

了解道德和法律 的注意事项

伦理学简介.....	2
您的道德义务.....	3
对雇主的义务.....	4
对公众的义务.....	4
对环境的义务.....	5
您的法律义务.....	5
版权法.....	6
.....	8
商标法.....	8
合同法.....	9
责任法.....	10
企业文化在道德和法律行为中的作用.....	11
理解与社会媒体相关的道德和法律问题.....	12

在您的工作和生活中，道德和法律问题无处不在。例如，如果您浏览任何自行车制造商的网站，都会发现骑自行车的人总是戴着头盔。这是因为自行车制造商关心安全性吗？当然。但是自行车制造商更担心产品责任。如果公司网站上显示没有戴头盔的骑自行车者，受伤的自行车手可能会提起诉讼，声称该公司暗示不带头盔可以安全骑行。

许多正式文件的文字和图形都隐含着道德和法律上的陷阱。在提出建议时，您可能会倾向于夸大或撒谎您组织过去的成就，填写项目人员的简历时，将一些没有贡献力量的工人列为项目人员，或者提出不切实际的剪短工作计划。

在起草产品信息时，您可能会被迫夸大目录或手册中显示的产品质量或轻描淡写地使用这些产品的危害。在创建图形时，可能会要求您通过操作产品的照片来隐藏产品的弱点。

可以肯定的是：有很多与技术交流有关的道德和法律问题，所有专业人员都需要对他们有基本的了解。

伦理学简介

伦理学是对适用于个人或团体的行为原则的研究。对于某些人而言，道德是直觉的问题，即他们的直觉会告诉他们有关行为的对与错。他人从自己的宗教问题或黄金法则角度看待道德：对待他们要像您希望逼人对待您一样去对待他们。

伦理学家曼纽尔·G·贝拉斯克斯概述了四和在思考伦理困境时有用的道德标准(2011年)：

- **权利。**该标准涉及个人的基本需求和福利。例如，每个人都同意人们有权享有合理安全的工作场所。当我们购买产品时，我们有权期望其附带的信息是真实和清楚的。但是，并非所有需要的东西都一定是权利。例如，在某些国家或地区，高质量的医疗保健被认为是一项权利。例如，在某些国家或地区，高质量的医疗保健被认为是一项权利。在其他国家，医疗保健则不被视为权利。
- **正义。**该标准涉及行动或策略的成本和收益如何在组中分配。例如，维护高速宽带基础设施的成本，应部分由使用它的人承担。但是，由于每个人都从基础设施中受益，因此司法标准表明，也可以使用普通资金来支付基础设施建设。另一个例子：正义要求从事相同工作的人们不论男女，黑人或白人，都应获得相同的报酬。
- **效用。**该标准涉及一项行动或一项政策对他人将会产生或可能产生的正面和负面影响。例如，如果一家公司正在考虑关闭一家工厂，那么公司的领导者不仅应考虑节省的钱，还应考虑下岗工人的财务困难以及对社区的经济影响。在考虑效用时，一个棘手的问题是确定要检查的时间范围。诸如裁员之类的行动在短期内会产生一种影响——改善公司的季度资产负债表，而从长远来看却会产生截然不同的影响——损害公司的生产率或产品质量。
- **关心。**该标准涉及我们与其他人的关系。我们应该对所有人都有所照顾和关怀，但我们对家庭，工作和社区中的人们负有更大的责任。一个人离我们越近，我们对这个人的照顾就越多。因此，我们对家庭成员的责任要大于对社区其他成员的责任。

尽管这些标准为思考如何解决道德冲突提供了词汇，但它们不够精确，而且

经常相互冲突。因此，它们不能提供解决道德冲突的系统方法。以您公司的工作机会为例。您是委员会的成员，该委员会将推荐六个申请人中的哪一个。六个人中有一个是您的朋友，自从两年前大学毕业以来一直无法找到一份专业工作。因此，她没有其他五个候选人那么多的相关工作经验。但是，她热衷于在这一特定领域获得经验，并渴望开始还清学生贷款。

这四个标准如何帮助您思考情况？根据权利标准，游说您的朋友或反对其他求职者是错误的，因为所有求职者均具有道德评估权，即仅考虑其是否有能胜任该工作的资格。从正义的角度来看会得出相同的结论：青睐您的朋友是错误的。从效用的角度来看，为您的朋友游说可能不符合组织的最大利益，尽管这可能符合您朋友的最大利益。只有按照关心标准，为您的朋友进行游说才算合理。

在考虑此案时，您必须考虑一个相关的问题：是否应该告诉招聘委员会中的其他人，申请人之一是您的朋友？是的，因为他们有权了解您的个人关系，以便他们可以更好地评估您对讨论的贡献。您也可以主动退出（即不参与此职位的讨论），然后由其他委员会成员决定您与候选人的友谊是否有利益冲突。

考虑这种情况的另一个复杂之处：假设您的朋友是这份工作的前两名候选人之一。假设您的朋友是这份工作的前两名候选人之一。在由 7 名成员组成的委员会中，三位赞成您的朋友，但四位赞成另一位候选人，但是这位候选人已经有一个很好的工作了。她是一位年轻，高技能的员工，并且拥有著名大学的学位。换句话说，无论她是否得到这份工作，她都有可能在职场中非常成功。您的朋友尚未开始自己事业的事实是否会影响您对此问题的思考？有人会说不会：应将工作提供给最合格的申请人。其他人会说会：社会并没有为不那么幸运的成员提供足够的服务，因为您的朋友更需要这份工作，而且她几乎和另一位顶级求职者一样合格，她应该得到这个职位。换句话说，有些人会把注意力集中在确定最佳候选人这一狭隘的技术性问题上，而另一些人则会看到一个涉及人权的更广泛的社会问题。

当大多数人面临严重的道德困境时，他们不会探讨权利，正义，效用和关心之间的冲突。相反，他们只是做他们认为正确的事情。也许这是个好消息。但是，道德思维的深度在一个人与另一个人之间差异很大，表面道德思维的后果可能是深远的。针对这些原因，伦理学家描述了一套通用的原则，可以帮助人们在组织环境中组织对伦理道德角色的思考。这些原则形成了权利和义务的网络，将员工，组织和组织所在的世界联系在一起。

例如，作为劳动的交换，雇员享有三项基本权利：公平工资、安全和健康的工作条件，以及处理晋升、加薪和解雇等事项的正当程序。虽然对于雇员权利的细节仍然存在着严重的争论，例如他们是否有权免受秘密监视以及在毒品调查中进行不合理的搜查，但辩论几乎总是涉及雇员权利的范围，而不是基本权利本身的存在。例如，伦理学家不同意在工作地点雇用卧底调查人员来识别吸毒者是否无端侵犯了雇员的权利，但却没有关于雇员免受无端侵入的权利的辩论。

您的道德义务

除了享有权利外，雇员还承担义务，这可以为讨论技术交流的伦理形成一个明确和合理的框架。下面的讨论概述了作为雇员的三种义务：对雇主、对公众和对环境。

对雇主的义务

您被雇佣是为了达成雇主的合法目标，并避免从事任何与这些目标背道而驰的活动。具体来说，您有五项义务：

- **能力和勤奋。**能力指的是您的技能，您应该有足够的训练和经验来做好这份工作。勤奋仅仅意味着努力工作。不幸的是，在最近对 10,000 名员工进行的一项调查中，典型的员工每天浪费将近两个小时的时间在网上冲浪，与同事交往，做其他与他或她的工作无关的工作(马拉考斯基，2013 年)。
- **慷慨大方。**尽管慷慨解囊听起来可能是一项不同寻常的义务，但您有义务通过分享您的知识和专长来帮助您的同事和组织外的利益相关者。这意味着，如果要求您回答适当的问题或就组织工作的某些方面提供建议，您应该这样做。如果客户或供应商与您联系，请花点时间做出有益的答复。慷慨大方显示了专业精神，并进一步推动了组织的目标。
- **诚实和坦率。**您不应该从雇主那里偷东西。盗窃包括诸如挪用公款，“借用”办公用品和垫付费用帐目等做法。坦率意味着诚实；您应该向雇主报告可能威胁到组织产品或服务质量或安全的问题。

诚实和坦率的问题包括科研协会会长西格玛习所说的修整，烹饪和锻造(西格玛习，2000 年，p. 11)。修整是对不规则现象的平滑处理，以使研究数据看起来极其精确。烹饪只保留了那些符合理论的结果，抛弃了其他的结果。锻造正在发明一些或全部数据，甚至报告从未执行过的实验。在进行研究时，员工必须抵制只报告积极结果的压力。

- **保密。**您不应该在公司外部泄露公司业务。如果竞争对手发现您的公司计划推出一种新产品，它可能会推出自己版本的产品，从而剥夺您的竞争优势。许多其他类型的特权信息-比如关于质量控制问题、人事问题、搬迁或扩张计划以及财务重组的信息，也可能被用来对付公司。众所周知的机密性问题涉及到内幕信息：一个雇员知道某一发展将增加(或降低)公司股票的价值，例如，在信息公布之前买入(或出售)股票，从而不公平地非法牟利(或避免亏损)。
- **忠诚。**您应该为雇主的利益行事，而不是出于您自己的利益。因此，大量投资竞争对手的股票是不道德的，因为这可能会损害您的客观性和判断力。出于同样的原因，接受贿赂或回扣是不道德的(也是非法的)。花大量时间做兼职(比如私人咨询)是不道德的，因为外部工作可能会导致利益冲突，而且繁重的工作可能会使您的主要工作效率降低。然而，您不欠雇主绝对的忠诚；如果您的雇主行为不道德，您有义务尝试改变这种行为，甚至必要的话，您有义务告发。

对公众的义务

每个提供产品或提供服务的组织都有义务公平对待其客户。作为一个组织的代表，尤其是作为一个传达技术信息的员工，您将经常遇到道德问题。

一般来说，如果一个组织的产品或服务既安全又有效，那么它的行为就是合乎道德的。产品或服务不得伤害或损害消费者，必须履行其承诺的功能。但是，

这些常识性原则在处理日常出现的复杂伦理问题时提供的指导很少。

根据美国消费品安全委员会（2011）的统计，在美国，每年有超过 4,500 例死亡和 1,400 万人次伤害是由于消费品造成的，这还不包括汽车和药品。

当然，更常见的是产品和服务故障：产品或服务无法实现应有的作用，产品难以组装或操作，产品故障或需要比产品昂贵的维护费用信息表明。谁对伤害和产品故障负责：是提供产品或服务的企业还是购买产品或服务的消费者？在个别情况下，责任有时很容易确定。如果操作链锯时没有阅读安全信息，也没有寻求任何使用说明书，则应归咎于因链锯的正常操作而造成的任何伤害。但是，制造商知道链锯在某些情况下可能会断裂，并且无法解决此问题或警告消费者应对由此引起的事故负责。

不幸的是，这些原则并未概述可以帮助公司理解如何在履行对公众的义务时采取道德行动的理性理论。如今，大多数法院判决均基于一个前提，即制造商比消费者更了解其产品，因此负有确保产品符合制造商所有要求并安全的更大责任。因此，在设计、制造、测试和交流产品时，制造商必须确保产品在按照说明使用时是安全和有效的。但是，如果发生无法预见或阻止的错误，制造商将不承担任何责任。

对环境的义务

最近几十年来，我们学到的最重要的教训之一是，我们正在以令人无法接受的高速度污染和消耗有限的自然资源。我们过度使用化石燃料不仅剥夺了子孙后代的生命，而且还可能造成不可逆转的污染问题，例如全球变暖。每个人（政府，企业和个人）都必须努力保护环境，以确保我们自己以及与我们共享地球的其他物种的生存。

但这与您有什么关系？在日常工作中，您可能不会以任何特殊方式造成污染或破坏环境。但是，您知道组织的行为如何影响环境。例如，如果您在一家制造公司工作，您可能会意识到生产或使用您公司产品的环境影响。或者您可以帮助编写环境影响声明。

作为传播者，我们应该认真对待每一个实际或潜在发生的环境危害。我们应该提醒我们的主管注意这种情况，并与他们一起努力减少损失。当然，困难在于保护环境可能是昂贵的。清洁燃料的价格通常比污染燃料高。正确处置危险废物（短期内）比仅仅倾倒危险废物成本更高。想要降低成本的组织可能会想方设法在环境保护方面走捷径。

您的法律义务

尽管大多数人认为道德义务比法律义务更为全面和重要，但这两套义务却紧密相关。我们的道德价值观塑造了我们的许多法律。为此，专业人员应了解四个不同的法律主体的基本内容：版权、商标、合同和责任。

版权法

作为一个学生，您经常被提醒要避免剽窃。一个被发现剽窃的学生很可能会不及格，甚至可能会被开除。医学研究人员或记者被发现剽窃可能会被解雇，或者至少发现以后很难再发表文章。但是剽窃是一个道德问题，而不是一个法律问题。虽然剽窃者可能会被开除或被解雇，但他或她不会被罚款或被送进监狱。

相反，版权是一个法律问题。版权法是与适当使用一个人的知识产权有关的法律体系：书面文件、图片、音乐作品等等。版权字面意思是指一个人复制其创作作品的权利。

版权法中最重要的概念是，只有“版权”持有人（即拥有该作品的个人或组织）才能复制该作品。

例如，如果您为 Zipcar 工作，您可以合法地从 Zipcar 网站上复制信息并将其用于其他 Zipcar 文档中。

信息的重用在企业，行业和政府中是常规的，因为它有助于确保公司分发的信息的一致性和准确性。

但是，如果您为 Zipcar 工作，您不能简单地复制您在 Car2Go 网站上找到的信息，并将其放入 Zipcar 出版物中。除非您获得 Car2Go 使用其知识产权的书面许可，否则将侵犯 Car2Go 的版权。

为什么为 Zipcar 撰写信息的 Zipcar 员工不拥有该信息的版权？答案在于一个法律概念，即所谓的“雇佣工作”。员工在工作中撰写或修改的任何东西都是公司的财产，而不是员工的财产。

虽然版权赋予了知识产权所有人一些权利，但它并没有赋予所有人所有的权利。您可以在自己的文档中放置一部分受版权保护的文本，而无需获得版权所有者的正式许可。例如，当您引用一篇文章中的几行文章时，您是在利用版权法中被称为“合理使用”的一部分。根据合理使用准则，您有权在未经许可的情况下使用已发表作品的一部分，用于批评、评论、新闻报道、教学、奖学金或研究等目的。因为公平使用是基于一套一般准则，并且要根据具体情况进行解释，所以您仍然应该准确地引用来源，以避免潜在的剽窃。

准则

确定合理使用

法院在合理使用权争议中考虑了四个因素：

- ▶ 使用的目的和性质，尤其是使用是否为牟利。与非营利组织相比，
- ▶ 对营利组织的审查更为仔细。
版权作品的性质和目的。当信息对公众是必不可少（例如，医疗信息）时，
- ▶ 合理使用原则将更宽松地应用。
所用部分的数量和实质。
- ▶ 一段 200 字的文字只是一本书的一小部分，却是一本 500 字小册子的很大一部分。
使用对受版权保护作品潜在市场的影响。
任何对作品的使用会损害作者从原作中获利的潜在可能，都可能被认为是不合理的使用。

新的趋势是版权所有者规定他们希望保留哪些权利和放弃哪些权利。您可能会看到对知识共享的引用，这是一个非盈利组织，它为版权所有者提供符号来表达他们的偏好。图 2.1 展示了四个知识共享符号。

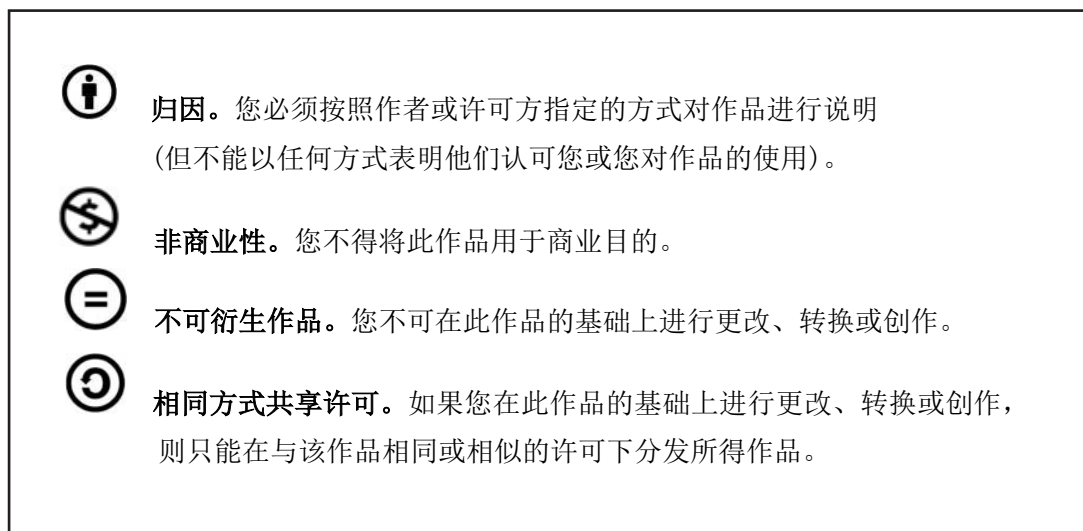


图 2.1 从知识共享中选择的许可符号

该组织创建了一些符号来代表版权所有者可以保留或放弃的权利。

根据知识共享署名 3.0 获得许可； <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>.

GUIDELINES 处理版权问题

在使用其他来源的材质时，请考虑以下建议。

- ▶ 遵守合理使用的概念。不要过多地依赖于其他来源的资料(除非这些信息是您公司自己的样板)。
- ▶ 寻求许可。写信给资料来源，说明您希望使用资料的哪一部分和您希望在哪一本出版物中使用它。资料来源可能会向您收取许可费用。
- ▶ 准确地引用您的资料来源。通过向读者展示您的研究范围，引用资料可以履行您的道德义务并加强您的写作能力。
- ▶ 如有疑问，请咨询法律顾问。版权法很复杂。不要依赖直觉或常识。

分剽窃和可接受的信息重用

剽窃是指不尊重原作者而使用他人的文字或观点的行为。作者是否打算剽窃并不重要。作者是否打算剽窃并不重要。显然，借用或窃取图形、视频或音频媒体、书面文章或整个文档，然后使用它们而不注明出处，这属于剽窃。基于网络的资源尤其容易被剽窃，部分原因是人们错误地认为，如果信息在网络上，就可以免费借用，部分原因是这些材料很容易复制、粘贴和重新格式化。

然而，公司内部的作者经常重复使用彼此的信息而不给予利益——这是完全合乎道德的。例如，当公司希望发布新闻时，就会发布新闻稿。这些新闻稿通常以对公司的描述以及如何与能够回答有关公司产品或服务问题的员工取得联系作为结尾。这些描述，有时被称为样板文件，只是简单地从以前的新闻稿中复制和粘贴。因为这些描述在法律上属于公司的知识产权，所以以这种方式重用它们是完全实际的。同样，公司经常重新调整其撰稿目的。也就是说，他们从新闻稿中复制了对公司的描述，并将其粘贴到提案或年度报告中。这种重用也是可以接受的。

当您在写一份文件，需要用到一段您怀疑组织中有人可能已经写过的文字时，问一位更有经验的同事，您的组织文化是否允许重复使用其他人的文字。如果是允许的，请和您的主管商量一下，看他或她是否同意您要求。

商标法

公司使用商标和注册商标以确保公众能够识别产品的名称或标识。

- **商标**是用于识别公司的单词、短语、名称或符号。该公司在产品名称之后使用 TM 符号来声明该设计或设备为商标。然而，使用这个符号不授予该公司任何合法权益。

它只是向其他组织传递了一个信息，即该公司正在申请商标。

- **注册商标**是公司在美国专利和商标局注册的一个单词、短语、名称或符号。公司可以在注册商标后使用®标志。与在美国以及其他国家/地区使用简单商标相比，注册商标的过程可能需要数年时间，因此可以确保获得更多的法律保护。虽然公司不需要使用该符号，但这样做使它更容易对其认为侵犯其商标的另一组织采取法律行动。

所有员工都有责任在提及公司产品时准确使用商标和注册商标符号。

保护商标

使用以下技巧来保护您的客户或雇主的商标。

- ▶ **区分商标和其他材料。**使用粗体、斜体、不同字体、不同字号或不同颜色来区分商标
- ▶ **使用商标符号。**在每个文档中至少有一次（最好是首次出现名称或徽标），请在名称或徽标之后使用适当的符号，后跟一个星号。在页面底部，包括如下声明：“* 可口可乐是可口可乐公司的注册商标。”
- ▶ **把商标商品的名字用作形容词，而不是名词或动词。**商标可能会与它们所指的通用术语混淆。使用商标名称和通用术语，如施乐®复印机或激光®打印机。

不保护商标	购买三台激光打印机®
保护商标	购买三台激光®打印机
- ▶ **请勿使用商标名称的所有格形式。**这样做降低了商品的独特性，并支持公众将该术语视为通用术语。

不保护商标	苹果平板电脑的优良品质
保护商标	苹果®平板电脑的优良品质

合同法

合同法是涉及双方当事人之间的协议。在大多数情况下，争议涉及产品是否符合制造商的要求。这些索赔采取明示担保或默示担保的形式。

明示担保是产品具有特定功能或可以执行特定功能的书面或口头声明。例如，在打印机手册中说明打印机每分钟打印 17 页是明示担保。

默示担保是两种非书面保证之一：

- **适销性担保**产品至少具有平均质量，并适合于其打算提供的普通用途。
- **健康保修担保**在卖方知道买方需求的前提下，该产品能满足买方需求。例如，如果汽车销售人员知道买方想要拉动一辆 5000 磅重的拖车，但同时又知道一辆汽车不能拉动这么重的货物，那么销售人员就必须告知买方这一事实。



图 2.2 警告标签

该警告标签使用诸如橙色框，带有斜线的红色圆圈以及心脏和起搏器的图像之类的符号和文字，以视觉和语言方式警告带起搏器的人远离可能伤害他们的设备。警告可以帮助公司做正确的事避免产品责任诉讼。

资料来源安全标签解决方案，2013 年：<http://www.safetylabelsolutions.com>

C70003-38uCX1 79HTML 由 Safety Label Solutions, Inc. 提供

责任法

根据产品责任法,产品的制造商或销售商应对因使用该产品引起的伤害或损害承担责任。责任是沟通者关注的一个重要因素,因为法院常常规定制造商负责提供足够的操作说明,并警告消费者使用其产品的风险。

图 2.2 显示了用于告知人们如何避免安全风险的警告标签。

在美国使用的产品制造商有法律责任通过在产品上提供安全标签(以及随附说明中的相同信息)并在说明中说明如何安全使用产品来警告用户。根据知识产权律师肯尼斯·罗斯(2011)的说法,制造商有义务在以下四种情况均实用时发出警告:

1. 这种产品很危险。
2. 制造商知道或应该知道这种危险。
3. 按常规和预期方式使用产品时,存在危险。
4. 危险对用户而言并不明显,也不为用户所熟知。

技术交流者的麻烦之处在于,美国使用了一套有关警告义务的准则(美国国家标准协会 Z535, 最新修订于 2011 年),而欧盟则使用了另一套准则并定期更新(国际组织标准化组织 3864)。

两套准则都相对模糊,并且在重要方面彼此矛盾。因此,在发布可能是危险产品的标签或说明之前,请咨询专门负责赔偿责任问题的律师。

准则

遵守责任法

帕梅拉·S·哈利概述了交流者的义务,并提供了十项指导“遵守责任法”的准则(1992年):

- ▶ **了解产品及其可能的用户。**了解关于产品及其用户的一切。
- ▶ **描述产品的功能和局限性。**帮助人们确定购买的产品是否合适。在某一案例中,一家制造商被发现有责任不声明其电力烟雾报警器在停电期间不起作用。
- ▶ **指导用户了解所有权的所有各个方面。**包括组装,安装,使用和储存,测试,维护,急救紧急情况处理。
- ▶ **使用适当的文字和图形。**使用常用术语,简单句子和简短段落。有逻辑地组织文档,并包含特定的说明。
- ▶ **使图形清晰易懂;**在必要时,向人们展示执行任务。使文字和图形适合目标用户的教育程度,机械能力,手动灵活性和智力。对于儿童或非母语人士将使用的产品,请包括说明重要信息的图形。
- ▶ **警告用户使用或滥用产品的风险。**警告用户使用该产品的危险,例如化学中毒。描述危险的原因,程度和严重性。一家汽车制造商因没有警告消费者,将一辆汽车停在草地、树叶或其他易燃物质上可能引发火灾而被追究责任。对于特别危险的产品,请说明危险以及如何避免危险,然后说明如何安全使用产品。使用强制性语言,例如**必须**和**应当**,而不是**可能**,**可以**或**应该**。适当使用**警告**和**注意**。
- ▶ **包括警告和安全声明。**当产品信息表明产品安全时,读者往往不怎么注意警告。因此,请包括详细的警告以平衡安全声明。
- ▶ **明确指示和警告。**安全信息必须用大字体且易于查看,显示在适当的位置并且必须足够耐用以承受产品的常规使用。
- ▶ **确保说明符合适用的公司标准以及当地,州和联邦法律。**
- ▶ **对产品(以确保安全和易于使用)和说明(以确保它们准确且易于理解)进行可用性测试。**
- ▶ **确保用户收到信息。**如果在将产品运送到零售商后发现问题,请尽可能通过直接邮寄或电子邮件告知用户,或者通过报纸或通过在线广告告知用户。汽车召回通知是制造商与用户联系的方式之一。

企业文化在道德和法律行为中的作用

大多数员工都在组织内工作，例如公司和政府机构。我们知道，组织会对员工的行为产生强大的影响。根据道德资源中心对各行各业的 4,600 多名员工进行的一项研究(2012 年)，具有深厚道德文化的组织(在这些组织中，各个层面都倡导道德价值观，并且员工看到每个人都遵守组织的既定价值观)与道德文化薄弱的组织相比，他们遇到的道德问题更少。在具有良好道德文化的组织中，更少的员工会感到犯有不当行为的压力，更少的员工会观察到不当行为，更多的员工会举报他们看到的不当行为，而对举报不当行为的员工进行的报复则更少。

公司可以采取特定步骤来改善其道德文化：

- 该组织的领导人可以通过履行他们对道德行为的承诺来设定正确的基调。
- 管理者可以树立良好的榜样，并鼓励道德行为。
- 同行可以支持那些有道德操守的员工。
- 组织可以使用信息交流来加强正式政策，例如公司行为准则中提出的政策。

换句话说，一个组织仅仅发表一份关于道德和法律行为是重要的声明是不够的。组织必须创建一种重视和奖励道德和法律行为的文化。这种文化始于最高层，并延伸到所有员工，并渗透到组织的日常运营中。

德州仪器是一家因致力于道德和法律行为而赢得赞誉的公司。该公司的文化在其网站上传播，其中包括一套全面的材料，它描述了德州仪器公司员工和供应商需要采取行动的方式和原因(德州仪器公司，2010 年)。德州仪器公司网站上有许多资源，包括总裁兼首席执行官谭普敦发表的关于公司尊重人与环境以及对业务关系的信任的核心价值观的声明。公司针对所有员工的正式行为准则；公司官员道德守则；有关公司道德操守办公室的信息；其所有道德出版物的连接；其供应商的道德声明；以及有关如何秘密联系其道德办公室的详细信息。

德州仪器公司的文化会改善行为举止吗？尽管这个问题很难回答，但德州仪器公司网站列出了该公司为其道德项目赢得的一些主要奖项，提供了自己的员工调查数据，该数据显示员工认为公司的道德文化很好，还描述了该公司在社区和其他已经建立了自己道德项目的组织中的拓展活动。

道德和法律行为文化的重要内容是正式的行为守则。美国大多数大公司和几乎所有的专业协会都有这样的组织。(要求公开交易的美国公司声明其是否具有行为准则，如果没有，则说明原因。)行为准则因组织而异，但其中大多数涉及下列问题：

- 遵守地方法律法规，包括旨在保护环境的法律法规
- 避免歧视
- 维护安全健康的工作场所，尊重隐私
- 避免利益冲突
- 保护公司的知识产权
- 与供应商和客户合作时避免贿赂和回扣

行为守则的重点是行为，包括遵守法律等主题。一些行为守则只有几段长，一些则冗长而详尽，还有些则由几卷组成。

有效的守则有三个主要特点：

- **它保护公众，而不是组织或专业人士。**例如，该守则应谴责不安全的建筑惯例，而不是广告，这会加剧竞争并因此降低价格。

- **它是具体而全面的。**如果某条守则仅说明人们不得偷窃或未解决典型的道德违法行为(例如在其他国家/地区开展业务的公司行贿)，则该守则无效。
- **它是可执行的。**如果守则没有规定处罚，包括被公司解雇或开除，则是无效的。

虽然许多守则过于模糊，无法用来确定一个人是否违反了其中一项原则，但编写和实施守则可能是有价值的，因为它迫使一个组织阐明其价值观，并提高对道德问题的认识。与许多组织一样，德州仪器公司鼓励员工向进行调查并得出公正决定的委员会或人员(有时称为道德官员或监察员)报告道德问题。如果您认为组织中存在严重的道德问题，请找出组织提供了哪些资源来解决该问题。如果没有资源，请与您的主管一起解决问题。

如果在您的组织以及您所在领域的专业组织(如果适用)中的所有资源用尽后，道德问题仍然存在，您该怎么办?下一步可能涉及举报，即公开有关组织内部严重不道德行为信息的做法。例如，当一位工程师告诉一家监管机构或一家报纸某公司产品的质量控制测试是伪造的时，她正在举报。

如贝拉斯克斯(2011)等伦理学家认为，如果您试图通过内部渠道解决问题，如果您有强有力的证据证明该问题伤害了或将要伤害到其他党派，如果揭发行为能够合理地预防或制止不法行为，那么举报是正当的。

但贝拉斯克斯也指出，举报可能会伤害到员工，其家人或其他各方。举报人可能会受到负面的绩效评估、调到不受欢迎的地方、或被公司隔离的处罚。道德资源中心在其 2012 年的调查中报告称，有 22% 的举报人受到报复(2012 年，第 12 页)。

理解与社会媒体相关的道德和法律问题

社交媒体顾问彼得·尚克曼的评论可能有些道理，“对于我们大多数人来说，社交媒体不过是在更短的时间内，在更多人面前把事情搞砸的一种更快的方式”(特拉洛斯-迪亚里，2012)。随着社交媒体在 I 作场所变得越来越重要，我们开始对他们的回报和风险有了更好的了解。当然，社交媒体已经为工作场所的人们创造了许多新的、令人兴奋的方式，使他们能够相互联系，并与组织外的其他利益相关者建立联系。然而，员工在工作场所和私人生活中广泛使用社交媒体也带来了挑战。

用户生成的内容，无论是发布在 facebook、twitter、linkedin、youtube、google group、Yelp、pinterest 或其他许多在线服务中的任何一个，都会带来重大的道德和法律问题。正如雇主们试图制定社交媒体政策，在不侵犯员工言论自由权利的情况下促进组织的利益，我们所有人都需要了解与这些新媒体相关的道德和法律原则的基础知识。

普罗斯考尔罗斯律师事务所于 2012 年发布的一份名为《世界职场社交媒体 2.0》的报告，这份报告调查了来自美国和许多其他国家的约 250 家公司。以下是一些调查结果(普罗斯考尔罗斯律师事务所，2012，p. 2)：

- 超过三分之二的雇主有社交媒体政策。
- 超过三分之一的雇主在监视员工的社交媒体网站使用情况。
- 四分之一的雇主禁止员工访问社交媒体。
- 半数的雇主报告称，员工滥用社交媒体造成了问题。三分之一的企业已经对

滥用社交媒体的员工采取了纪律处分。

在未来几年中，公司将修订其关于员工在工作场所如何使用社交媒体的政策，就像法院将澄清一些与社交媒体和法律相关的更复杂的问题一样。由于这些原因，我们现在认为可以接受和符合道德的情况可能会发生变化。尽管如此，还是有可能找出一份最佳实践清单，帮助您在职业生涯中明智、合法地使用社交媒体。

准则

道德合法地使用社交媒体

以下几项准则可以帮助您利用社交媒体在职业中发挥自己的优势。

- ▶ 将您的私人社交媒体帐户与公司赞助的帐户分开。离开公司后，您不想因谁“拥有”帐户而发生争执。例如，公司可以辩称，您在 Twitter 上的关注者实际上是一个客户列表，因此是公司的知识产权。无论您是在办公室还是在家里，只在公司赞助的账户上发布有关业务的信息。
- ▶ 阅读您所发布的每项服务的服务条款。虽然您保留发布原创内容的版权，但大多数社交媒体服务都表示，他们可以随时随地重新发布您的内容，而不需要通知您，不需要得到您的许可，也不需要付钱给您。许多雇主会认为这种政策是不可接受的。
- ▶ 避免透露未经授权的公司信息。根据法律规定，希望为其产品或工艺之一申请专利的公司，在“印刷出版物”首次提及或说明该产品或工艺之后，只有一年的时间可以申请专利。由于法院发现 Facebook 或博客上的照片，甚至一条推文都相当于印刷出版物(贝廷格，2010)，因此您可能会不经意间被开始计时。更糟糕的是，其他公司可能会利用这些信息为您公司正在开发的产品或工艺申请专利。或者假设在您的个人博客上，您透露公司下个季度的利润将会下降。这些信息可能会促使投资者抛售您公司的股票，从而伤害到每一个拥有股票的人——包括您和您的大多数同事。
- ▶ 避免自我剽窃。自我剽窃是指发表您已经出版过的东西。如果您为公司时事通讯写了一篇文章，后来又在博客上发表，那您就侵犯了公司的版权，因为您的时事通讯文章是雇佣的作品，因此也侵犯了公司的知识产权。

最后，一个相关的建议：避免在网上批评您的雇主。虽然诽谤法禁止对您的雇主做出不真实的陈述，但实际上您可以在网上或网下批评您的雇主。美国国家劳工关系委员会裁定这样做是合法的，因为有关“工作条件”的讨论是受保护的。我的建议：如果您生气了，请远离键盘。一旦您发布了一些东西，您就失去了对它的控制。

然而，如果您认为您的雇主的行为是非法的或不道德的，那就从调查公司自身的资源着手，解决这些问题。然后，如果您仍然不满，可以考虑举报。