

【社会现象与社会问题研究】

人际诚信的构建路径研究

欧阳兵

摘 要 在诚信危机困扰社会的今天,人际诚信已超出了对个体人品要求的范畴,它更多的是“德化”与“物化”的综合体。从微观上看,人际诚信可分为言语交往人际诚信、商品交易人际诚信、求助场域人际诚信和食品安全信息发布人际诚信四种形态,其个案研究的结果揭示了四种人际诚信形态增进的约束条件,从中又可引出广义人际诚信增进的一般进路,即“跷跷板模型”,其中博弈关系、追求均衡与政府和社会的力量推动是该模型的三大要义。实际运用中则应突出政府和社会的主体作用,以实现模型分析向一般形态的人际诚信构建的回归。

关键词 人际诚信;诚信构建;均衡

中图分类号:C913

文献标识码:A

文章编号:1003—0751(2013)11—0064—05

人际诚信的问题学术界关注已久。国内已经形成的两个学派为这一议题奠定了研究范式:“总体”学派视野开阔,研究诚信的历史渊源、内涵正义、道德规范等,以郑也夫、王春光等老一辈学者为代表;“微分”学派受国外研究方法的影响,专注于人际诚信的技术细节,解剖人际诚信中起自变量作用的地域、职业、种族等因素,以彭泗清、王飞雪等一批中青年学者为代表。无论上述哪一种范式,都有着对实证研究价值功用的肯定,后者则更是加以力行。本文赞同“生活问题”可以用“经验方法”也即实证的方法来解析的观点。不仅如此,笔者也试图从人际诚信分种类的个案研究入手,见微知著式地探寻解决当前社会人际诚信危机的大致路径。

一、中外关于人际诚信的“德化”与“物化”之辩

先有之辩,后有之义。中国哲学里面,诚信是放在“德化”的体架内来定义、思考、审视和讨论的。

春秋以降,人际诚信就已经在先贤哲人那里成为一个关注的道德话题,并得到了倡导。孔子曾说:“克宽克仁,彰信兆民。”意思是说民众多么希望诚信能够和宽厚、仁爱这样的品德一样在自身周围

蔚然成风。孟子也说:“朝不信道,工不信度……国之所存者幸也。”就是说官不讲诚信之道,民不遵诚信之约,这样的国家能存在下来真是新鲜事。此话仍然是对诚信之道德属性的确认。孔孟甚至认为,“精诚所至,金石为开”、“君子一言,驷马难追”所具有的优秀品质都是德化的结果。及至战国群雄争霸,世临乱局,受韩非子等人“信人,则制于人”思想的影响,世间讲诚信之风开始日渐销声匿迹。

西汉推行“独尊儒术”的国策后,诚信之风又开始吹回朝野,“至诚遗物而不与变,躬宽无争而不以与俗推”成了对诚信者崇高道德的礼赞,诚信的德化思想得到了进一步固化。但三国时期对人际诚信“唯诚是尊”的褒奖势头又再次陷入阻遏。魏国的嵇康就曾主张:“是以善执生者,见性命之所宜,知祸福之所来,故求之实而防之信。”一时间,“防人之心不可无”的交际观竟成颠扑不破的劝世良言,与此同时带来的是对以诚信为道德修养的认识的又一次伤害。

诚信即圣德思想的完全巩固至无移始于唐朝。贞观四年,刚平定天下的唐太宗李世民就发出了“推心至诚,庶几王道”的感慨,为对当时弱化了

收稿日期:2013—06—26

作者简介:欧阳兵,男,中共江西省委党校经济社会发展战略研究所副所长,研究员(南昌 330003)。

诚信德化论的“反浇还淳”增添了行政力量。延至宋元明清四代,劝诫、修诚的社会氛围日趋浓厚,诚信德化论主张得到了显著加强。程朱理学中,程颐从行为学角度提炼人际诚信:“如人接物以诚,人皆曰诚人,盖是素来诚,非因接物而始有此诚也。”

“‘诚者自成’,如至诚事亲则成人子,至诚事君则成人臣。‘不诚无物,诚者物之终始’。”朱熹则更进一步从本体论角度阐发了诚信德化论思想:“致知而后诚意、正心、修身,诚意、正心、修身而后齐家、治国、平天下之道也。”“诚能体而存之,则众善之源,百行之本。”“若‘诚之者,人之道也’便是信。”到了明朝中后期,王阳明又从心、性、天、原(源)的关系上更深地论证揭示了诚信德化论思想:“性是心之体,天是性之原,尽心即是尽性,惟天下至诚为能尽其性,知天地之化育。”又说:“良知上自然的条理,不可逾越,此便谓之义,顺这个条理,便谓之礼,知此条理,便谓之智,终始是这条理,便谓之信。”至此,中国哲学史上一趟诚信德化论的申辩之旅便以众贤哲几乎一致的共识而告终。

较之中国,西方哲学在主张诚信“德化”的同时,主张诚信“物化”之声不啻是一道独特的风景线。所谓诚信物化,即认为诚信作为一种文化和文明进步的结晶,它不是受个体道德修养影响的内生变量,而主要是受周边环境影响的外生变量,是“有形的”、“器具的”。亚里士多德就说:“正直的人是因为具有诚实的性质而取得他的特性的,但……那些以某种其他方式依赖他们的事物,便被认为具有某种特殊性质(即诚实可以因外界的改变而改变——笔者注)。”英国资产阶级革命后,新兴的资产阶级需要为破除封建世袭制寻找理论依据,霍布斯也就在此时提出了他的诚信物化论:“上帝本来就用道理、实例和若干自然的与平常的事情来使人行诚敬、信义、仁爱、诚实、信仰等等美德。”边沁则把人的简单快乐和简单痛苦分为虔诚之乐和虔诚之苦(当然不只这两种),认为决定虔诚是乐抑或

苦,从而决定虔诚与否的“可能像是影响敏感分量或其偏向的肉体构造之基本差异中”。斯密在《道德情操论》中更是直言不讳地把人们所体现出的正直和诚实归结于是受宗教人士循规蹈矩和一丝不苟的影响所致,而非自身修炼的高低。至于当代,吉登斯觉察出在诚信的外环境下,“运作着多种潜在的或明显的势力,它们限制了……人的权利,使他们诚实、公正、一致地履行其职责……而行事”。哈贝马斯更执着地断定:“在不求助于合法化的情况下,没有一种政治系统能成功地保证大众的持久性忠诚”——一种政治上的诚信。由是观之,西方哲学中的诚信物化论颇有一批大腕级的“拥趸”。

诚信的“德化”与“物化”,是耶非耶?其实,依本文来看,“德化”与“物化”之辩反映了两个度量场域:度量诚信的正义属性,从德化论较好;度量诚信的技术属性(如建构、向量等),从物化论较适宜。本文正是从后一种属性来探讨人际诚信的。

二、人际诚信的种类及其个案研究

人际诚信有多种,本文根据核心价值体系与人们日常行为的紧密程度,把人际诚信分为四种:言语交往人际诚信、商品交易人际诚信、求助场域人际诚信和食品安全信息发布人际诚信,并分别进行个案研究。研究方法以田野调查法中的个别访谈为主,访谈的对象随机选取,保持适当的数量、规模;目的是通过四种人际诚信增进过程中约束条件的分析,用归纳法揭示出推进人际诚信建设的一般逻辑,前提是依据唯物史观,确认人际诚信不光取决于主体的道德内化,更受制于主体之外的客观力量。

1 言语交往人际诚信

言语交往是一种最常见、最简单的人际交往,也是其他人际交往的基础,陌生人之间的言语交往更具代表性。实地调查时,笔者分批次对乘坐火车、轮船等长途运输工具的83名旅客进行了随谈,调查结果见表1。

表 1

问题(1、2)		回答			
当遇到陌生人时您会否对其实话相告?	不会	看对方和善否	要看什么事	说不清	会
	45人,占 54%	14人,占 17%	11人,占 13%	11人,占 13%	2人,占 2.4%
跟陌生人聊天时您会相信他说的话吗?	不会	看对方的身份	听对方的语气	说不清	会
	36人,占 43%	18人,占 22%	7人,占 8.4%	14人,占 17%	8人,占 9.6%

比较表1中对两个问题的回答可知:第一组中对陌生人主动不说真话的情况要多于被动采信的情

况,而第二组中由对方的身份决定采信陌生人的情况又多于由对方和善决定实话相告的情况;第三组

说明所告诉事情的性质对决定是否相信对方的作用要大于对方语气的性质。由表 1 可知 增进言语交往人际诚信的约束条件是 第一 交往双方所处的态势。主动说真话较难 被动采信较易。换言之 态势上的落差构成了诚信的屏障。第二 对方透露出的物质、非物质信息。物质信息包括地位标识 非物质信息包括待人素养 它们分别决定信人言与说实话。第三 所言事项的属性及对等。一般情况下 如果不

涉及谈话的隐私内容 言语交往诚信大多能维持下去 但在确涉隐私内容的情况下 如果一方率先和盘托出 另一方有时也有可能同等呼应。

2 商品交易人际诚信

经济活动中最重要的人际诚信是核心价值体系在市场秩序中的体现。此次调查的个别随谈在商场、批发市场、街摊旁等处进行 访谈对象 77 人 其中 买方 42 人 卖方 35 人 调查结果见表 2

表 2

问题 (1 2)			回答		
当收到假钞时您会否继续用于买卖? (77 人)	会 35 人, 占 45%	不会 9 人, 占 12%	要看多少钱 16 人, 占 21%	看用的场合 10 人, 占 13%	自认倒霉 7 人, 占 9%
您会如何处理被顾客退货的问题产品? (35 人)	按原价再卖 17 人, 占 49%	退回供货商 4 人, 占 11%	打折再卖 6 人, 占 17%	用于促销赠送 7 人, 占 20%	自认倒霉 1 人, 占 2.8%

把收到的假钞继续用于交易 不仅违反了人民币管理条例 还反映了持币者的诚信。问题 1 的最佳答案是“不会” 但遗憾的是 回答“会”的比例最高;“要看多少钱”、“看用的场合”跟“会”还接近;而“不会”与“自认倒霉”的回答比例却处于次低与最低。同样 问题 2 的最佳答案应是“退回供货商” 但“按原价再卖”占了店主回答的近半数,“打折再卖”、“用于促销赠送”也分别处于回答比例的第三高、第二高。综合表 2, 可得出增进商品交易人际诚信的约束条件是 第一 监管无盲区。监管盲区助长了假币流通和以劣充优的侥幸心理 使假币流

通者和售劣贩假者由首鼠两端变为无所顾忌。第二 平时的诚信教育。“要看多少钱”、“看用的场合”、“打折再卖”、“用于促销赠送”说明 当事者人性中向诚的一面尚存 应归功于日常的教化。第三 救济机制。社会若能对主动或消极不用假钞以及对退回供货商或消极的下架问题产品所产生的费用予以救济 那么讲诚信的正气则可由式微而变得光大。

3 求助场域人际诚信

求助场域人际诚信的调查集中在“路人跌扶”、“入户求助 施助”两个假设场景 调查对象主要是路人、顾客、户主 共 57 人 调查结果见表 3

表 3

问题 (1 2)			回答		
当遇到路人跌倒时您会怎么做?	走开 28 人, 占 49%	看热闹 13 人, 占 23%	犹豫帮否 9 人, 占 16%	报警 5 人, 占 9%	搀扶 2 人, 占 3.5%
当有人想进您家求助或借您家施助他人时您会怎么办?	不搭理 9 人, 占 16%	要对方去别处 5 人, 占 9%	核实对方的身份 24 人, 占 42%	很纠结 6 人, 占 11%	爽快开门 13 人, 占 23%

对问题 1 的回答中 带否定性心态的有“走开”、“看热闹”, 占到 72%, “犹豫帮否”的心态介于“看热闹”与伸出援手之间, 而“报警”、“搀扶”的积极心态只占到 12.5%。对问题 2 的回答情况稍好些, “不搭理”、“要对方去别处”、“很纠结”的否定性心态只占到 36% 但“核实对方的身份”占了最高的比例 比“爽快开门”高出近两倍的百分点。因此 增进求助场域人际诚信的约束条件是: 第一 富于同情心。有了同情心 至少会在问题 1 中作答“犹豫帮否”、“报警”甚至“搀扶”, 在问题 2 中作答“核实对方的身份”、“很纠结”直至“爽快开门”。第二 去除多疑心。疑心固然无可厚非 但确对人际诚信有影响。如“走开”、“看热闹”、“不搭理”、“核

实对方的身份”、“要对方去别处”都有多疑的影子。第三 涵润道德心。道德心的滋养 会对人际诚信的抑制产生反制 以“要对方去别处”、“很纠结”最为典型 其次为“犹豫帮否”。

4 食品安全信息发布人际诚信

互动主体大都是信息发布的官方、企业和信息接受的消费者。考虑到企业在信息发布中的重要地位 此轮田野调查的 51 名对象中 有企业人士 22 人 调查结果见表 4

调查结果反映 该场景人际诚信的总体状况不够理想。问题 1 的否定性作答 如“袒护产品”、“走过场”、“专家的说法”、“反应被动”, 占到 90% 大大高于“总体可信”的占比。问题 2 的否定性作答

占到 77%,也高于“有监督作用”的占比。由此可知,增进食品安全信息发布人际诚信的约束条件是:

表 4

问题 (1,2)	回答				
您对发布的食品安全信息持何态度? (29人)	袒护产品 7人,占 24%	走过场 5人,占 17%	专家的说法 8人,占 28%	反应被动 6人,占 21%	总体可信 3人,占 10.3%
您对民众质疑食品安全信息有何看法? (22人)	造谣 2人,占 9%	无中生非 4人,占 18%	搞噱头 7人,占 32%	反应过度 4人,占 18%	有监督作用 5人,占 22.7%

第一,信息要对称。A方掌握的信息短缺于B方,A方必然会对B方的行为作出误判,反之亦然。第二,沟通要充分。消费者和信息发布方之间若存在反馈的隔离墙,就会埋下猜疑的种子,加重误解。第三,举言要避嫌。消费者网民用匿名质疑食品安全信息,对方就有理由怀疑其诚信度注水;同时,信息发布方不用独立的第三方检测机构而用本系统的所谓“权威发布”,或自行委托质检院所来自证清白,也会授人以失信之柄。

三、四种人际诚信个案研究的启示

1 人际诚信的实质是一种相互博弈的过程

从行为主体看,第一种、第四种人际诚信中问题1和问题2之间的双方一正一反,是博弈关系;第二种、第三种人际诚信中的博弈关系则存在于问题内部(如收到假钞者与使用假钞者的博弈,跌倒者与搀扶者的博弈)。从回答内容看,模棱两可、不置可否的表述反映了当事人一种游离观望的中间态,体现的正是当事双方的博弈关系,它们大致处于回答栏的第二、三、四列位置,且三者之和占了很高比例。

2 博弈中的均衡是双方实现诚信的一个必要条件

上述诚信中的诸多约束条件都与双方的“均衡”相关:第一种诚信中的“交往双方所处的态势”与“所言事项的属性及对等”,蕴意着态势上的均势或说话内容上的对等。第二种诚信中的“监管无盲区”与“救济机制”也体现出均衡之意,对于使用假币和售劣贩假的行为,政府和社会应该“压”,对于市民主动上交假钞、商家主动下架问题产品的行为,政府和社会应该“顶”,以此来拉平二者的气场。第三种诚信中的“富于同情心”意味着搀扶者怜悯跌倒者的同时,跌倒者也应体恤搀扶者而不应倒打一耙,如此社会上就会多一些一方助人为乐、一方心存感恩的温馨场面;“去除多疑心”通过给入户求助/施助者的诚信以足够的信任来均衡双方关系,使一方的诚信得到肯定的回应,求助场域中的人际诚信

就会得以延续并健康发展。第四种人际诚信无论从媒体、民众的互动还是从该诚信增进的三个约束条件来说,都是产生于信息接受方和发布方的均衡。

3 人际诚信增进的一般进路:“跷跷板模型”



图 1 “跷跷板模型”图

该模型概括了四种人际诚信增进的一般进路,其含义是:在确立人际诚信可以作为一种外在博弈的形态并可用技术工具加以优化的认识基础上,后续演进的关键就是要使甲乙博弈双方保持均衡,保持均衡的关键是找到均衡点,找到均衡点的关键是位移;位移的关键是借助某一外力;在“国家—市场—企业”三分法的视域下,某一外力只能来自外,即政府和社会。

4 政府和社会对博弈均衡点的影响

政府和社会对博弈均衡点的影响中有两个问题需要引起重视。第一,过多渲染人际交往中失诚的一面。当下讲诚信始终是社会的主流,不诚信虽然比较严重,但远未达到与讲诚信等量齐观甚至一边倒的程度。然而一些地方政府或是出于对民众善意的提醒,一些媒体或是追求“吸睛”效应,津津乐道于对一些不诚信案例的所谓解剖,主观上是教育人们防止上当受骗,客观上却起到了强化“老实人吃亏”的认知,误导了人们将“见面只说三分话”式的诡谲狡黠作为打交道不吃亏的“法宝”,好像人际交往无处不算计、无时不陷阱。第二,政府和社会系统的诚信建设还有疏漏。如果政府和社会系统的诚信这块“铁”自身不硬,则在上述模型中无力移动,来定位人际诚信的均衡点。例如,前不久发生的大米镉超标事件,食药监局只公布抽检结果不公布厂家的做法,让相关部门的“要让那些为了谋财不惜害命的人倾家荡产、人头落地”的承诺难以取信于民。

四、人际诚信构建的路径:回归现实

中国社会有着人际诚信生长的良好土壤和条件,但现实中的人际诚信又问题重重,令人担忧。解决当前人际诚信不足问题“最实际”的切入点,就是四种人际诚信增进的“跷跷板模型”所进行的推演,即推进人际诚信增进的总推力只能来自政府和社会。在人际诚信构建方面,政府和社会可以从下面三个方面着力。

1 提升自身的公信力以推动人际诚信建设

政府和社会是人际诚信建设的标杆,虽然人际诚信不足与政府和社会公信力不足何者为因尚可讨论,但政府和社会公信力能够推动人际交往诚信这一点是毋庸置疑的。提升政府和社会公信力要注意防止和纠正以下行为:一是在重大公共事件中刻意遮掩,发布虚假信息。这种做法无异于弄巧成拙,最终往往是以政府和社会诚信的流失换回事件的“平息”。二是在工程项目的开发建设上与民争利。政府和社会(尤其是地方政府)越是淡化自利情结,就越容易建立起自身的公信力。三是热衷于搞所谓的形象工程、面子工程。形象工程、面子工程的危害性不仅是劳民伤财,损害政府形象,其深层危害还在于民众在感觉“被增长”、“被提高”时所感受到的对政府和社会的诚信危机,而由此又将引发公民诚信建设动力不足的危机。四是以“程序正义”将部门利益合法化。掌握着公权力和资源的政府和社会天然地有着实行“程序正义”的便利和优势,在运用这种便利和优势的过程中是否包裹着部门利益,将成为政府和社会公信力增强与削弱的试金石。

2 更主动地担当起诚信建设的道义

政府和社会有促进人际诚信建设的道义,然而遗憾的是,政府和社会在促进人际诚信建设上似乎总是扮演着一个“看客”的角色,缺乏像抓国民生产总值增长那样主动投入的冲动。建议政府职能部门今后应不再向民众进行针对防范诈骗类行为的“善意”、“温馨”的提示,以扔掉苦口婆心的“劝告者”的帽子,还政府治理、打击践踏诚信行为的人和事的本职。对市场欺诈、社会行骗不是经常强调要“打防结合”吗?所谓的“防”,应指职能机关对破坏诚信行为的防范,广大民众则不宜被泛化为防范的主体。

3 通过制度创新、实践创新推动诚信建设

同现时其他问题一样,古老的诚信问题也适合

用创新的办法来解决。比如在制度创新层面,要树立“诚信需要风险补偿”的理念。诚信,首先是“诚”,其次才有“信”,在信息很难对称的今天,如果一方不诚而另一方却信了,那么相信对方的一方肯定就要承担风险,这时就应该在遭遇到风险伤害时得到相应的补偿。那么谁来给予补偿?自然是政府和社会。怎么补偿?制度创新上可考虑在刑法中增设“破坏诚信罪”,对严重破坏诚信的涉案人员要追究刑责,以作为对受害方的精神补偿,在与民事活动相关的各类法律中增设“诚信损失赔偿”责任附加条款,对破坏诚信的被告方处以严厉的处罚,以作为对坚守诚信者的经济补偿。综合来看,两种手段都可起到扬诚罚伪的作用。这是从消极的方面来说。从积极的方面来说,比如在实践中创新层面,中央电视台自2002年开展《感动中国》年度人物评选活动至今已评了12届,产生了极大的社会教育效应。其中也有对诚实守信楷模的表彰,但不多,且被其他项目获奖者所淹没。鉴于时下社会诚信危机积弊日久,非一日之功难以根治,中央电视台是否可以考虑增设《感动中国》十大诚信人物评选专项活动,让讲诚信、守承诺变为无上光荣,由此引领社会时尚。

注释

- 孔子:《尚书注训》,黄怀信注训,齐鲁书社,2002年,第115页。
孟子:《孟子文选》,李炳英选注,人民文学出版社,1985年,第108页。
韩非:《韩非子全译》,张觉译注,贵州人民出版社,1992年,第230页。
《春秋繁露今注今译》,赖炎元注译,台湾商务印书馆股份有限公司,第444页。
《嵇康集校注》10卷,戴明扬校注,人民出版社,1962年,第267页。
《唐太宗集》,吴云、冀宇编辑校注,陕西人民出版社,1986年,第276页。
士一:《朱熹·程颐处世语录》,海南国际新闻出版中心,1995年,第172、165、37、99、120页。
王阳明:《传习录》,阎绍注评,江苏古籍出版社,2001年,第12页。
王阳明:《王阳明全集》,世界书局,1936年,第70页。
耿云志:《胡适语萃》,华夏出版社,1993年,第86页。
[古希腊]亚里士多德:《工具论》,李匡武译,广东人民出版社,1994年,第34页。
[英]霍布斯:《利维坦》,黎思复等译,商务印书馆,1996年,第341页。
[英]边沁:《道德与立法原理导论》,时殷弘译,商务印书馆,2000年,第113页。
[英]吉登斯:《公民身份与社会阶级》,郭忠华等译,江苏人民出版社,2008年,第69页。
[德]哈贝马斯:《交往与社会进化》,张博树译,重庆出版社,1989年,第186页。
如中国乳制品协会发布消息称中国乳制品价格、质量均好于国外乳制品,遭到网民质疑、吐槽。参见2013年5月6日《长春晚报》:《为什么不爱听你说话》。
龙玉琴:《让食品安全领域谋财害命者人头落地》,《南方都市报》2013年5月17日。

责任编辑 思 齐