



王文东：儒学传统中的信用伦理与全球化趋势下的人类交往

(2006-1-20 16:10:13)

作者：王文东

当代社会是一个以商品市场经济为基础高速运转的社会，商业化、市场化和信息化（网络）为标志的现代化特征，使得生产、贸易、消费、大众传媒的环球进行、跨国企业竞争与合作等等，成为最感性直观的全球化现象。这一切，不仅表明我们将面对的是一个充满挑战的全新时代，而且意味着21世纪的人类正在迈入一个波及经济的、文化的、政治的层面的全球化交往的时代。不论这个时代的人类交往与以往任何时代的交往有何不同，不论由于信息网络的发展和虚拟世界的出现使人类交往出现如何革命性的变化，我们始终需要公认的是，基于经济层面的交往是最为基本、最为基础的交往。

之所以如此认为，主要是基于这样的考虑：全球化不仅与现代人类的普遍交往是内在相关的，而且全球化就其本质来说是现代性市场经济交往的逻辑推到极致，是自由主义的一次无边界（限制）大实验，所以它应当而且确实暴露出现代性经济交往的复杂的真实本性。在这样一种趋势中，所有步入这个时代的人都在投入着异乎寻常的勇气和毅力，那么，拥有如此丰厚的伦理资源的儒学如何面对呢？

全球化趋势增强了人类交往中的主体间的相互理解、共享知识、彼此信任、两相符合的相互依存性，使得信用体系的建构在社会经济、政治、文化生活中越来越起着举足轻重的作用。[1]实际上，由于中国古代农耕文明交往的特点以及精神文化的特质，儒学传统影响下的古代社会不仅具有注重讲求信用的风气，而且在一定程度上确实形成了信用教育的良好传统。因此，加强对儒学传统中的信用伦理及其教育与全球化趋势下人类交往关系的研究探讨，对于构建现代信用体系，探索人类普遍交往伦理，仍然是一个有着重要的现实意义与理论意义的问题。

一

儒学传统中的信用伦理首先经历了一个从神化到人化、从人化到人本的发展转化过程，形成了以交往实践中人性完善为目的、以人的内在情感交流为依据，而以人的本体论观念为核心的基本伦理信念。

作为标志信用的“诚”、“信”是自内而外地对公共关系进行规范（即所谓的“礼于外，诚于内”）的道德概念，起初是主要所指是人神关系而非理性的人际关系，也即信用伦理最早是人神交往的体现非人我交往的体现。“诚”的伦理概念最早出现于上古儒学历史文献《尚书》。《尚书·太甲下》中有“神无常享，享于克诚”的记载，此时“诚”与早期宗教的虔诚膜拜相关，主要指笃信鬼神的虔诚之意。在《周易》中，“诚”已摆脱纯粹的宗教色彩，具有日用人伦的道德意义。《周易·乾》提出：“修辞立其诚，所以居业也”，认为君子无论说话还是立论都应该诚实不欺、真诚无妄，才能建功立业。“诚”在孔子那里虽未形成理论概念，但他多处讲“仁”，其修己爱人的内蕴与“诚”是一脉相通的。《论语》中“诚”字的出现仅有两处，一为“诚不以富”，一为“诚哉”，用以加重语气，不具有后来所说的作为美德的“诚”的含义。但《论语》中对孔子言行的记载，却往往是在强调“诚”之美德，强调一种有真情实感的人生态度。孔子的语言中教育学生如此，行动中更体现为如此。仅从字面上讲，在孔子的言论中与“诚”之美德相当的是“信”。在孟子那里，“诚”逐步成为体验道德本体、规范人们道德行为的一个重要理论概念。孟子说：“诚者，天之道也；思诚者，人之道也。至诚而不动者，未之有也；不诚，未有能动者也。”[2]孟子以此告诫人们，“诚”是顺应天道与人道的基本法则。荀子发挥了孟子“诚”的思想，并开始以“诚”涉政，把“诚”从做人之道扩展为治世之道，指出“诚”乃“政事之本”。秦汉以来的《礼记·大学》把“诚意”作为“八条目”之一，“诚”是连接“格物”、“致知”与“正心”、“修身”、“齐家”、“治国”、“平天下”的重

要环节，成为道德内养与外成的关节点，具有促进道德完善、家庭和睦、国家兴旺与下安宁的多种道德意义。

[1] 朱镕基总理在九届全国人大五次会议的《政府工作报告》中指出：“切实加强社会信用建设，逐步在全社会形成诚信为本、操守为重的好风尚。”中国《公民道德建设实施纲要》将“诚信”列入20字公民基本道德规范，是非常有意义而及时的。

[2] 《孟子·离娄上》

[\[关闭窗口\]](#)