

# 1. CORK

## CHẤT LIỆU BÀN

Cork – the thick bark of the cork oak tree (*Quercus suber*) – is a **remarkable** material. It is tough, elastic, buoyant, and fire-resistant, and suitable for a **wide range of** purposes. It has also been used for **millennia**: the ancient Egyptians sealed their sarcophagi (stone coffins) with cork, while the ancient Greeks and Romans used it for anything from beehive to sandals.

Bần – vỏ dày của cây sồi bần (*Quercus suber*) – là một loại vật liệu **đặc biệt**. Nó dẻo dai, đàn hồi, nổi được trên mặt nước và chịu được nhiệt, và còn thích hợp sử dụng cho **nhiều** mục đích. Nó cũng đã được sử dụng trong **hàng thiên niên kỷ**: người Ai Cập cổ đại niêm phong quách (quan tài đá) bằng bần, trong khi người Hy Lạp và La Mã cổ đã sử dụng nó làm nhiều thứ từ tổ ong đến dép xăng đan.

And the cork oak itself is an **extraordinary** tree. Its bark grows **up to** 20 cm in thickness, **insulating** the tree like a coat wrapped around the trunk and branches and keeping the inside at a **constant** 20°C all year round. Developed most probably as a **defence against** forest fires, the bark of the cork oak has a particular cellular structure – with about 40 million cells per cubic centimetre – that technology has never succeeded in **replicating**. The cells are filled with air, which is why cork is so buoyant. It also has an elasticity that means you can squash it and watch it spring back to its original size and shape when you release the pressure.

Và bản thân cây sồi bần là một loại cây **phi thường**. Vỏ của nó phát triển dày **đến** 20 cm, **bọc** cây như một chiếc áo khoác bọc quanh thân và cành cây và giữ nhiệt độ bên trong **ổn định** ở mức 20°C quanh năm. Phát triển chủ yếu có lẽ là để **phòng chống** cháy rừng, vỏ cây sồi bần có cấu trúc tế bào khác biệt – với khoảng 40 triệu tế bào trên một cm khối – điều mà công nghệ chưa bao giờ **sao chép** được thành công. Các tế bào được lấp đầy bởi không khí, đó là lý do tại sao vỏ cây lại nổi được trên mặt nước như vậy. Nó cũng có độ đàn hồi, nghĩa là bạn có thể ép nó và xem nó bật trở về kích thước và hình dạng ban đầu khi giải phóng áp lực.

Cork oaks grow in a number of Mediterranean countries, including Portugal, Spain, Italy, Greece and Morocco. They flourish in warm, sunny climates where there is a minimum of 400 millimetres of rain per year, and no more than 800 millimetres. Like grape vines the trees **thrive in** poor soil, putting down deep roots in search of moisture and nutrients. Southern Portugal's Alentejo region **meets all of these requirements**, which explains why, by the early 20th century, this region had become the world's largest producer of cork, and why today it **accounts for** roughly half of all cork production around the world.

Cây sồi bần phát triển trong một số các quốc gia vùng Địa Trung Hải, bao gồm Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Ý, Hy Lạp và Ma-rốc. Chúng ra hoa tại vùng có khí hậu ấm áp, nhiều nắng, nơi có lượng mưa tối thiểu là 400 mm mỗi năm, và không quá 800 mm. Giống như cây nho, sồi bần **phát triển mạnh** ở những vùng đất khô cằn, đâm sâu rễ để tìm kiếm hơi ẩm và dưỡng chất. Phía Nam Alentejo của Bồ Đào Nha **đáp ứng được tất cả những yêu cầu** này, điều này giải thích tại sao, đến đầu thế kỷ 20 khu vực này đã trở thành quốc gia lớn nhất thế giới sản xuất bần, và tại sao ngày nay nó **chiếm khoảng** một nửa sản lượng bần trên toàn thế giới.

Most cork forests are family-owned. Many of these family businesses, and indeed many of the trees themselves, are around 200 years old. Cork production is, above all, **an exercise in patience**. From the planting of a cork **sapling** to the first harvest takes 25 years, and a gap of

approximately a decade must separate harvests from an individual tree. And for **top-quality** cork, it's necessary to wait a further 15 or 20 years. You even have to wait for the right kind of summer's day to harvest cork. If the bark is **stripped** on a day when it's too cold – or when the air is damp – the tree will be damaged.

Hầu hết các rừng bần đều được sở hữu bởi hộ gia đình. Nhiều doanh nghiệp gia đình này, và cả chính là những cây này, đã khoảng tầm 200 tuổi. Trên hết, sản xuất bần là **một việc làm đòi hỏi sự kiên nhẫn**. Từ lúc trồng một **cây bần non** cho đến vụ thu hoạch đầu tiên mất 25 năm, khoảng cách giữa các vụ là khoảng một thập kỉ. Và để có được loại bần có **chất lượng hảo hạng** thì nhất thiết cần phải đợi thêm 15 đến 20 năm nữa. Bạn thậm chí phải chờ đúng kiểu ngày hè để thu hoạch bần. Nếu vỏ cây bị **bóc** vỏ vào một ngày quá lạnh – hoặc khi không khí ẩm ướt – cây sẽ bị thương tổn.

Cork harvesting is a **very specialised profession**. No mechanical means of stripping cork bark has been invented, so the job is done by teams of highly **skilled workers**. First, they make vertical cuts down the bark using small sharp axes, then lever it away in pieces as large as they can manage. The most skillful cork-strippers **prize away** a semi-circular husk that runs the length of the trunk from just above ground level to the first branches. It is then dried on the ground for about four months, before being taken to factories, where it is boiled to kill any insects that might remain in the cork. Over 60% of cork then goes on to be made into traditional bottle stoppers, with most of **the remainder** being used in the construction trade. Corkboard and cork tiles are ideal for **thermal and acoustic insulation**, while granules of cork are used in the manufacture of concrete.

Thu hoạch bần là **một nghề rất đặc thù**. Không có phương tiện cơ học nào bóc được vỏ bần từng được phát minh ra, vì vậy công việc được thực hiện bởi các đội **công nhân tay nghề cao**. Trước tiên họ cắt dọc vỏ cây bằng những chiếc rìu nhỏ sắc lẹm, sau đó bẩy ra những miếng to nhất có thể. Người lột vỏ bần lành nghề nhất **nhặt ra** một cái vỏ hình bán nguyệt chạy dọc theo chiều dài của thân cây từ ngay trên mặt đất đến những nhánh cây đầu tiên. Sau đó nó được phơi khô trên mặt đất khoảng bốn tháng, trước khi được đưa đến các nhà máy, nơi nó được đun sôi để diệt bất cứ con côn trùng nào còn sót lại trong vỏ bần. Hơn 60% số vỏ bần sau đó sẽ được làm thành những nút chai truyền thống, với hầu hết **phần còn lại** được sử dụng trong ngành xây dựng, tấm gỗ và gạch lát làm từ bần là những vật liệu lý tưởng trong việc **cách nhiệt và cách âm**, trong khi các hạt nhỏ của cây bần được sử dụng trong sản xuất bê tông.

Recent years have seen the end of the **virtual monopoly** of cork as the material for bottle stoppers, due to concerns about the effect it may have on the contents of the bottle. This is caused by a **chemical compound** called 2,4,6-trichloroanisole (TCA), which forms through the interaction of plant phenols, chlorine and mould. The tiniest **concentrations** – as little as three or four parts to a trillion – can **spoil** the taste of the product contained in the bottle. The result has been a **gradual yet steady move** first towards plastic stoppers and, more recently, to aluminium screw caps. These substitutes are cheaper to manufacture and, in the case of screw caps, more convenient for the user.

Những năm gần đây đã chứng kiến sự kết thúc của **sự độc quyền chính thức** của vỏ bần là nguyên liệu chính dùng làm nút chai, bởi những lo lắng về những ảnh hưởng của nó lên nước chứa trong chai. Điều này được gây ra bởi **một hợp chất hóa học** gọi là 2,4,6-trichloroanisole (TCA), được hình thành qua sự tương tác phenol thực vật, clo và nấm mốc. **Nồng độ** thấp nhất – ít đến khoảng 3 đến 4 phần tỉ – có thể **làm hỏng** hương vị của sản phẩm chứa trong chai. Kết

quả này là **một bước tiến đầu tiên chậm rãi nhưng ổn định** tới các nút nhựa và, gần đây hơn, nắp nhôm vặn. Những sản phẩm thay thế này rẻ hơn để sản xuất và, nắp vặn còn tiện lợi hơn cho người dùng.

The **classic** cork stopper does have several advantages, however. Firstly, its traditional image is more **in keeping with** that of the type of high quality goods with which it has long been associated. Secondly – and very importantly – cork is **a sustainable product** that can be recycled without difficulty. Moreover, cork forests are a resource which support **local biodiversity**, and **prevent** desertification in the regions where they are planted. So, **given** the current concerns about environmental issues, the future of this ancient material once again looks **promising**.

Tuy vậy những nắp chai loại **cổ điển** vẫn có một vài lợi ích. Thứ nhất, hình ảnh truyền thống của nó **đi đôi với** loại hàng chất lượng cao mà nó đã được gắn liền từ lâu. Thứ hai – và cực kì quan trọng – bản là **một sản phẩm bền vững** có thể được tái chế dễ dàng. Hơn thế nữa, rừng bản là một nguồn tài nguyên hỗ trợ **đa dạng sinh học địa phương** và **ngăn chặn** sa mạc hóa vùng đất chúng được trồng. Vì vậy, liên quan đến các mối quan ngại hiện nay về vấn đề môi trường, tương lai của vật liệu cổ xưa này một lần nữa có vẻ **đầy hứa hẹn**.

## 2. COLLECTING AS A HOBBY

### THÚ VUI SƯU TẦM

Collecting must be one of the most **varied** of human activities, and it's one that many of us psychologists find fascinating. Many forms of collecting have been **dignified** with a technical name: an archtophilist collects teddy bears, a philatelist collects postage stamps, and a deltiologist collects postcards. **Amassing** hundreds or even thousands of postcards, chocolate wrappers or whatever takes time, energy and money that could surely be put to much more productive use. And yet there are millions of collectors around the world. Why do they do it? Thu thập chắc hẳn là một trong những hoạt động đa dạng nhất của con người và đó là hoạt động mà nhiều nhà tâm lý học trong chúng ta cảm thấy thú vị. Nhiều hình thức sưu tập đã được đặt tên một cách trang nghiêm bằng một cái tên kỹ thuật: một nhà nghiên cứu sưu tập gấu bông, một nhà sưu tập tem bưu chính, và một nhà nghiên cứu cá đuối thu thập bưu thiếp. Việc tích lũy hàng trăm, thậm chí hàng nghìn tấm bưu thiếp, giấy gói sô cô la hay bất cứ thứ gì cần có thời gian, năng lượng và tiền bạc mà chắc chắn có thể được sử dụng hiệu quả hơn nhiều. Tuy nhiên, có hàng triệu nhà sưu tập trên khắp thế giới. Tại sao họ làm điều đó?

There are the people who collect because they want to make money – this could be called an instrumental reason for collecting; that is, collecting as a means to an end. They'll look for, say, antiques that they can buy cheaply and expect to be able to sell at a profit. But there may well be a **psychological element**, too – buying cheap and selling dear can give the collector a **sense of triumph**. And as selling online is so easy, more and more people are joining in.

Có những người sưu tầm vì họ muốn kiếm tiền – điều này có thể được xem là lý do mang tính công cụ của việc sưu tầm; đó là việc sưu tập không khác gì một phương tiện giúp đạt được đích đến cuối cùng. Họ sẽ tìm kiếm những cổ vật mà bản thân có thể mua được với giá hời và trông đợi vào khả năng kiếm lời từ việc bán trao tay. Nhưng có lẽ còn có một **yếu tố tâm lý** nữa – mua rẻ bán đắt có thể mang đến **cảm giác chiến thắng** cho nhà sưu tập. Và khi bán hàng trực tuyến trở nên thật dễ dàng, ngày càng nhiều người tham gia vào lĩnh vực này.

Many collectors collect to **develop their social life**, attending meetings of a group of collectors and exchanging information on items. This is a variant on joining a bridge club or a gym, and similarly brings them into contact with **like-minded people**.

Nhiều nhà sưu tầm thu thập nhằm **phát triển đời sống xã hội** của họ thông qua các cuộc gặp gỡ của một nhóm các nhà sưu tầm và trao đổi thông tin về các món đồ. Đây là một biến thể của việc tham gia câu lạc bộ bài bridge hoặc phòng tập thể hình, và tương tự như vậy, sưu tầm giúp họ tiếp xúc với những **người có cùng chí hướng**.

Another **motive for** collecting is the desire to find something special, or a particular example of the collected item, such as a rare early recording by a particular singer. Some may spend their whole lives in a hunt for this. Psychologically, this can give a purpose to a life that otherwise feels aimless.

Một **động lực** sưu tầm khác đến từ mong muốn tìm thấy một cái gì đó đặc biệt, hoặc một phiên bản đặc biệt của món đồ đã sưu tập được, chẳng hạn như một bản ghi âm sớm hiếm có của một ca sĩ cụ thể nào đó. Một số người có thể dành cả đời mình để săn đuổi điều này. Về mặt tâm lý, thay vì sống một cuộc đời vu vơ, điều này có thể mang đến một lý do để tồn tại.

There is a danger, though, that if the individual is ever lucky enough to find what they're looking for, **rather than** celebrating their success, they may feel empty, now that the goal that drove them on has gone.

Tuy nhiên, có một nguy cơ rằng nếu một cá nhân đủ may mắn để tìm thấy những gì bản thân đang tìm kiếm, **thay vì** ăn mừng cho sự thành công của mình thì họ có thể cảm thấy trống rỗng bởi lẽ bây giờ mục tiêu bấy lâu nay thúc đẩy họ đã biến mất.

If you think about collecting postage stamps another potential reason for it – or, perhaps, a result of collecting – is its **educational value**. Stamp collecting opens a window to other countries, and to the plants, animals, or famous people shown on their stamps. Similarly, in the 19th century, many collectors amassed fossils, animals and plants from around the globe, and their collections provided a **vast amount of information about** the natural world. Without those collections, our understanding would be greatly **inferior to** what it is.

Nếu bạn cho rằng việc thu thập tem bưu chính là một lý do tiềm năng khác của nó – hoặc, có lẽ là kết quả của việc sưu tập chính là **giá trị giáo dục** của nó. Sưu tầm tem mở ra cánh cửa đến các quốc gia khác, cùng các loài động thực vật hoặc những người nổi tiếng xuất hiện trên những con tem nước họ. Tương tự như vậy, vào thế kỷ 19, nhiều nhà sưu tầm đã sưu tập hóa thạch, động vật và thực vật từ khắp mọi nơi trên thế giới, và các bộ sưu tập của họ đã cung cấp **một lượng lớn thông tin** về thế giới tự nhiên. Nếu không có những bộ sưu tập đó, sự hiểu biết của chúng ta sẽ **hạn hẹp hơn** rất nhiều so với những kiến thức vốn có.

In the past – and nowadays, too, though to a lesser extent – a popular form of collecting, particularly among boys and men, was trainspotting. This might involve trying to see every locomotive of a particular type, using published data that identifies each one, and **ticking off** each engine as it is seen. Trainspotters **exchange information**, these days often by mobile phone, so they can **work out** where to go to, to see a particular engine. As a **by-product**, many practitioners of the hobby **become very knowledgeable about** railway operations, or the **technical specifications** of different engine types.

Trong quá khứ – và hiện tại cũng vậy, mặc dù ở mức độ thấp hơn – một hình thức thu thập phổ biến, đặc biệt là giữa các cậu trai trẻ cũng như các quý ông, là sưu tập các con số trên đầu máy xe lửa. Điều này có thể liên quan đến việc cố gắng để xem tất cả các đầu máy của một loại nhất định, sử dụng dữ liệu đã được xuất bản để xác định từng loại và **loại bỏ ra** mỗi động cơ đã được thấy. Những nhà sưu tầm số của đầu máy xe lửa **trao đổi thông tin**, ngày nay thường bằng điện thoại di động, để có thể **xác định** nơi để đi, để xem một động cơ cụ thể nào đó. Như là **một hệ quả bất ngờ**, nhiều người có thú tiêu khiển này **trở nên rất am tường** về các hoạt động trong ngành đường sắt, hoặc **các thông số kỹ thuật** của các loại động cơ khác nhau.

Similarly, people who collect dolls may go beyond simply enlarging their collection, and **develop an interest in** the way that dolls are made, or the materials that are used. These have changed over the centuries from the wood that was standard in 16th century Europe, through the wax and porcelain of later centuries, to the plastics of today's dolls. Or collectors might be **inspired to study** how dolls reflect notions of what children like, or ought to like. Tương tự như vậy, những người thu thập búp bê có thể vượt ra ngoài việc chỉ đơn giản mở rộng bộ sưu tập của họ, và **trở nên quan tâm hơn đến** cách mà búp bê được tạo ra, hoặc các vật liệu được sử dụng. Chúng đã thay đổi qua nhiều thế kỷ, từ gỗ vốn đã được tiêu chuẩn hóa

trong suốt thế kỷ 16 ở châu Âu, đến sáp ong và đồ sứ thuộc những thế kỷ sau đó, rồi đến nhựa dẻo của những con búp bê ngày nay. Hoặc người sưu tầm có thể **được truyền cảm hứng để nghiên cứu** búp bê đã phản ánh những gì trẻ em thích, hoặc buộc phải thích như thế nào.

Not all collectors are interested in learning from their hobby, though, so what we might call a psychological reason for collecting is **the need for a sense of control**, perhaps as a way of dealing with **insecurity**. Stamp collectors, for instance, arrange their stamps in albums, usually very neatly, organising their collection according to certain **commonplace principles**-perhaps by country in alphabetical order, or grouping stamps by what they depict -people, birds, maps, and so on.

Tuy nhiên, không phải tất cả các nhà sưu tập đều quan tâm đến việc học hỏi từ sở thích của mình, vì vậy điều mà chúng ta có thể gọi là lý do tâm lý trong việc sưu tầm là **nhu cầu về cảm giác kiểm soát được**, có lẽ như là một cách để đối phó với **sự thiếu tự tin**. Ví dụ như các nhà sưu tập tem thường sắp xếp những con tem của mình trong album rất gọn gàng, họ xếp bộ sưu tầm của mình theo **những nguyên tắc phổ biến** nhất định – có thể theo thứ tự chữ cái của tên quốc gia, hoặc nhóm các con tem theo những gì chúng miêu tả-người, chim, bản đồ, v.v.

One reason, conscious or not, for what someone chooses to collect is to show the collector's **individualism**. Someone who decides to collect something as unexpected as dog collars, for instance, may be **conveying their belief** that they must be interesting themselves. And believe it or not, there is at least one dog collar museum **in existence**, and it grew out of a personal collection.

Dù là vô tình hay hữu ý, một lý do để người ta chọn việc thu thập là để thể hiện **cá tính** của người sưu tập. Ví dụ, một người nào đó quyết định thu thập một thứ ít được ngờ tới như những chiếc vòng cổ chó, có thể đang **truyền đạt niềm tin** của họ rằng bản thân họ cũng rất thú vị. Và dù tin hay không, có ít nhất một viện bảo tàng vòng cổ chó **tồn tại**, và nó bắt nguồn từ một bộ sưu tập cá nhân.

Of course, all hobbies give pleasure, but the common factor in collecting is usually passion: pleasure is putting it far too mildly. More than most other hobbies, collecting can be totally **engrossing**, and can give a **strong sense of personal fulfilment**. To non-collectors it may appear an **eccentric**, if harmless, way of spending time, but potentially, collecting **has a lot going for it**.

Dĩ nhiên, tất cả sở thích đều mang đến niềm vui, nhưng nhân tố chung trong việc sưu tập thường là niềm đam mê: niềm vui là cách nói giảm nhẹ đi quá nhiều. Hơn hầu hết các sở thích khác, sưu tầm có thể hoàn toàn **chiếm lĩnh hết thời gian và tâm trí**, và có thể mang lại **cảm giác mạnh mẽ về sự mãn nguyện cá nhân**. Đối với những ai không phải là nhà sưu tập, nó có vẻ như là một cách sử dụng thời gian **kì cục**, nếu như coi nó là vô hại, tuy nhiên sưu tầm **có rất nhiều lợi thế tiềm tàng**.

### 3. WHAT'S THE PURPOSE OF GAINING KNOWLEDGE?

#### MỤC ĐÍCH CỦA VIỆC THU NẠP KIẾN THỨC LÀ GÌ?

A. 'I would found an institution where any person can find instruction in any subject' That was the founders **motto** for Cornell University, and it seems **an apt** characterization of the different university, also in the USA, where I currently teach philosophy. A student can **prepare for a career in** resort management, engineering, interior design, accounting, music, law enforcement, you name it. But what would the founders of these two institutions have thought of a course called Arson for Profit'? I kid you not: we have it on the books. Any **undergraduates** who **have met the academic requirements** can sign up for the course in ' fire science '.

A. "Tôi sẽ thành lập một học viện nơi mà bất cứ ai cũng có thể tìm thấy sự hướng dẫn ở bất kì lĩnh vực nào". Đó là phương châm của những nhà sáng lập trường Đại học Cornell, và nó dường như cũng là khuynh hướng thích hợp của một trường đại học khác ở Hoa Kỳ, nơi hiện tôi đang giảng dạy bộ môn triết học. Một sinh viên có thể chuẩn bị cho sự nghiệp của mình trong ngành quản lý khách sạn, kỹ thuật, thiết kế nội thất, kế toán, âm nhạc, thực thi pháp luật hay bất kì môn học nào mà bạn có thể kể tên. Nhưng những người sáng lập hai học viện này đã nghĩ gì về khóa học "Phóng hỏa để trục lợi"? Tôi không hề đùa bạn, chúng tôi chính thức có môn này trong sách vở. Bất kỳ sinh viên nào đạt yêu cầu về học vấn đều có thể đăng ký tham dự khóa học trong chương trình "Khoa học về hỏa hoạn" của chúng tôi.

B. Naturally, the course is intended for prospective arson investigators, who can learn all the tricks of **the trade** for detecting whether a fire was **deliberately** set, discovering who did it, and establishing a chain of evidence for effective prosecution in a court of law. But wouldn't this also be the perfect course for prospective arsonists to sign up for? My point is not to criticize academic programs in fire science: they are highly welcome as part of the increasing professionalization of this and many other occupations. However, it's not unknown for a firefighter to torch a building. This example suggests how dishonest and illegal behavior, **with the help of** higher education, can **creep into** every aspect of public and business life.

B. Một cách tự nhiên thì khóa học này là dành cho những thanh tra hỏa hoạn tương lai, những người có thể học về tất cả những thủ thuật nhà nghề để xác định xem liệu một trận cháy có phải đã bị gây ra một cách có chủ ý hay không, tìm ra ai là thủ phạm, và thiết lập một chuỗi chứng cứ cho việc khởi tố hiệu quả trước tòa. Nhưng liệu đây có phải là khóa học hoàn hảo cho những tên tội phạm phóng hỏa tiềm năng trong tương lai không? Quan điểm của tôi không phải là để chỉ trích các chương trình học thuật trong khoá "Khoa học về hỏa hoạn": nó được đón nhận như là một phần của việc gia tăng sự chuyên nghiệp hóa ở bất cứ lĩnh vực nào. Tuy nhiên, không phải là không có trường hợp lính cứu hỏa lại chính là kẻ đốt cháy một tòa nhà. Ví dụ này cho thấy cách mà những hành vi không trung thực và bất hợp pháp, với sự tương trợ của giáo dục bậc cao, có thể len lỏi vào mọi khía cạnh của đời sống công cộng và doanh nghiệp.

C. I realized this anew when I was invited to speak before a class in marketing, which is another of our degree programs. The regular instructor is a colleague who appreciates the kind of **ethical perspective** I can bring as a philosopher. There are endless ways I could have approached this assignment, but I **took my cue from** the title of the course: 'Principles of Marketing'. It made me think to ask the students, 'Is marketing **principled**?' After all, a subject matter can have principles in the sense of being **codified**, having rules, as with football or chess, without being

principled in the sense of being ethical. Many of the students immediately assumed that the answer to my question about marketing principles was obvious: no. Just look at the ways in which everything under the sun has been marketed; obviously it need not be done **in a principled (=ethical) fashion**.

C. Tôi nhận ra điều này rõ hơn khi được mời diễn thuyết trước lớp Marketing, một môn học khác trong chương trình học cấp bằng của chúng tôi. Người hướng dẫn chính của khóa học này là một đồng nghiệp đánh giá cao khía cạnh đạo đức mà tôi có với tư cách một nhà triết học. Có vẻ như cách tôi có thể tiếp cận nhiệm vụ này, nhưng tôi đã lấy gợi ý từ tiêu đề của khóa học là ‘Nguyên lý Marketing’. Nó làm tôi nghĩ đến việc hỏi những học viên của mình rằng, “Liệu Marketing có nguyên tắc đạo đức hay không?”. Suy cho cùng, một vấn đề có thể có những quy tắc thông qua việc được hệ thống hóa, có những luật lệ riêng như bóng đá hay cờ vua, mà không hề tồn tại quy tắc về đạo đức. Nhiều sinh viên ngay lập tức đã cho rằng câu trả lời cho câu hỏi của tôi về các nguyên tắc Marketing rõ ràng là không. Chỉ nhìn vào cái cách mà mọi thứ trên cõi đời này đã được bán ra thị trường; rõ ràng nó đã không cần theo một cách có đạo đức.

D. Is that obvious? I made the suggestion, which may sound downright crazy **in the light of the evidence**, that perhaps marketing is *by definition* principled. My inspiration for this judgement is the philosopher Immanuel Kant, who argued that any body of knowledge consists of an end (or purpose) and a means.

D. Điều đó có hiển nhiên không? Tôi đã đưa ra đề xuất nghe có vẻ điên rồ sau khi cân nhắc các chứng cứ, đó là có lẽ tiếp thị bản thân nó đã có tính đạo đức. Nguồn cảm hứng dẫn đến phán đoán này của tôi là từ triết gia Immanuel Kant, người đã lập luận rằng bất kỳ phần tử nào của kiến thức cũng bao gồm đích đến (hoặc mục đích) và phương tiện.

E. Let us apply both the terms ‘means’ and ‘end’ to marketing. The students have signed up for a course in order to learn how to market effectively. But to what *end*? There seem to be two main **attitudes toward** that question. One is that the answer is obvious: the purpose of marketing is to sell things and to make money. **The other attitude is that** the *purpose* of marketing is irrelevant: each person comes to the program and course with his or her own plans, and these need not even concern the **acquisition of marketing expertise** as such. My proposal, which I believe would also be Kant’s, is that neither of these attitudes captures the significance of the end to the means for marketing. **A field of knowledge or a professional endeavor** is defined by both the means *and* the end; hence both deserve scrutiny. Students need to study *both* how to achieve X, and also what X is.

E. Chúng ta hãy áp dụng thuật ngữ ‘phương tiện’ và ‘đích đến’ vào tiếp thị. Các sinh viên đã đăng ký một khóa học để tìm hiểu làm thế nào để tiếp thị một cách hiệu quả. Nhưng đích đến cuối cùng là gì? Dường như có hai thái độ chính đối với câu hỏi đó. Một là câu trả lời là hiển nhiên: mục đích tiếp thị là để bán đồ và kiếm tiền. Thái độ của những người còn lại là mục đích của tiếp thị không liên quan gì đến họ: mỗi người tham gia vào khóa học với kế hoạch của riêng họ, nên họ thậm chí không cần quan tâm đến việc thu nạp kiến thức chuyên môn về marketing. Ý kiến của tôi, mà tôi tin rằng cũng là của Kant, với việc này là không có bất kỳ một thái độ nào nêu trên đã nhận ra được tầm quan trọng của kết quả đối với phương tiện tiếp thị. Một lĩnh vực kiến thức hoặc một nỗ lực chuyên nghiệp được xác định bởi cả phương tiện và kết quả, do đó cả hai đều xứng đáng được công nhận. Sinh viên cần phải nghiên cứu cả làm thế nào để đạt được X, và cả việc X là như thế nào.



F. It is at this point that 'Arson for Profit' becomes supremely relevant. That course is presumably all about *means*: how to detect and prosecute criminal activity. It is therefore assumed that the end is good in an ethical sense. When I ask fire science students to **articulate** the end, or purpose, of their field, they eventually **generalize** to something like, 'The safety and welfare of society,' which seems right. As we have seen, someone could use the very same knowledge of means to achieve a much less noble end, such as **personal profit** via destructive, dangerous, reckless activity. But *we would not call that firefighting*. We have a separate word for it: arson. Similarly, if you employed the 'principles of marketing' in an unprincipled way, *you would not be doing marketing*. We have another term for it: *fraud*. Kant gives the example of a doctor and a poisoner, who use the **identical knowledge** to achieve their **divergent** ends. We would say that one is practicing medicine, the other, murder.

F. Chính tại thời điểm này, khoá học 'Phóng hỏa để trục lợi' trở nên cực kỳ liên quan. Khóa học này có lẽ là chỉ tập trung vào những cách để thực hiện: làm thế nào để phát hiện và truy tố một hoạt động phạm pháp. Do đó người ta thường giả định rằng kết quả là tốt trong khía cạnh về đạo đức. Khi tôi yêu cầu các sinh viên ngành khoa học về hỏa hoạn trình bày một cách rõ ràng về kết quả, hay mục đích của lĩnh vực mà họ học, họ sẽ nói chung chung đại loại như 'Sự an toàn và phúc lợi của xã hội', điều có vẻ như là đúng. Như chúng ta đã thấy, một người có thể sử dụng kiến thức tương tự để đạt được mục đích kém cao quý hơn, chẳng hạn như tư lợi thông qua các hoạt động phá hoại, nguy hiểm, lừa dối. Nhưng chúng tôi sẽ không gọi đó là cứu hỏa. Chúng ta có một từ riêng biệt cho việc đó: tội phạm phóng hỏa. Tương tự, nếu bạn sử dụng 'nguyên tắc tiếp thị' theo cách vô đạo đức, bạn sẽ không phải là đang làm marketing. Chúng ta có một thuật ngữ khác: lừa đảo. Kant đưa ra ví dụ về một bác sĩ và một kẻ đầu độc, những người sử dụng kiến thức giống hệt nhau để đạt được những mục đích khác nhau. Chúng ta có thể nói rằng một người đang hành nghề y và người kia là tên giết người.