

浅谈教育中的 伦理学

大连市统计局 付正萍

伦理学是以人类社会中的道德现象作为研究对象的,道德则是调整人们相互关系的行为规范及自我发展完善的特殊方式的总和。教育作为一种社会现象,在教育活动中人们结成一定的社会关系,为了保证教育工作的正常进行,除了通过教育的有关规范、组织纪律外,还应当通过道德来调节、控制人们间的相互关系及行为,而利益和道德的关系问题,包括经济利益和道德的关系,及个人利益和社会整体利益的关系,

是伦理学的基本问题,同样,教育现象中的利益和道德关系问题,是教育中的伦理学问题,对此,在我国现阶段,应当引起人们的关注并予探讨。

(一)

教育目的是教育活动的出发点和归宿,它在教育中有着重要的意义。教育目的从它提出的依据列具体内容都包涵着伦理因素。

三、借鉴国际技术创新统计的经验, 进一步发展我国科技统计

经济与合作发展组织(OECD)总结了各国队员技术创新统计的经验,编印了“推荐的技术创新数据搜集和解释指南”,即《奥斯陆手册》。这本《手册》已由国家统计局科技司组织编译出版。

《奥斯陆手册》是继《弗拉斯蒂卡手册》之后,OECD 制定的又一个科技统计的纲领性文件。《弗拉斯蒂卡手册》主要针对科技知识的产生、发展囊括了自然、工程和技术、医学、农业科学,社会科学及人文科学等各个领域,制定了全社会 R&D 统计标准,使科研机构,高等院校和企业等执行部门的研究与发展数据进入会计阶段,完成了科技统计的第一次综合,是科技统计发展史上第一座里程碑。虽然《奥斯陆手册》目前仅将技术创新统计范围局限于工业企业,尚未包括服务业等产业;但是,它针对科技知识的传播、应用,在多大程度上转化成直接生产力等

问题,作出了大胆而科学地探索。系统制定技术创新统计的标准,无疑将科技统计又向前推进了一大步。

当前,正值我国建立社会主义市场经济时期。在这种背景下,借鉴国际科技统计经验,对发展我国科技统计具有重要的现实意义。技术创新理论认为,市场是技术创新的出发点和归宿点,市场需求拉动与技术推动都是技术创新的源泉,在市场经济环境下,市场需求拉动更为重要。我们过去所进行的一些科技统计,不免受到计划经济模式的影响。现在所进行的技术开发统计,其宗旨是与技术创新统计是相通的,力求全面反映科技的发展,及其对经济生产的促进作用。但由于整个统计框架是建立在“技术开发”这个核心概念基础上,其统计范围、标准与技术创新统计有很大差距。这两年,我国也开始对技术创新进行统计,统计结果已展现了这项统计的巨大潜力和现实作用。我们应不失时机,在建立社会主义市场经济的过程中,尽快而稳妥地建立发展我国技术创新统计。

就教育目的的特征而言,它反映了个人利益和社会利益的关系。教育目的所反映的不是个人的目的、要求,而是整个社会、整个统治阶段意志的表现。

就教育目的依据而言,也存在伦理问题,教育目的根据什么而定,在理论上有两个争议较大的观点,一是个人依据论,认为教育目的应当由人的本性、本能的需要来决定,教育的最根本的目的就是人的本性和本能的高度发展;另一个是社会依据论,认为教育目的是由社会需要决定的,培养社会所需要的人才。其争议的焦点是:一个人应当为自己而受教育,还是为服务于社会而受教育。

教育的目的以社会为依据的思想观点在教育史上不乏其例。我国古代教育目的,更多的考虑是怎样维护奴隶主、封建主的阶级利益、社会利益、受教育者应当遵循伦常道德,不得犯上作乱。而个人的思想、个性、人格,则被严重的忽略了,甚至受到钳制和压抑。

在西方资本主义社会,更强调个人主义与自由主义的教育。片面强调个人利益,忽视个人应服从社会整体利益。

无论是个人依据论还是社会依据论,都是各执一端,没有正确处理好个人利益与社会利益的关系。马克思主义伦理学认为,在社会主义社会,劳动者的个人利益同社会利益是一致的,如有矛盾,那就需要“个人利益服从集体利益,集体利益要照顾个人利益。”因此不难理解马克思主义在教育目的制定依据这个问题上,坚持“社会需要与人的自身发展的辩证统一论”,并提出了人的全面发展的学说。

(二)

教育与道德,教育与伦理有着密切的关系。在社会生活中,道德和教育相互联系,相互影响,教育与伦理有着密切的关联。可是,教育伦理问题似乎并未引起当今社会及教育界的普遍关注。

其实,在中外教育史上,很多教育家、教育思想家都十分重视伦理道德,他们的教育思想

里包含着许多伦理思想,苏格拉底认为:知识是至善,知识是美德,美德由教育而来,教育目的在于通过认识自己而获得知识,最终成为有智慧、有完善道德的人。他曾经用他的“财产术”和学生讨论“善”、“公正”等伦理问题。亚里士多德在里克昂曾办起学校,经常和弟子边散步、边讲课。他写了西方第一本伦理学专著《尼克马克伦理学》。洛克在《人类理解论》虽提出了“白板说”,认为“人心中没有天赋的原则”,反对道德天赋说,论证了道德原则是后天的,是后天教育和习惯的结果。卢梭则提出自由和平等是不可剥夺的“天赋人权”,从自由和平等的人道主义出发形成了自然教育理论,要求教育应顺应人的自然本性,反对压抑儿童的个性,束缚儿童的自由,在中国,伦理学长期和哲学、政治、社仪和道德结合在一起,到近代才分化独立。中国古代、近代许多教育家都重视对道德理论的探索和研究,尤其是道德教育和道德修养。

伦理道德是教育的重要内容,而教育又是道德形成的重要手段。教育的目的总是含有一定的道德要求,且贯穿于全部教育活动之中,如:教育内容、方式、方法。无论是家庭教育、社会教育还是学校教育,无论是初等教育还是高等教育,无论是德育还是智育、体育、美育……等教育都含有伦理道德的因素,也正是通过这些教育和影响,才形成人们的道德意识、道德活动和道德关系。中国历来重视伦理道德,把它放在首位,伦理道德在教学内容中占了很大比重,例如:毛礼锐把蒙养教材分成五类,其中有三类和封建伦常道德有关连,岳母刺字,陆游作:“示儿诗”,在家庭中进行爱国主义教育,孔子主张赋予自然以道德内容,“以美比德”。

(三)

教育很早就起源于生产劳动,教师作为职业集团出现也很早,在长期的教育活动中形成了特定的行为规范,教师职业道德既是教育学的课题,又是教育伦理学的课题。

从教育工作者处理与事物、他人、自己的关系上分析,其职业道德规范主要有:

指数分析方法在市场经济体制下的应用

河北大学经济学院计统系 陈彦玲

指数分析方法虽然创立于西方,但它被引入中国之时,正是统计分析服务于计划体制的时代,所以指数分析在中国被囿于特定的体制范围,形成了固定的模式。该模式有两大特点:一是分析人站在检查企业的角度说话,二是侧重于对计算结果的说明,忽略了分析方法本身所蕴含的意义。

在当今对统计方法应用于市场经济体制疑问甚多的时候,笔者以为很多统计方法其实对市场经济活动的分析很有帮助。关键是我们拓展应用角度,开辟新的应用领域,从旧的圈子里跳出来。今试举一例予以分析。

例:销售额指数与市场营销活动分析

销售额指数是反映销售收入变化的相对数。它可以是两个同类总体销售收入的对比,也可以是某个总体报告期销售额与基期的对比。统计上,销售额是一个价值指标,它的数值为一个乘积(销售额=产品销售量×单位产品销售价格),销售额指数=报告期销售额/基期销售额。按照统计学惯例:Q表示产品数量;P表示单位产品价格;QP则表示销售额。又以下标“0”表基期,下标“1”表报告期,则有:

$$\text{销售额指数} = \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_0 P_0} \dots\dots\dots ①$$

根据指数理论,指数①为一个再生指数,它是两个综合指数的乘积。对①依据统计指数理论分解为下述指数体系:

$$\frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_0 P_0} = \frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0} \times \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_0} \dots\dots ②$$

按照传统的指数分析方法,销售额指数体系的建立主要是为了说明销售额总变动及其各个分

量的变动。其中 $\frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0}$ 是固定了价格变化之

后的两个销售额的对比,作为单独的综合物量指数时,它主要反映销售量的变化,在指数体系中则被用于反映仅仅销售量自身变化给销售额

带来的影响。 $\frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_0}$ 是固定了销售量变化之

后两个销售额的对比。它在单独使用时被用于表现价格变动,在销售额指数体系中则被用来反映仅仅价格变动给销售额带来的影响。原社会经济统计学原理文科教材第25页表71曾有一例(财经出版社1980年8月第一版,社会经济统计学原理编写组),计算结果如下:

$$\text{销售额指数} = \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_0 P_0} = 104.76\%$$

$$\text{销售额总增加额} = +8(\text{万元})$$

1. 忠诚于党和人民的教育事业。这是人民教师应遵循的最基本的道德原则,这一道德规范以社会整体利益为重,反映了集体主义原则,因为,教育关系到人类的进步,社会的发展,它是一项崇高的、光荣的事业。许多教师甘当人梯,以苦为乐,献身教育,就是以个人利益服从社会利益,甚至牺牲个人利益。当然,教师以社会利益为重,以教育事业为重,并不完全是要求

教师“正其谊不谋其利,明其道不谋其功”更不是要“存天理,灭人欲”。在社会主义社会里,在服从大局的前提下,应尽可能保障教师正当利益。

2. 热爱学生、师生平等。热爱学生包括尊重和信任学生,爱护和严格要求学生,这是教师的又一基本道德规范。教师应当注意尊重学生的人格、个性。尊重学生的主体地位,坚持民主和平等,反对专制的、家长式的作风。因此,值得

$$\text{销售量指数} = \frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0} = 113.1\%$$

销量变化带来的销售额增加额 = +22(万元)

$$\text{销售价格指数} = \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_0} = 92.63\%$$

价格变化带来销售额的增加额 = -14(万元)

分析: $113.1\% \times 92.63\% = 104.76\%$

$$22 + (-14) = +8(\text{万元})$$

结论: 以上计算表明, 该企业报告期比基期销售额增加了 4.76%, 是由于销量增长 13.1%, 和价格下降 7.37% 所造成的。同时, 由于销售量增长使销售额增加了 22 万元, 而价格下降使销售额减少 14 万元, 两个因素共同作用的结果, 使销售额增加了 8 万元, 说明该企业在商品流转经营上还是做出了成绩的。

以上分析显然是从上级检查企业计划执行情况的角度, 没有从企业自身出发来看问题。所以在市场经济环境下, 这个分析结果没有多大实用价值, 不受企业欢迎。

其实, 销售额的指数分析可以从一个全新的角度来进行, 即本文开头所言与企业营销活动相结合。根据市场营销理论, 企业可控制的营销因素很多, 最常用的一种分类是 E·J·麦卡锡的 4p's 组合, 包含: 产品、价格、地点、和促销。上述四大因素是一个动态组合, 除了它们自身的不断变化之外, 4p 之间又相互影响, 每个因素对另一因素都有潜在的替代效应。

结合市场营销理论进行销售额指数分析可

注意的问题是: 一个社会主义社会的人民教师, 应热爱全体学生, 尊重全体学生, 鼓励学生独立思考, 从而形成他们独立的人格、个性和思想。

3. 严于律己, 为人师表。教师的劳动具有示范性的特点, 教师的一言一行都会对学生产生影响。因此, 教师应时时处处考虑自己的影响, 要严于律己, 着意修养, 以身作则, 为人师表。

4. 学而不厌, 诲人不倦。这是我国教师的传统美德。只有不断地学习, 才能适应不断发展

从以下两个角度展开: 第一, 利用指数体系表现企业的营销组合方式。销售额指数体系包含了营销组合的两项基本内容: 价格和促销。其中, 销售量指数, 反映促销活动的成果, 价格指数则反映企业价格策略的运用情况。两个指数各自的绝对差额, 分别反映单独运用两种营销手段时对营销总成果的影响。上例中, 促销 → 使销售量报告期比基期增长 13.1%, 因此增加销售收入 22 万元; 价格 → 采用了降价策略, 以提高企业产品与同类产品的竞争强度, 单位产品售价比基期降低了 7.37%, 因此比不降价少收入 14 万元。据此, 我们确定该企业采用了降价与促销相结合的营销组合方式。该组合方式下给企业营销活动带来如下成果: 虽然降价给企业带来一些损失, 可同时低价位吸引了更多的普通顾客, 扩大了本企业产品的市场销售量, 降价的损失在扩大的市场中获得了弥补。总销售收入不仅没有减少, 反而增加了 8 万元。

以上分析仅仅对原分析结论作了分析角度的修正, 分析方法与数据均未作改动, 但是很明显, 这种分析贴近了企业生活, 使统计分析不再是为上级服务的工具, 成为企业经营管理者的参谋。该分析并未就此中止还可以继续深入。

第二, 利用共变影响指数量化营销组合中的因素替代关系。今按派氏方法计算:

销售额指数 = 104.76% (绝对额 +8 万元)

$$\text{销售价格指数} = \frac{\sum Q_1 P_1}{\sum Q_1 P_0} = 92.63\% \quad (\text{绝对额} - 14 \text{ 万元})$$

对额 -14 万元)

变化的社会, 不断更新的知识 and 不断发展变化的学生思想与心态的局面。

教育现象中的有关伦理问题很多也很复杂, 这里只简略地讲了笔者在教育实践中感触较深的几个伦理学问题。当前, 社会主义市场经济正冲击着教育, 出现了一些新情况和新问题, 如何看待和解决这些问题, 是伦理学或者确切地说是教育伦理学当前应探讨的重大课题。