价值,说明了将孔子孝道嵌入企业伦理文化建设的途径。

〔关键词〕 孔子; 孝道; 企业伦理文化; 建设; 价值

〔中图分类号〕 F270 〔文献标识码〕 A 〔文章编号〕 1673-0755(2013)01-0064-05

也许,人们并不苟同康有为先生的这句话:“中国之国魂者何?曰孔子之教而已。”然而,我们却不可否认孔子及其所创立的儒学对中国文化的巨大影响。这种影响,纵横捭阖,几乎覆盖了中国上下五千年的历史;流布浸润,已深入了国人的肌肤。当我们在讨论企业伦理文化的建构时,不能回避孔子思想对其的深刻影响,而不管这种影响的效果如何。本文以孔子孝道思想为楔子,探讨其对我国企业伦理文化建设的价值。

一 孔子孝道的现代解读

本文基于《论语》来解读孔子孝道。在《论语》中,孝是孔子以仁为核心、以礼为形式的道德体系中最重要内容之一。“孝”字在《论语》中共出现18处;谈到“亲”但与“孝”密切相关的有5处;虽没有出现“孝”或“亲”,但与“孝”有关的有8处。上述31处,其中18处出自孔子之口,2处为曾子引孔子语。这些内容涉及《论语》20章中的10章,足见孝道在《论语》中的地位^[1]。

作为一种观念形态,孝的产生与传承,并不是缘于自然,即所谓“羊有跪乳之恩,鸦有返哺之情”的自然延伸,而是人类社会发展到一定阶段的产物。孝观念的形成,其条件有三:一是组织载体的出现,这个组织载体就是家庭。家庭的出现,产生了父子、母子关系,孝是协调父母子女关系的“工具”。正如许慎在《说文解字》中对“孝”的解释:“孝,善事父母者,从老省从子,子承老也。”二是物质条件的具备,即家庭经济的产生。家庭经济的出现,界定了“物”

的权利边界,使“善事父母”有了物质基础。三是统治阶级的倡导。作为一种观念形态,它的流布、传承、湮灭,是和统治阶级之“手”连在一起的。“百善孝为先”,孝作为一种善念、善行是符合统治阶级需要的,故而才成为一种主流观念而得以流布;“以孝治天下”,孝成为了统治阶级“治天下”的道德的、文明的工具,故而才得以传承。正如黑格尔在他的《历史哲学》中所说:“中国纯粹建筑在这一种道德结合上,国家的特性便是客观的‘家庭孝敬’,中国人把自己看作是属于他们家庭的,而同时也是国家的儿女。”^[2]

那么,孔子的孝道包括那些内容呢?我们先建构一个模型,然后再作一些说明。

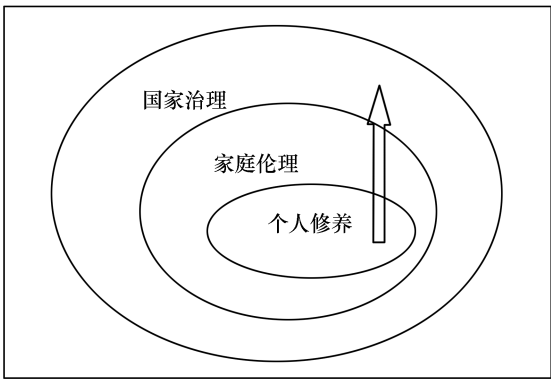


图1 孔子孝道内涵图

总的说来,孝作为一个德目,由于道德关系的不断延伸,其包含的内容在不断地扩大。首先,孝是个人道德修养的基石。《论语·学而》云:“其为人也

孝弟,而好犯上者,鲜矣;不好犯上,而好作乱者,未之有也。君子务本,本立而道生。孝弟也者,其为仁之本与!”孔子认为,孝是仁的根本,而仁又是做人的根本:“夫仁者,己欲立而立人,己欲达而达人”(《论语·雍也》);“君子去仁,恶乎成名。”(《论语·里仁》)这样,就形成了一种递进关系:“孝”是达成“仁”的条件,而仁又是“立人”和“达人”的基础,孝就成为了个人道德修养的起点。据研究,“孝”作为一个伦理观念的正式提出是在西周。其含义,一是以祭祀为载体的尊祖敬宗;二是崇拜先祖与延续祖先生命的传宗接代:“先祖者,类之本也,无先祖,恶出?”(《易经》)孔子在继承这些观念的同时,第一次将“孝”纳入个人道德修养范畴,并与“仁”连接起来,从而丰富了“孝”的内涵,奠定了我国孝文化的基础。

其次,孝是家庭伦理的核心内容。从家庭关系看,孝道包括“养亲”、“敬亲”、“无违、无怨”“内隐”等方面。下面,我们枚举《论语》中的一些言论来加以说明。

1、养亲与敬亲。孔子有两段著名的话:“今之孝者,是谓能养。至于犬马,皆能有养;不敬,何以别乎?”(《论语·为政》)“子夏问孝。子曰:色难。有事,弟子服其劳;有酒食,先生馔,曾是以为孝乎?”(《论语·为政》)在孔子看来,孝首先是指养亲,“善事父母曰孝”;其次是指敬亲。儿女对父母只养不敬,其孝之行为尚未脱离人之生物属性之藩篱,境界是不高的;只有在“敬”前提下的“养”,才能视为一种美德。因为养亲是孝的外在行为,敬亲则是孝的内在动因;发自内心的敬亲才能在任何时候都尽力完成养亲的义务。“色难”(对父母最难的事情是和颜悦色)亦属于“敬”的内容。养亲与敬亲指明了“孝”物质和精神上的内涵及其相互关系。

2、无违、无怨。《论语·为政》中说:“孟懿子问孝。子曰:‘无违。’樊迟御,子告之曰:‘孟孙问孝于我,我对曰,无违。樊迟曰:‘何谓也?’子曰:‘生,事之以礼;死,葬之以礼,祭之以礼。’”《论语·里仁》谈到了无怨:“子曰:‘事父母几谏,见志不从,又敬不违,劳而不怨。’”“无违、无怨”应该是属于“敬亲”的内容之一,而孔子将它和“礼”连接起来,这样就提升了它的高度。无违主要表现在“三年无改于父之道”(《论语·学而》),“父母在,不远游,游必有方”(《论语·里仁》)。

3、“内隐”。即基于血缘情感,父子对外相互隐瞒其缺点。《论语·子路》云:“叶公语孔子曰:‘吾党有直躬者,其父攘羊,其子证之。’孔子曰:‘吾党

之直者异乎是,父为子隐,子为父隐,直在其中矣。’”孔子认为父子之间互相替对方隐瞒,方才合于道义,“子为父隐”的“隐”,并不是说知道父亲有错而纵容姑息,而是子女应该忠于自己的感情,举报、顶证的行为不应出自父子之间,孝道完全可以调节家庭伦理关系。

在孔子看来,孝、弟是家庭伦理关系的“调节器”,而悌则是孝的延伸。朱熹有云:“善事父母为孝,善事兄长为弟。”子对父母的孝,从时空上看,贯穿于父母有生之年,直至死和死后的“祭”;从内容上看,涵盖了父子关系中物质的、精神方面的诸多内容。而这一些,形诸于制度,则为礼,孝是礼之基。

最后,移孝于忠,孝成为忠君治国的利器。孔子在《论语》中引用了《尚书》中的一段话:“《书》云:‘孝乎惟孝,友于兄弟。’施于有政,是亦为政,奚其为为政?”(《论语·为政》)孔子认为能把孝悌的道理应用到治国的政事上,也就是从事政治了,国家政治要以“孝”为本。这种把孝道从家庭伦理推及到国家治理,自然是由当时家国同构、伦理政治化的社会背景所决定的。然而,在孔子看来,“孝慈则忠”(《论语·为政》),是基于“仁道”。“仁者爱人”,从“迩之事父”可以延伸到“远之事君”。

作为一个道德范畴,孝由个人的修身养性扩展到家庭伦理,再发展到成为治国安邦的工具,孔子对孝道作了较为全面而深刻的阐述。这种思想,体现了儒家伦理修身、齐家、治国、平天下的道德活动的运行轨迹。

二 孔子孝道思想对企业伦理文化建设的价值分析

(一)企业伦理文化内涵与特点

要了解孔子孝道思想对企业伦理文化建设的价值,那么,我们首先就要了解什么是企业伦理文化。我们知道,企业是近代工业发展的产物。它不仅是社会生产力和生产关系的载体,同时也是社会文化观念的载体。作为生产力的组织载体,企业和自然界必然发生一定的关系;作为生产关系的载体,在企业内部人与人之间,企业与企业之间、企业与国家、社会之间也必然发生一定的关系,而伦理就成为调节上述诸关系的基本手段,这就是人们所说的“第三种调节”(第一种调节是市场调节,称为“无形之手”调节;第二种调节是政府调节,称为“有形之手”的调节)。我们认为,调节上述诸关系、且具有伦理意义的意识、观念、原则、规范乃至习俗,就构成了企业伦理文化。企业伦理文化,从其表征形式来划分,含规范伦理文化和德性伦理文化。所谓德性,一

般被理解为道德意义上的优良品质(品格)或道德。作为一种内在的品质,它不仅来自义务的规范,还来自善与恶的价值规定,它是实现人与自然、人与社会、人与自己相和谐的内在动力。德福同源,因此,德性通达于快乐与幸福。德性伦理可视为一种“应然”伦理,以追求美德为目标,其价值指向“我应该成为什么样的人”;而规范伦理则可视为一种“制度伦理”,其核心是“规范”、“准则”或“制度”,其价值指向人的行为,关心“我应该做什么”^[3]。作为一种文化现象,德性伦理往往以一种观念形态而存在,是无形的、内隐的;而规范伦理则是有形的、外显的。

伦理文化对企业的最大功能就是使企业成为“道德人”,或者赋予企业“经济人”以道德人格。作为一个经济人,趋利无可厚非,然而,趋利是否有边界?人们往往看到其有形的边界,这就是法律。然而,还存在一条无形的边界,这就是伦理或道德。企业的趋利属性表现在内部管理上,就是主要运用经济手段来调节人的关系,即使人在物质上“得到什么”或“失去什么”来“摆平”其关系,并使其成员追随企业目标。除此以外,还有别的更好的手段么?这就是伦理。伦理这种“软手段”具有内在性、自律性和超越性的特点。所谓内在性,是指行为动机内发于其善良的本性。正如我国宋朝朱熹对“德”字的注释:“德者,得也,得其于心,而不失之谓也。”所谓自律性是指人的行为不是生发于外部压力或诱惑,而是基于道德主体的道德情感和道德信念而“去恶存善”。所谓超越性,是指人的道德行为对滞后的、非良性的社会习俗的超越,这就是美国心理学家科尔伯格(Kohlberg)所称的“后习俗”的道德水平和道德行为。这里所说的“人”既指企业内部成员,即自然人,又指企业作为“社会公民”的法人。孝道作为一种伦理或伦理工具,对于企业伦理文化建设有什么用呢?下面我们将分别从企业伦理管理和企业伦理经营两方面来进行讨论。

(二)孔子孝道对企业伦理管理的作用分析

如果我们将企业经营管理加以拆分,那么,企业管理重在对企业内部事务的处理和人际关系的协调,而企业经营则重在对企业外部事务的处理和关系的协调。前者具有内向性,后者具有外向性。当然,任何关系均可视为人与人之间的关系,因为事务关系只不过是“以事”为载体的人与人的关系的另一种表现形式罢了。这样看来,无论是企业管理还是企业经营,其首要任务是如何协调人际关系,而孝道可以在上述两方面发挥重要作用。我们首先分析孝道对企业伦理管理的作用。

首先,孝道作为中国国民性的“遗传基因”,极大地影响着企业的伦理文化建设。国民性是指一个国家或一个民族多数成员共有的、反复起作用的文化精神、心理特质和性格特点。梁漱溟先生说:“说中国文化是‘孝的文化’,自是没错。”^[4]谢幼伟先生说:“中国社会是彻始彻终,为孝这一概念所支配的社会。中国社会是以孝为基础而建立起来的。”^[5]何因如是?一是孝是中国文化的原发性、综合性的首要文化观念,是中国文化的鲜明特点。二是孝的观念和文化直接对民族群体人格的形成发生了深远的影响。三是孝文化观念与实践对中国国民性的形成具有积极作用:促使中国人形成了仁爱、敦厚、忠恕利群、守礼温顺、爱好和平的优良品质^[6]。由此可以看出,孝道既是企业伦理文化建设的环境,又是企业伦理文化建设的基础。

其次,从文化学角度看,孝道是“家庭文化”与企业伦理文化的连接点。将家庭文化与企业伦理文化连在一起似乎是风马牛不相及的事情,然而,在中国,以孝为基石的“家庭文化”与企业伦理文化却存在着千丝万缕的联系。这是基于以下事实:一是家庭成员有两个或多个在同一企业工作的现象带有一定的普遍性;二是中国职工家庭观念的浓烈。前者,企业和员工的关系就演变成为了企业——家庭——职工的关系;后者,为企业伦理管理增添了新内容。正因为如此,在进行企业伦理文化建设的时候,我们应该找到企业与家庭的连接点,这个连接点就是孝道或孝文化。将孝文化揉入企业伦理文化建设中,是企业人性化管理的重要内容,可以很好地协调人际关系。在这一方面,中国一些企业不乏成功的先例,即使在受中国文化影响的韩国,不尽孝的企业领导也被人瞧不起,无法在社会上立足。韩国的很多企业正是把孝文化根植到企业运营的方方面面,才涌现出诸如三星、乐金等众多世界500强的企业^[7]。

最后,移“孝”于“忠”可以培养员工“爱厂如家”的精神。应当看到,即使在现代社会,爱厂如家仍然具有其合理性。我们知道,家庭是社会的细胞,具有生产、教育、消费、休息和娱乐、抚养和赡养等诸多功能。在企业产生前,家庭不仅是一个经济单位,也是一个生产单位。企业的出现,可视为家庭诸多功能的替代物,它承袭了家庭诸如生产、教育、休息和娱乐的许多功能,并在一定程度上承担了对老人赡养的职责(如为职工缴纳养老保险金)。从组织社会学角度看,家庭与企业存在着割不断的千丝万缕的联系。我们倡导爱厂如家,就是把企业当作家,这实际上就是孝道载体的外移与置换,是移孝于忠

(忠于企业)的现代表达;我们倡导尊老爱幼,这实际上就是家庭孝道在企业中的外化。在我国,“爱厂如家”、“企业温暖如家”的理念和实践,已成为中国特色企业伦理文化的重要内容,能使企业营造出强有力的团队精神,提高企业凝聚力,降低员工的离职率,增强其幸福感。总之,在企业伦理管理中,我们不但借用了孝道的载体家的概念,而且还承袭了孝道的合理内核,从而丰富了企业伦理管理的内涵。

(三)孔子孝道对企业伦理经营的作用分析

如前所述,企业经营具有外向性,重在其经营目标与外部环境的结合。而伦理经营是一种经营模式,是指企业在把握了伦理规范后,自觉地遵守伦理规范并用伦理价值观来指导自己的经营活动,是企业合理的伦理价值观的指导下,确立经营目标、战略、战术,进行市场调研、产品设计与开发,树立品牌,开展市场营销(价格、广告、竞争等)、售后服务,塑造形象等活动,处理企业同消费者、供应者、竞争者、环境、员工、社区、政府等的关系的过程。从认识论的角度看,伦理经营是一种关于经营的思维方式;从价值论的角度看,它则是一种伦理价值观,或者说是一种以伦理价值观为指导的经营行为^[8]。孝道,作为我国一种独特的道德资源,完全可以在企业经营活动中发挥它的作用。

第一,基于孝道,开发“银发市场”。“银发市场”就是老年人的消费市场。我国的老年人每年以3%的速度增加,预计到本世纪中期,60岁以上的老年人将会超过4亿人。另据世界卫生组织公布的一份统计报告显示,到2020年,全世界60岁以上的老人将超过10亿人。老龄化是个全球的难题,给社会发展带来了诸多不利,但也孕育着一个庞大的市场,给企业带来了无穷的商机。中国老年协会的一项统计表明,目前我国老年人年潜在消费能力约为3000亿元,其中服饰穿着占1/3,医疗保健占1/3,其它占1/3,而且这个数值还在不断增大,前景非常广阔,有待于企业进一步开发。市场开发包括市场调查、目标市场确定、产品开发、产品销售及售后服务等诸多内容,基于孝道或将孝道揉入市场开发中,可以端正企业营销理念,培养营销人员的品格,关注老年人的多种需求,赋予产品文化含量,并以孝道的精神做好售后服务。如金龙鱼食用油广告以“温暖亲情,金龙鱼的家庭”为诉求,抒发了游子对父母的思念孝敬之情,收到了较好的效果,提高了销量。北京太阳城房地产公司更新设计理念,摸索出“老年住宅”新模式,即家庭养老与社会养老相结合的模式,叫“第三养老模式”,将孝道与现代文化相结合并植入产

品开发中,受到了居民欢迎,得到了政府肯定及联合国的重视。

第二,将孝道植入企业伦理经营战略中,有助于协调企业和国家的关系。企业伦理经营战略就是用正确的伦理价值观来指导自己的经营活动,确立其经营目标和发展战略的过程。在市场经济条件下,国家和企业的关系不是管理和被管理的关系,国家主要通过法律手段、经济手段,或在必要的时候运用行政手段,来规范和导引企业行为。然而,这并不意味着企业在道义上可以“不爱国”,作为“社会公民”,爱国是企业“天然的”道义责任,将爱国精神纳入企业伦理经营战略中是企业伦理经营活动中应有之义。如前所述,孔子孝道的基本精神之一就是“忠”或“移孝于忠”,而最大的忠就是忠于国家、忠于民族利益。一些企业以“孝行天下”的理念来确定其伦理经营战略就是对孔子孝道的现代解读。将孝道植入企业伦理经营战略,有两个层次:(1)将孝道和守法经营相结合。良法必然是善法,国家的良法体现了“善的精神”,自觉地、以忠于国家利益的精神守法经营就是对国家的孝。(2)将孝道融入合德经营中。如果说法律是道德的底线的话,那么,以道德价值观来指导企业经营活动则应是现代企业的追求。将孝道融入企业合德经营中,会赋予其伦理经营战略以忠于国家、忠于人民的品格,丰富和提高企业社会责任感的内涵。

第三,将孝道融入企业品牌塑造中,有助于品牌形象的建立。品牌的创立,说到底就是通过为客户创造理性和感性价值以赢得他们的忠诚。如前所述,孝道已成为中国国民性的“遗传基因”,因此,将孝道融入企业品牌塑造中,其基本的理念是:视用户为企业的“衣食父母”,把企业——客户关系转换为“亲亲”关系,真心地“敬亲养亲”。具有300多年历史的“同仁堂”(现为集团公司),就是本着这种精神树立了自己的品牌形象。它们以“同修仁德,济世养生”为经营理念,将“道德意义”放在“经济意义”之前来审视企业行为。在药物制作过程中,始终坚持“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”。现在,该企业有800多个注册中药产品和3000多种药品材料,均受到顾客的欢迎。企业品牌的人格化就是企业家的人格,我国一些成功的企业家兴业不忘孝道,发家回馈乡梓,他们的孝道、孝行彰显了中国企业继承中华民族优秀文化传统的光辉。

三 孝道嵌入企业伦理文化建设的路径

将孔子孝道嵌入企业伦理文化,成为其有机组

成部分,是有价值的、必要的,但同时还必须解决其路径。在此,我们先提供一个图示,然后作简单说明。

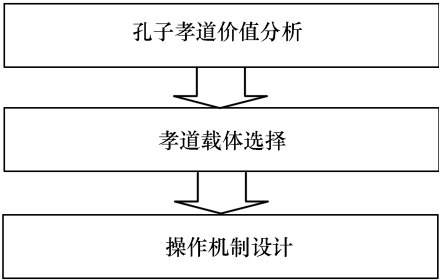


图2 孝道嵌入企业伦理文化建设路径

孔子孝道价值分析。即分析孝道对企业伦理文化建设的利用价值,这是一个取精华去糟粕的过程。孔子的孝道思想主要体现在《论语》中,《孝经》可视作为孔子孝道思想的继承和发展。如前所述,作为一种德性伦理,孔子孝道思想是有价值的,我们应该批判地继承,并赋予其时代内涵;作为一种规范伦理,孔子孝道主要体现在“礼”(如葬礼)中,是宗法社会产物,具有封建性,应予以摒弃。这种价值分析,有两个层次:一是孔子孝道的普适价值;二是它的特殊价值。前者对所有企业都具有伦理价值;后者是相对于本企业的特定环境而言的,具有特殊的价值意义。比如,生产老年医疗器械产品的企业,倡导孝文化就具有特殊意义,其产品可以说就是孝文化的载体。

孝道载体选择。作为一种伦理文化,特别是一种观念形态的文化,孝道可以体现在物上,这就是“物化”的孝道。物化的孝道特别要求我们在产品设计上渗透孝的精神。孝道也可以体现在企业精神、企业政策、管理制度等诸多方面。比如,一个乡

镇企业每年都开展“孝星”评选活动,这个评选活动就成为了弘扬孝道的有效载体。载体的选择,要遵循科学、有效、具有可操作性的原则。

操作机制设计。这是连接孝道精神和孝道载体的“中介”,是实现企业伦理管理的保障。当把孝道纳入企业伦理管理时,其操作机制的设计应注意以下四点:(1)设立伦理管理委员会,对企业经营活动进行道德审计。(2)领导率先垂范。(3)进行教育培训。(4)制定伦理规范。在进行上述四项活动时,要凸显或揉入孝道的内容。

“夫孝,德之本也,教之所由生也。”当我们将孝道成功地用于企业伦理经营管理中时,孔子一定会感到欣慰的。

[参考文献]

[1] 师 爽.《论语》中孝思想探析[J]. 船山学刊,2009(2): 86-89.

[2] [德]黑格尔. 历史哲学[M]. 王造时译. 北京:三联书店,1956. 转引自黄松海. 重阳节谈中国文化之孝道[EB/OL]. [2012-09-16]http://www.aisixiang.com/data/44787.html.

[3] 龚天平. 德性伦理与企业伦理[J]. 武汉大学学报:人文科学版, 2009(4):468-474.

[4] 梁漱溟. 中国文化要义[M]. 北京:学林出版社,1987: 307-308.

[5] 谢幼伟. 孝与中国社会[M]// 罗义俊. 理性与革命——当代新儒学文萃. 上海:上海书店,1994:509.

[6] 肖群忠. 孝与中国国民性[J]. 哲学研究,2000(7): 33-41,80.

[7] 杨钧仁. 企业家之孝行天下[J]. 中国林业产业,2011(7):39-40.

[8] 龚天平. “伦理经营”诠释[J]. 伦理学研究,2006(1): 73-78.

Discuss the Value of Confucius Thought of Filial Duty in the Construction of Business Ethics Culture

ZHANG Chang-yuan

(University of South china ,Hengyang 421001,hunan)

Abstract: Based on “the Analects of Confucius”, this paper summarizes and expounds Confucius thought of filial piety, discusses the value of Confucius thought of filial duty in the construction of business ethics culture from the enterprise ethics management and applied ethics perspective, and the methods of the Confucius thoughts of filial piety being applied to the construction of business ethics culture.

Key words: Confucius; filial piety; business ethics culture; construction; value