

从语义学角度看“企业社会责任”的内涵*

上海质量管理科学研究院课题组

摘要：在借鉴、对比国内外企业社会责任既往概念的基础上，从语义学角度，对“企业”“社会”和“责任”三个关键词进行溯源分析和诠释，并结合中国企业实际，提出了对企业社会责任概念的释义，并明确了企业履行社会责任的主体、对象、目标、内容和方式等要点。

关键词：企业社会责任；利益相关方；可持续发展；语义学

“企业社会责任”（Corporate Social Responsibility, CSR）的概念，自20世纪初期由西方学者首次提出以来，由于企业在经济社会发展中的地位和作用在不断演变，企业发展的境遇和主要矛盾在时常切换，导致不同时期、不同地域、不同性质的企业，对企业社会责任的认识存在显著不同，相应地，有关企业社会责任概念的内涵，迄今已出现上百种各式各样的概念界定，目前还没有一个被普遍接受。这种百家争鸣，不断地丰富着企业社会责任的内涵，推动了企业社会责任的与时俱进。

一、关于“企业社会责任”概念的既往探讨

从国内外对企业社会责任概念的探讨历程看，可以按照社会各界对这一概念关注的范围和程度，大致划分为三个阶段。

1. 20世纪20年代至60年代：关于企业该不该履行社会责任的争辩

1924年，美国学者欧利文·谢尔顿（Oliver Sheldon）在其著作《管理的哲学》（The Philosophy of Management）中提出了“企业社会责任”的概念，这是迄今为止对“企业社会责任”概念的最早描述。他把企业社会责任与企业经营者满足产业内外各种人群需要的责任联系起来，并认为企业社会责任含有道德因素在内。

1953年霍华德·R. 鲍恩出版了《企业家的社会责任》，认为企业有义务按照社会的目标和价值观确定政策、做出决策和采取行动，从而正式提出了现代企业及其经营者必须自觉承担社会责任的观点。鲍恩因为认识到大型企业所拥有的权力及其经营活动对社会所造成的重大影响，从此开创了企业社会责任研究的领域，并因此被誉为“企业社会责任之父”。

20世纪60年代至70年代，众多学者也加入到企业社会责任概念的研讨中来。不过，总体而言，直到上世纪60年代末、70年代初之前，西方学者对企业社会责任概念的研究，更多是处于个体研究阶段，“企业社会责任”多被作为仁慈的利他行为而被处理为“外部性”问题，并长期置身于社会关注的视野之外。并且，当时的社会对企业到底该不该履行社会责任还存在较大争议，例如，诺贝尔奖得主弥尔顿·弗里德曼认为：“公司的社会责任就是为股东们赚钱”。著名的管理学大师彼得·德鲁克也认为：“企业首要的责任就是获取足够的利润以弥补将来的成本，假如这个社会责任没有实现，其他的社会责任也不可能实现”。

2. 20世纪70年代至90年代末：经济、社会与环境开始并重

自20世纪70年代开始，对企业社会责任概念的研讨逐渐深入并引发广泛关注，先后出现了三个同心圆、金字塔、三重底线等具有代表性的理论学说，对企业社会责任问题的研究重点逐渐从“是什么、是否需要”开始转向“如何实施”，对企业社会责任概念的理解，被赋予了更多实践层面的意义。

1971年，美国经济发展委员会在《工商企业的社会责任》报告中，运用“三个同心圆”理论，将企业应履行的责任划分为从内到外三个层面。内圆是指企业履行经济功能的基本责任，中间圆是指企业履行经济功能要与社会价值观和关注重大社会问题相结合，外圆是企业应承担更广泛地促进社会进步的无形责任。卡罗尔(Carroll)于1979年提出了一个至今仍被广为引用的概念，即“企业社会责任包含了在特定时期内，社会对经济组织经济上、法律上、伦理上和自行裁量的期望”。该定义首次明确将企业社会责任的内涵按发展顺序划分为企业的经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任之和，并以金字塔形式划分了各种责任的层次。英国学者约翰·埃尔金顿提出了“三重底线”理论，认为企业行为要满足经济底线、社会底线与环境底线，追求经济、社会和环境价值的基本平衡。

总体看，这一阶段西方学者对企业社会责任概念的研究呈现出如下特点：

(1) 对企业社会责任概念及相关问题的研究已经引起广泛关注，呈现出百花齐放、百家争鸣的态势，新的概念和主题不断衍生，相关理论学说纷纷提出，反映出对这一问题的理解在不断深入和不断系统化、理论化。

(2) 研究的主体还主要是在学术界，但一些国际组织、行业协会及政府部门也开始加入进来。研究的重点也逐渐从理论层面转向操作层面，对概念的理解在从相对宽泛走向不断明确，责任的内容普遍涵盖了经济、社会与环境三方面的考虑，更系统、更具可操作性的企业社会责任理论框架正在逐渐形成。

3. 21世纪初至今：均衡地考虑利益相关方的期望

进入21世纪，经济全球化趋势深入发展，履行社会责任已经成为全球企业的共同选择和追求。对企业社会责任概念的探讨逐渐超出学术研究领域，包括联合国、世界银行、欧盟等国际知名组织在内的各类组织和协会，也纷纷提出对企业社会责任概念的不同理解，从不同角度对企业社会责任进行了界定。例如欧盟(2001年)提出：企业社会责任是指企业在自愿的基础上，把社会和环境的影响整合到企业运营以及与利益相关方的互动过程中。世界银行认为，企业社会责任，是企业与关键利益相关方的关系、价值观、遵纪守法以及尊重人、社区和环境有关的政策和实践的集合，是企业为改善利益相关方的生活质量而贡献于可持续发展的一种承诺。

作为企业社会责任相关研究的集大成者，国际标准化组织在《社会责任指南》标准(ISO26000, DIS版)中，将组织的社会责任定义为：通过透明的和道德的行为，组织为其决策和活动给社会和环境带来的影响所承担的责任。这些透明和道德行为包括：

- 有助于可持续发展，包括健康和社会福祉；
- 考虑利益相关方的期望；
- 遵守适用法律并与国际行为准则一致；
- 融入整个组织并践行于其各种关系之中。

总结近十年来有关企业社会责任概念的研究，可以看出，目前国内外对企业社会责任的概念内涵正在逐渐达成共识：

(1) “利益相关方”的观点逐渐成为主流，即强调企业既要对所有者负责，也要对其他利益相关方如顾客、员工、社区等负责。企业要识别运营和决策所涉及的利益相关方，从相关方期望出发承担应尽的责任等。

(2) 可持续发展的理念逐渐融入进来，普遍将企业社会责任与企业的长期、可持续生存和发展联系起来，强调经济、社会和环境价值的并重，强调既要当代负责，也要对子孙后代及自然环境负责。

二、对“企业”“社会”和“责任”的语义诠释

探讨学术问题，首要明确它的概念与涵义。仔细分析各种企业社会责任的概念可以发现，这些界定大多从企业是否应该承担社会责任，或承担什么样的社会责任角度来概括企业社会责任的概念，但由于对企业社会责任的观察视角不同而存在较大分歧。本文试图从语义学角度，分别对“企业”“社会”和“责任”三个关键词进行诠释，从词源角度剖析企业社会责任的本质。

1. 何谓“企业”

企业是社会的细胞，是向社会提供各种产品和服务的基本经济组织。人们的衣食住行、生老病死，以及人们所有器官能够体察到的，几乎所有的东西和事情无一不与企业有关。那么，到底何谓企业呢？

从经济学理论看，1937年科斯发表了《企业的性质》(The nature of the firm)，从交易费用的角度探讨了企业的起源与边界问题，认为企业和市场是相互替代的，当有些交易在企业内部进行比通过市场进行所花费的成本要低，即企业能够比市场节约交易费用时，企业就出现了。当在企业内组织交易的成本扩大到等于市场组织交易的成本时，企业与市场之间的边界也就划定了。

德鲁克认为，要想知道企业是什么，必须从理解企业为什么而存在开始，企业存在的唯一目的就是：创造顾客，即企业是为了企业以外的那些需要它的产品和服务的社会的人群而产生、存在和发展的，并不是为了照顾投资人和在企业中工作的人们的愿望或利益而存在的。是顾客决定了企业是什么，因为只有顾客，通过其对商品或服务的购买，才能使经济资源转化为财富，物品转化为商品。

从词源角度看，根据《高级汉语词典》，“企”字从人从止。上面是一个人，下面是“止”，在古语中表示脚，因此，“企”字表示一个人在踮起后脚跟看，有企立、企足的意思。“业”对应的古体字是“𠄎”，是一个象形文字，本义是古时乐器架子横木上的大版，刻如锯齿状，用来悬挂钟磬等，今义指事业、功业、学业等。

根据MBA智库百科，“企业”一般是指在社会化大生产条件下，从事生产、流通与服务等经济活动的营利性组织。“企”表示企图，“业”表示事业，企业顾名思义是企图事业，但专用于商业领域，表示企图冒险从事某项获取利润的事业。作为一种组织，企业是指“应用资本赚取利润的经济组织实体”。

在我国，长期以来将企业看作为从事产品生产、流通或服务性活动等实行独立核算的经济单位。从法律的角度看，凡是经合法登记注册、拥有固定地址而相对稳定的经营组织，都属于企业。

随着经济与社会的发展进步，企业责任问题越来越引发关注。不过，企业履行责任的内容和重点，与企业的性质密切相关。我国在不同历史时期，由于企业的性质不同，其责任与使命也不同，企业往往表现出不同的责任意识。例如，洋务运动中企业的责任主要是师夷长技以制夷，近代中国民族企业的主要责任是产业报国、实业救国，当代中国企业的主要责任则是可持续发展，以人为本。

在履责主体方面，企业是承担社会责任的主体，但具体代表企业活跃在前台的往往表现为股东、董事、监事、经理等当事人，因此，我们在谈及企业社会责任时，根据不同的情形，有时候指企业法人本身，有的时候是指实际控制企业运转的管理层和治理者。例如，现代企业尤其是大型股份有限公司的治理结构，采取的是所有权与经营管理权相分离的治理模式，企业的经营管理层，其中主要是董事会在事实上控制了公司的权力，因此，在现代大型股份有限公司中，往往是由董事会决定企业的对外行为，董事会的成员们就是实际履行企业社会责任的主

体。

2. 何谓“社会”

对比既往有关企业社会责任的各种概念，可以看出，产生概念分歧的一个主要根源就在于对“社会”一词的理解不同。例如，有的学者把“社会”理解为形容词，把“社会”视为责任的性质，把“社会责任”理解成是非经济的、非金钱的责任，从而与经济责任、法律责任、道德责任相并列而言。基于这一认知，这些学者进一步考究了企业社会责任与他种责任的区别。第二种视角是把“社会”理解成责任的客体及内容，认为企业是以营利为其生存的目的，但在营利过程中务必处理好与其他社会成员之间的利益分配关系，企业的社会责任源于企业经营过程中与其他社会成员之间的利益冲突和摩擦的调整。

从词源上看，“社会”一词源自拉丁语“socialis”，原意为联盟伙伴。在中世纪，“社会”等同于“政治”。18-19世纪以后，以卢梭的《社会契约论》为标志，社会与政治（或国家）开始分离，成为独立的领域，“社会”一词开始与工业化产生的社会后果和问题以及早期资本主义联系在一起，同时产生的新词语还有社会运动、社会组织、社会革命、社会公正、社会福利政策、社会福利国家等。

作为历史唯物主义的创立者，马克思极其深刻地意识到“社会”对于“历史科学”的奠基作用，并非常科学客观地对“社会”进行了阐述。马克思认为，“人是一切社会关系的总和，是一个具体的历史范畴”；“社会不是由个人构成，而是这些人彼此发生的那些联系和关系的总和。”社会是一个起源于物质生产过程的具体历史范畴，人们在生产物品的同时，也生产他们之间的关系，这些生产关系总合起来就构成所谓的社会关系，构成所谓的社会，并且是构成一个处于一定历史阶段上的社会，具有独特特征的社会。作为一种最高级的存在形式，社会是从自然界中逐步发展出来的，人口、地理环境和能源等构成了社会赖以生存和发展的不可或缺的自然物质基础，但它们并不构成社会存在的实质内容。

根据马克思对“社会”概念的理解，社会指的是一切社会关系的总和，是一个关系性的存在。那么，对企业而言，它所面对的社会是什么呢？我们认为，广义而言，企业所面对的社会是一个宽泛的社会关系的总和，包括人类社会、资源环境、动植物等，这些存在都或多或少、或直接或间接地与企业的活动联系在一起。狭义而言，企业所面对的社会就是它的利益相关方（stakeholder），是与企业运营活动存在利益关系的个人或群体。

利益相关方究竟包括谁？通过总结西方学者有关利益相关方的划分，可以得出三种不同看法。第一种看法比较宽泛，认为凡是能影响企业活动或被企业活动所影响的人或团体都是利益相关方，股东、债权人、雇员、供应商、消费者、政府部门、相关的社会组织和社会团体、周边的社会成员等等，全都可纳入此范畴。第二种看法认为，凡是与企业有直接关系的人或团体才是利益相关者。这种观点排除了政府部门、社会组织及社会团体、社会成员等。第三种看法对利益相关方的定义最窄，认为只有在公司中下了“赌注”的人或团体才是利益相关方。这一定义与主流经济学中的“资产专用性”概念相关，用主流经济学的语言重新表述，即凡是在企业中投入了专用性资产的人或团体才是企业的利益相关方。

ISO26000（DIS版）中对“利益相关方”的界定是：与组织的任何活动或决策有利益关系的个人或群体。这一定义概括了利益相关方的主要特征：1）与组织存在利益关系；2）既可以是个人，也可以是一个群体；3）既可能受到组织决策与活动的影响，也有可能影响组织的决策与活动。正是基于对利益相关方的考虑，ISO26000标准在其核心主题与指南中，提出了组织治理、人权、劳工实

践、环境、公平运营实践、消费者问题、社区参与和发展等七个方面，涉及到投资方、员工、环境、合作伙伴、消费者、社区和社会等主要相关方。

借鉴西方学者特别是 ISO26000 标准（DIS 版）对利益相关方的界定，结合中国现阶段国情，从增强企业履行社会责任的可操作性角度出发，我们将中国企业履行社会责任的利益相关方界定为：任何可能受到企业决策与活动的影响，或可以影响企业决策与活动的各种利益群体，主要包括顾客、环境、员工、合作伙伴、社区、投资方等六个方面。在这里，“顾客”的范畴包含了客户和普通消费者；“环境”包括资源与能源、污染物减排等；“合作伙伴”包括了供应商、经销商甚至竞争者；“投资方”则包含了股东、产权人、债权人等出资方。

3. 何谓“责任”

对“责任”一词的不同理解是造成“企业社会责任”概念分歧的又一根源。“责任”一词被广泛用于法学、伦理学、社会学、管理学等领域，人们从不同的侧面，在不同意义上使用“责任”这一概念，从而造成了“责任”一词的多义性。

在汉语中，“责任”有三重含义：其一，使人担当起某种职务和职责；其二，份内应做之事；其三，做不好份内应做的事，因而应承担的过失。第一重涵义把“责任”作为复合词，大都见于古代汉语中。现代汉语中的“责任”是从古代汉语中的“责”演进而来的，一般是指第二和第三重涵义，即“责任”是指份内应做之事或因做不好份内应做之事而应承担的过失。

在这里的“份内之事”是指与自己所扮演的角色相适应的行为，在社会中的角色不一样，责任主体的份内之事也有所不同，责任的具体内涵也就有区别。换言之，责任主体的社会角色有分别，适用的社会规范就不一样，而社会规范的层次及其调整社会关系的范围、对象、手段不同，责任的性质也就有差异，如经济责任、社会责任、法律责任、道德责任等。具体到企业而言，面对不同的相关方，企业所扮演的社会角色有所不同，社会对企业这一经济组织的理性行为预期也不同，例如，顾客希望企业提供物美价廉的产品，投资方则希望企业能够完善公司治理，持续保值增值等。如果企业没有做好这些份内之事，则应受到谴责和制裁，企业将被迫接受社会处置。

在英文中，表示“责任”的词是“responsibility”，该词是从 respond 一步一步发展而来的。respond 是一个动词，意思是“回答问题”，然后从 respond 发展为 response，演变为名词，意思是响应、回应。从 response 又发展出 responsive，作为形容词表示“回答的”，如果人们想说“这一句话带有回答问题的性质”，就可以用 responsive 表示。从 response 又可以发展成另一个形容词 responsible，意思是“能够做出回答的”，或“必须做出回答的”。在 responsible 后面加上介词“to”，就是对谁提出的问题必须做出回答，如果加上介词“for”，则表示要为怎样的事必须做出回答，于是就引申出“责任”的概念，即：对谁提出的问题必须回答就是对谁负有责任，为什么事情必须做出回答就是要为什么事情负责。再进一步，在 responsible 后面加上 ty，就从形容词演变为名词“responsibility”，这就是现在所讨论的“责任”。

综合以上有关“责任”的中英文词义分析，我们将“责任”理解为：在扮演一定社会角色过程中，理所当然应该做的事情或行为，包括因为没有做好这些事情而应该承担的补救行为。

三、对“企业社会责任”的界定

借鉴国际国内有关企业社会责任概念定义的演变与趋势，特别是综合以上对“企业”“社会”和“责任”概念的语义分析，本文给出如下企业社会责任的定

义：

企业社会责任，是指企业高层管理者为实现自身与社会的可持续发展，对其决策和活动给顾客、环境、员工、社区、合作伙伴和投资方等利益相关方所带来的影响而承担的份内应尽的义务。

上述定义包含了解“企业社会责任”这一概念的几个要点：

(1) 该定义指出了企业履行社会责任的主体是企业的管理者，特别是最高管理者，他们是代表企业承担社会责任的主体。

(2) 该定义明确了企业履行社会责任的客体是其决策和活动所涉及的利益相关方，主要包括顾客、环境、员工、社区、合作伙伴和投资方。

(3) 该定义揭示了企业履行社会责任的动力和目标。企业履行社会责任的内在动力是追求企业自身和社会的可持续发展，这是企业赢得社会存在的合法性与合理性的内在原因与根本依据。

(4) 该定义暗含了企业履行社会责任的主要内容。企业作为一种社会存在，在与其相关方交互活动过程中扮演着不同的角色，不同相关方受到企业决策和活动的不同影响，对企业责任行为的期望也不同，为此，企业需要系统识别自己的利益相关方，分析其需求和期望，在企业正常存续时间和空间范围内，始终充分考虑决策和活动对利益相关方的影响，统筹兼顾利益相关方的期望和自身可持续发展要求，追求经济、社会和环境的社会价值最大化。

(5) 该定义反映了企业履行社会责任的方式。企业在履行社会责任时，必须把对利益相关方和自然环境负责任的理念和行为，有机融入企业任何决策和活动过程，将责任行为作为份内应尽的义务，作为日常经营活动中的有机组成部分来实施。