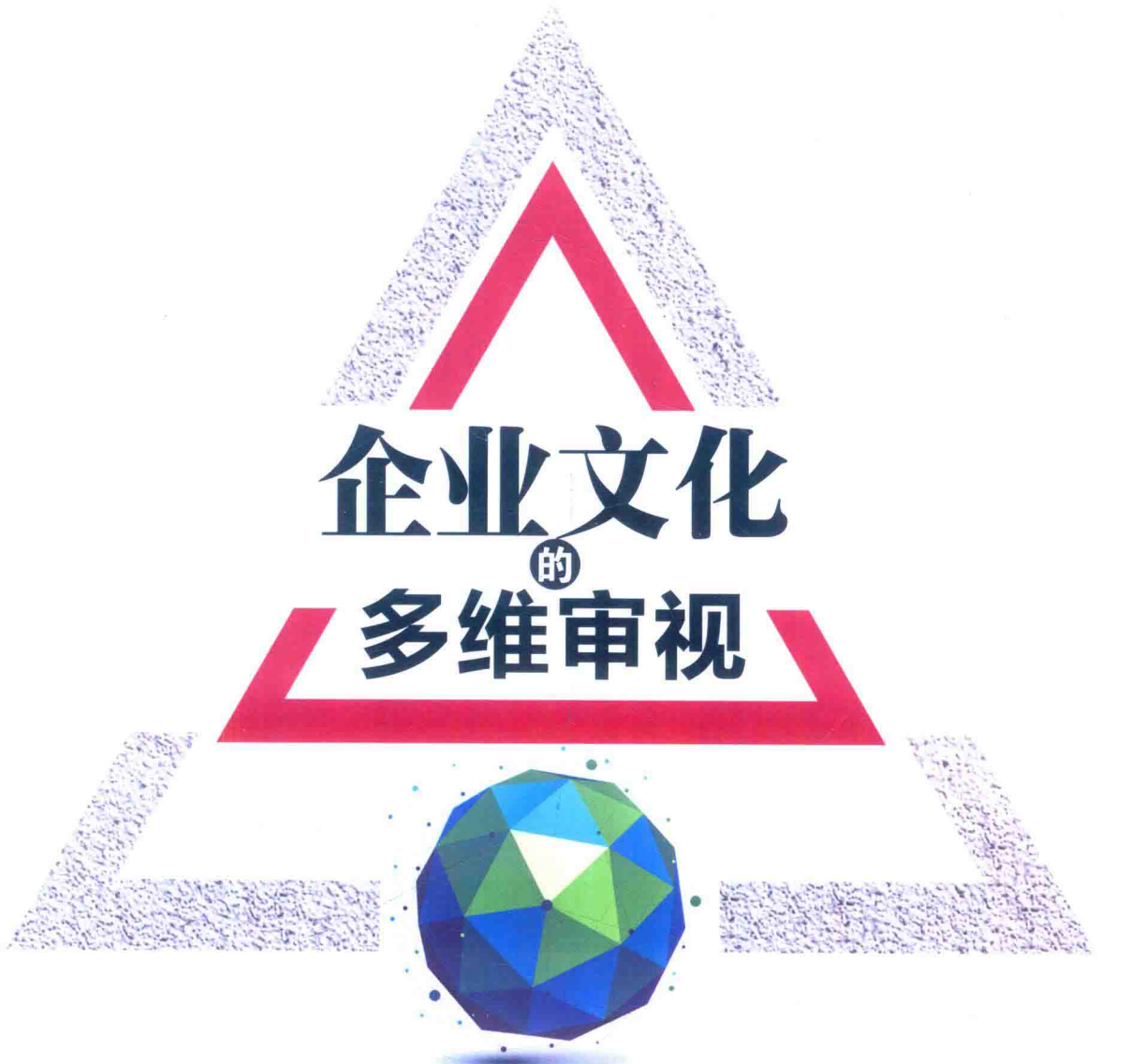




企业文化 的 多维审视



| 丁孝智◎著 |

新 华 出 版 社



企业文化 的 多维审视

丁孝智◎著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业文化的多维审视/丁孝智著

北京：新华出版社，2016.10

ISBN 978-7-5166-2866-9

I. ①企… II. ①丁… III. ①企业文化—研究 IV. ①F272-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 246141 号

企业文化的多维审视

作 者：丁孝智

责任编辑：贾允河

封面设计：李尘工作室

责任校对：刘保利

责任印制：廖成华

出版发行：新华出版社

地 址：北京石景山区京原路 8 号

邮 编：100040

网 址：<http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

经 销：新华书店

购书热线：010-63077122

中国新闻书店购书热线：010-63072012

照 排：彩丰文化

印 刷：北京凯达印务有限公司

成品尺寸：185mm×260mm

开 本：16

印 张：26.25

字 数：590 千字

版 次：2016 年 11 月第一版

印 次：2016 年 11 月第一次印刷

书 号：ISBN 978-7-5166-2866-9

定 价：68.00 元

版权专有，侵权必究。如有质量问题，请与出版社联系调换：010-63077101

序一

李永杰

我与孝智教授相识已有十几年的时间了。过去，我们曾一起合作办学、一块参加学术交流，有时候也会聚在一起把酒问道，讨论一些天下大事，可以说已经到了无话不谈的地步。前些天，他突然发短信要我给他新近完成的《企业文化的多维审视》一书作序。听到这位小兄弟又有新作问世，欣喜之余，自然应允，也为他这种笔耕不辍的精神而高兴。

在拿到孝智教授的大作之后，首先吸引我的是这本书的书名。作者不是泛泛而谈企业文化，而是要从多维视角对企业文化进行审视。在我接触到的企业文化论著中，有从精神、行为、物质等层面谈企业文化的，也有从文化、制度、技术等层面谈企业文化的。还有一些咨询专家试图从实操层面推进企业文化如何落地，但真正从多维视野深层次挖掘企业文化内涵，并从理论和实践的有机结合层面研究和考察企业文化的论著并不多见。从作者长达数十万字的论述中，不难看出其研究的视野不仅在于对企业文化的基本概念、内涵和特征进行梳理界定，更侧重于从文化视域对企业文化进行探究，并充分吸纳学术界的已有研究成果，且深入到世界有代表性民族缤纷多彩的历史文化传承、价值观、伦理道德、制度文化、战略管理、心理因素、审美意识，以及不同类型企业和企业家行为、科技进步对企业文化建设的影响等多个维度对企业文化进行考察。既有基于历史视角的分析，又有着眼于现实的考量。不仅有宏观的思考，也有针对性较强的具体建议。在企业文化建设的一些重要方面进行了深入细致的理论探索，提出了许多值得思考的观点。尤其是作者在考察企业文化发展趋势的基础上，对未来企业文化的走向作了较为清晰的预判，这对当前乃至今后的企业文化研究和实践会有重要的影响。

企业文化究竟是什么？恐怕学术界和企业界都难以给出一个统一的说法。但在当下浩若烟海的企业管理研究中，企业文化显然是一颗璀璨的新星，特别引人瞩目。作者将企业文化概括为“企业适应时代发展要求，结合本民族文化特色，并充分吸收外来文化精华而形成的具有本企业鲜明个性特征的企业理念体系和行为准则”。强调企业文化是企业管理之魂，是提高企业管理效能和形成企业核心竞争力的强劲动力，这是我比较认可的。众所周知，随着经济全球化、知识经济、信息化和互联网广泛而深入的发展，几乎没有一家企业不面临激烈、复杂的市场竞争。一个企业要想生存和发展，就必须获得某种竞争优势，否则，将很难在如此剧烈的竞争环境中存活下去。美国的《财富》杂志曾经发表评论说，全球最大的500家企业为什么能够优胜于其他企业，其中一个很大的原因，就是这些企业不断地给自己的公司注入文化的活力，这些企业的文化和其他企业的文化有着显著的差异。IBM公司的前总裁汤姆·沃森也说：要想构筑企业的持续竞

争优势，一个企业的基本运营理念、企业的基本精神和愿景远比企业拥有的技术资源、专利发明等重要。虽然这些资源也是不可或缺的，但这些资源均源自于公司职员对公司的基本价值理念的尊崇程度，同时也源自于职员们在实际的运营中咨询贯彻这些理念的程度。同样，我们从国内外一些优秀企业的管理实践中也可以清楚地看到，企业文化在企业的竞争中扮演着非常重要的角色，如美国的通用电气公司、日本的索尼公司、韩国的三星公司，以及中国的海尔集团等，这些企业所具有的竞争优势，其实就是其内在的企业文化基因。华为公司的总裁任正非说：“资源是会枯竭的，唯有文化生生不息。”

随着企业跨国经营规模的不断扩大，跨文化管理成为企业绕不开的门槛，能否有效地开展跨文化管理，将直接影响企业开展全球化经营的成效。孝智教授在该书中虽然没有专章论述这方面的问题，但也从多个角度对此进行了讨论，并提出了一系列很有针对性的建议，这是很有意义的。

企业文化建设的核心是什么，同样众说纷纭。孝智教授将其归结为“以人为本”，书中对此着墨较多，并作为未来企业文化建设的方向。我非常认同这一观点。考察人类社会发展的历史，虽然经历了以“经济人”为假设的“物本”管理，也经历了以“社会人”、“复杂人”为假设的“人本”管理，但最终的趋势一定是将人的发展作为基本的要求。诚如马克思所言：“物质世界始终是一个必然王国，在这个必然王国的彼岸，只有作为目的本身的人类能力得到发展，真正的自由王国才开始了。”既然人的发展是人类追求真正自由王国的开始，那么，对人的管理也就不能只停留在物质层面上，而要深入到人的精神世界，将人的自由、全面发展作为企业管理的终极目标。但要达到这样的目标，企业唯一正确的选择就是要把人看作管理的重要资源，充分发挥每个人的积极性和能动性。事实上，在当今瞬息万变的市场环境中，企业也只有树立“以人为本”的管理理念，才能在激烈竞争的市场环境中立于不败之地。

人文科学与自然科学有着很大的不同。自然科学研究自然界，自然是固化的、无意识的；而人文科学研究的人、人与人的关系却是生动的、鲜活的。特别是像企业文化这种以人的精神和意识作为研究对象的课题，就不可能用简单的数学模型或数据分析解释清楚，必须用适合人文科学的方法进行研究。德国文化哲学家威廉·狄尔泰（Wilhelm Dilthey）曾经说：人文科学不能“套用”和“移植”自然科学的方法论，而“理解”则构成了不同于自然科学“说明”的人文科学独特的方法论的核心。我注意到，在该书中，孝智教授没有采用当下管理学中比较流行的数理分析或实证分析方法，也没有用一个接一个的案例分析去说明企业文化应该如何建设，而是从理论考察入手，用严谨的逻辑分析和推理方法论证企业文化诸要素的理论依据、学理要求，在此基础上为企业文化建设提出有指导意义的思路和建议，并通过一些成功企业的案例分析强化其结论的适用性和实操性，这种类似于解释主义的研究范式，较好地达到了狄尔泰所说的“对自然进行说明，对精神生活进行理解”的研究效果。

企业文化虽然具有企业经营管理的属性，但一旦谈到文化，自然涉及到诸多学科领域的知识，要能驾驭并讲得清楚这些问题显然是需要学术功力和知识储备的。据我所知，孝智教授曾经修读历史，又攻读思想文化史，博士期间则致力于经济思想方面的研

究，后来长期承担企业管理方面的教学、科研和管理咨询工作，尤其对企业文化研究情有独钟，不仅一直承担这方面的教学任务，还发表了多篇（部）高水平的论著，有些论著在学术界产生了一定的影响。当我翻阅这部洋洋数十万字的著作时，清晰地看到了作者在这方面具有的良好素养，从严谨的逻辑结构、自如的资料运用、娴熟的多学科分析、多元文化的比较以及对企业经营管理中一些重点、难点的把握等，无不显现出作者所具备的学术功底和多学科的知识背景。非但如此，要完成这样一部企业文化著作，仅有相关的理论水平还不够，尚需了解和把握现代企业的经营管理实践，否则，就很容易变成精致的空头理论，难以对企业经营管理发挥实际作用。但该书显然没有蹈入这种覆辙，而是很好地将理论与实践紧密结合起来，在深入的理论分析和建构基础上，为企业开展文化建设提出了切实可行的意见或建议。这样的研究效果与孝智教授及其团队长期致力于服务企业、服务地方经济社会发展的研究取向不无关系。在我与孝智教授的交往中，深知他和他的团队一直深入基层，为地方政府和企业开展各种类型的市场调研、研究咨询、员工培训等服务，完成了数量不少的战略规划、管理制度、营销策划、企业文化建设等研究报告和规划方案。有些研究报告和规划方案深受地方政府领导、企业家的称赞，也获得过一些不同级别的奖励，并在经济社会发展和企业经营管理实践中创造了良好的经济和社会效益。在今天看到的这部著作中，作者其所以能够较为娴熟地将理论分析和企业管理实践结合起来，并针对企业文化建设中的一些瓶颈或症结提出对策和建议，应该是作者多年深入企业、了解企业、研究企业的必然结果。显然，这是一部作者经过多年积累，花费了许多时间和精力，并经过认真思考后完成的力作。

毋庸置疑，企业文化将是当前乃至未来企业经营管理最有效的手段，随着中国企业国际化进程的加快，建设优秀企业文化的需求将更加迫切而强烈，任何一家试图实现可持续发展，乃至追求卓越的企业不能不致力于建设属于自己公司的优秀企业文化。因而，有关这方面的研究成果必将会对中国企业实现这一愿景提供理论指导，衷心希望孝智教授的这部著作能够发挥应有的作用。

是为序。

（作者系华南师范大学经济管理学院教授、博士生导师）

序 二

李会宁

人们常说，世界的变化是永恒的，今天的世界变化实在太快！但我认为，无论世界如何变，变得有多快，其变化的方向一定是明确的，只有掌握了正确的变化方向，才能率先实现 0~1 的突破。企业文化犹如企业发展的方向盘，它为企业健康发展提供指引和保障。企业只有培育出特色鲜明、底蕴深厚、放眼未来的企业文化，才能掌握持续、稳定、快速发展的方向盘，进而培育和形成自己的核心竞争力。

我与丁孝智教授相识于 2010 年初秋。记得那时我们在肇庆国家级高新区科技局的协调下，联合申报一项有关金属新材料产业集群的广东省重大科技创新项目，丁教授是课题总负责人，负责协调项目的申报工作。在与他的接触中，我能感觉到他不仅专业水平很高，而且很接地气，对企业比较熟悉。在随后的交流中，更觉其知识渊博，很有创意。当时他担任当地一所高校经济与管理学院的院长，而且有一个很好的研究和咨询团队。于是，我们将公司上市前的战略管理、企业文化、绩效管理等模块的咨询设计交给他们运作。后来，他调任学校教务处做了领导，但却仍然一如既往地关注企业，并在繁忙的教学管理工作之余，集十余年研究之功完成了数十万字的《企业文化的多维审视》一书。前不久，他打电话向我索序，并送来了打印稿。当我拿到书稿时，作为一个在企业中拼搏多年、并十分钟爱企业文化的实践者，我夜以继日地拜读了这部书稿，欣喜地看到学术界又为我们这些企业的实践者们奉献了一部高水平的企业文化研究论著，这可谓我们正在着力推进的企业文化建设送来了期盼已久的及时雨。

本书视野广阔，角度新颖，既有精深的理论分析，又有针对性较强的操作建议，无疑为开展企业文化建设提供了重要的理论和实践指导。对不同专业领域、不同思维方式、不同文化背景、不同信仰、不同发展阶段、不同领导风格、不同经营方式的企业及其管理者来说，都可以找到自己的那块文化天地。

人们常说，文化是灵魂，是企业长期稳定、快速健康发展的动力。无形主宰有形。一切都会消失，但唯有文化可以永存和传承。记得我在兰州大学高分子化学专业研究生毕业后，曾在化工部涂料工业研究院工作了几年，1994 年怀揣梦想到广州创业。经过几年的打拼，企业确实得到了快速发展，但却越来越意识到要保持企业持续快速发展，没有先进的管理理论是不行的。必须要掌握企业管理方面的知识，用先进的企业管理理论来指导企业的经营和管理。于是，在 2002 年我报读了北京大学光华管理学院的 EMBA，接触到许多令我耳目一新的企业管理知识。第一次知道了组织效率模型包含战略、结构、流程、激励、文化、人员等，更让我知道了经营好企业不仅要靠自己的专业知识，更要培育自己的企业文化。只有用企业文化统领企业的经营管理，并通过不断地培

训和学习，将企业文化中的核心价值观、经营宗旨、管理理念、发展目标、企业精神等，“内化于心，固化于制，外化于形”，转变为在一个组织中自觉创造创新、自觉提高产品质量、不断自我完善的机制，企业才能健康持续发展。人们常说：“没文化真可怕！”可是，文化到底是什么？是学历？是资历？还是阅历？原来都不是，而是“根植于内心的修养，无需提醒的自觉，以约束为前提的自由，为别人着想的善良”。当明白了这些道理后，我很快就痴迷上了文化。于是在2013年又到中山大学报读了管理哲学的博士研究生班，继续学习中国深奥的管理智慧。在这里，我对博大精深的中国管理哲学有了较深入的了解，特别是对一些影响人类社会发展较大的思想体系进行了较为深入的梳理和思考，并形成了一些新的认识。如我对儒、释、道、基督四大思想体现的解读是，儒家强调孝、悌，所谓“入则孝，出则悌”。一个国家、一个组织、一个家庭对内要孝字当先。首先要尊重别人，要有敬爱的思想和行为；其次要遵循秩序，要有从善如流的胸怀，要坚持正确导向。对外是悌，出门在外要有平等、友爱、关怀备至的思想和行为，如邻居关系、公司各部门之间的效率管理等。道家突出“无为”，但“无为而无不为”。无为就是要尊重客观规律，要按照规律来做事。佛教讲“无我”。一心向善，甚至做了好事也不留虚名，从而达到无我的境界，也就是现在所说的“归零心态”。基督教则坚持“原罪”。要求信徒们不断赎罪向善，追求一种人生的新境界。我注意到，在丁教授完成的这部书中，对世界各国的文化特点、世界上三大宗教文化的分析着墨不少，通过对不同文化的比较和宗教伦理文化的挖掘，深入揭示了不同文化背景下企业管理的差异，特别强调了宗教文化对企业经营管理的影响，具有很强的针对性和深刻的现实意义，特别值得我们企业界人士去思考和借鉴。

在当今全球化、信息化和知识经济时代讨论企业文化，互联网自然是一个绕不开的话题。本书专章对人类历史上发生的几次科技革命进行了考察和分析，并分析了科技进步对企业经营管理的影响。提出了在互联网时代如何建设企业文化的构想，尤其突出了人本管理在互联网时代的重要意义，可谓切中了企业经营管理的要害。在产业转型升级、企业创新发展的今天，许多企业的经营者都想借助互联网实现跨越式发展，这无疑是十分正确的选择。但如何使这种设想变成现实则不仅是一个企业的战略问题，更是一个企业文化建设问题。互联网能够借助网络化平台将虚拟世界和实体世界连接到一起，形成一个上下贯通、左右无界的现实世界。通过网络化平台作为一种可以快速配置资源的框架，使所有的资源得到最优、最快的配置，并达到最大的共赢效果。通过虚拟化平台提供多元化的信息渠道、海量信息数据和多样化信息的价值判断。互联网以其时效性、互动性、低成本、个性化、信息储量大、高效快捷和多形式存在等优点，受到人们的普遍欢迎，也对其生产、生活等各个方面产生巨大的影响。因此，作为企业经营者，只有充分理解并把握互联网的这些特点，并在企业文化建设中贯穿互联网思维，才能真正实现“互联网+我们”的梦想。只有互联网+我们，企业的产业互联网才能实现。企业的产品和服务系统才能足够优秀，并融入到整个社会的经济活动之中，成为整个社会经济、政治和生态服务系统中的一个链条。

互联网既是一种思维方式，又是一门语言，一门全球协作的语言。它通过一种独特

的方式将世界上任何一个地方的人快速链接起来，实现人的自由、自主的发展。企业只有拥有一批自由发展、创意无限的人才，才能实现企业的快速发展。诸如“二战”结束时，美国人没有带走德国的机器和设备，而是把这里的科学家抢运了回去。而后的几十年间，美国科学技术飞速发展，并迅速成为引领世界科技潮流的强国。今天，无论是国家和企业，谁能够在互联网方面赢得先机，谁就可以获得最多的人才资源，并引领发展潮流。可以说，互联网已经成为一个“通天塔”，哪家企业率先建立起适应互联网发展的先进企业文化，它就一定会插上腾飞的翅膀而翱翔蓝天。毋庸置疑，互联网是人类在经历了农耕文明、工业文明以后的第三种文明。一个伟大文明的出现，必然孕育出一种伟大的思想，而思想是一群人的信念的组合。互联网时代需要自由创造，需要协同共赢，每个人都是互联网的链接器，打开自我，方能连接世界。你有多么宽广的胸怀，就有多么辽阔的天地。当你完全打开自我的胸襟，接受上天的洗礼，你就一定能够链接一切。

梦想从来不会失去，失去的只是信心。目标从来都很清晰，迷茫的只是人的眼睛。对未来从不担忧，担忧的是找不到未来的你。在人人都追逐“梦想”的今天，如果企业没有文化就会失去与时代同行的机会。衷心地期盼着，《企业文化的多维审视》能够与我们这些企业文化的实践者相伴相舞，一起迎接那百花盛开、姹紫嫣红的春天！

是为序。

（作者系肇庆千江高新材料科技股份有限公司副董事长，华南理工大学研究生导师，肇庆国家级高新区十大科技领军人物）

目 录

第一章 文化特质与企业文化的缘起.....	(1)
一、文化及其特征.....	(1)
二、管理思想的发展与企业文化的兴起.....	(6)
第二章 企业文化的内涵与特征	(19)
一、国际企业文化的基本理论	(19)
二、国内企业文化研究扫描	(24)
三、企业文化的基本属性和特征	(26)
四、企业竞争力形成的文化效应	(43)
第三章 文化传统与企业文化建设（上）	(47)
一、中国文化及其在企业经营管理中的体现	(47)
二、美国文化及其在企业经营管理中的体现	(71)
三、日本文化及其在企业经营管理中的体现	(81)
四、美、日企业文化建设的几点启示	(91)
第四章 文化传统与企业文化建设（下）	(93)
一、宗教文化对企业经营管理的影响	(93)
二、文化差异与企业经营管理.....	(107)
第五章 价值观与企业文化建设.....	(120)
一、价值观及其影响.....	(120)
二、企业价值观及其理论基础.....	(126)
三、中国企业价值观建设的一般状况.....	(134)
四、国内外优秀企业价值观建设的案例分析.....	(139)
五、中国企业价值观体系的构建策略.....	(146)
第六章 企业伦理与企业文化建设.....	(158)
一、企业伦理及其作用.....	(158)
二、企业内部伦理与企业管理.....	(174)

三、企业外部伦理与企业管理·····	(187)
四、我国企业伦理文化建设的途径·····	(199)
第七章 企业制度与企业文化建设·····	(205)
一、制度与企业制度·····	(205)
二、现代企业制度文化建设的基本趋向·····	(211)
三、我国企业文化建设的制度环境·····	(215)
四、发达国家企业制度文化建设的经验·····	(222)
五、我国企业制度文化建设方略·····	(228)
第八章 战略管理与企业文化建设·····	(242)
一、战略与战略管理·····	(242)
二、企业战略管理与企业文化的关系·····	(248)
三、文化差异与企业战略管理·····	(252)
四、企业战略管理与企业文化的对接与融合·····	(261)
第九章 心理因素与企业文化建设·····	(263)
一、心理学的产生及其在企业管理中的运用·····	(263)
二、企业管理主体的心理特征·····	(267)
三、企业员工的心理特征·····	(276)
四、企业管理实践中的心理现象·····	(281)
五、心理因素对企业文化建设的影响·····	(286)
六、构建基于心理契约的企业文化·····	(289)
第十章 审美意识与企业文化建设·····	(294)
一、美与审美·····	(294)
二、企业管理中的审美意识及其意义·····	(296)
三、中国人的审美特点·····	(298)
四、企业经营管理中的审美意识·····	(307)
五、企业品牌文化中的审美意识·····	(309)
六、企业视角识别体系中的审美意识·····	(311)
七、企业广告设计中的审美意识·····	(313)
八、企业商务礼仪中的审美意识·····	(320)
第十一章 企业家行为与企业文化建设·····	(322)
一、企业家与企业家行为·····	(322)
二、企业家行为对企业文化建设的影响·····	(324)

三、优秀企业家行为的基本特质..... (330)

四、现阶段中国企业家的行为状况..... (337)

五、企业家行为与企业文化的协同..... (345)

第十二章 科技进步与企业文化建设..... (356)

一、人类发展史上经历的几次科技革命..... (356)

二、科技进步对企业经营管理的影响..... (359)

三、互联网背景下的企业经营管理特点..... (366)

四、建设适应互联网时代的企业文化..... (369)

第十三章 世界卓越公司企业文化的特点及其评析..... (373)

一、世界卓越公司企业文化的基本特点..... (373)

二、中国企业与世界一流企业的比较与借鉴..... (377)

三、部分卓越公司企业文化评析..... (378)

第十四章 走向未来的企业文化建设..... (392)

主要参考文献..... (399)

后 记..... (404)

第一章 文化特质与企业文化的缘起

一、文化及其特征

(一) 对文化概念的不同解释

无论承认与否,近年来“文化”一词变得越来越时髦和流行,几乎成为人们语言系统中经常使用的口头禅,诸如传统文化、现代文化、外来文化、制度文化、产业文化、网络文化,甚至梦文化、茶文化、酒文化、嬉皮士文化等,不一而足。与此相应,对文化这一概念的解释也是众说纷纭、莫衷一是。1952年,美国人类学家阿尔弗雷德·克洛依伯(Alfred Kroeber)和克莱德·克拉克洪(Clyde Kluckhohn)在《文化:概念和定义的批评考察》一书中列举了1871年至1951年期间世界各地学者关于文化的定义有160多种;^①1988年,中国学者吴修艺出版的《中国文化热》一书中给出的是260种;^②后来,又有人统计达360种之多。^③

在中国,“文化”一词可谓渊源颇深。《周易·贲·彖传》称:“观乎人文,以化成天下。”这大概是“文化”一词的最早文献来源。孔颖达在《周易正义》中解释说:“观乎人文以化成天下者,言圣人观察人文,则《诗》、《书》、《礼》、《乐》之谓,当法此教而化成天下也。”由此,“文”就是“文治”,“化”就是“教化”。《论语·雍也》称:“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”。这里将“文”与人的修养联系起来。“文”与“化”联系起来组合成一个新词则出现在西汉晚期。汉代刘向的《说苑·指武》中说:“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛”。^④这里的“文化”是指“文治和教化”,与武力征服相对应。这段话被认为是“文化”最初的标准解释。由此说明,在中国人的传统观念里,“文化”是与“武力”相对的概念,本是“以文德加以教化”的意思,包含有文治、教化以及礼乐典章制度等。之后,人们对文化的解释很多,但大都没有超出这一范畴。实际上,现代意义上汉语中使用的“文化”一词,则是20世纪初“西学东渐”过程中由欧洲经日本传入中国的。该词缘起于拉丁语,由colo、colere(栽培、种植)、cultus(耕种的、耕耘的)构成。在古典拉丁语中,cultura的意思通常是指农业耕作和劳动,由此而有agricultura(农业)一词的来历。到公元前一世纪前后,在一些西方哲学家的演讲中已经出现

① 傅铿:《文化:人类的镜子——西方文化理论导引》,上海:上海人民出版社1990年版,第12页。

② 吴修艺:《中国文化热》,上海:上海人民出版社1988年版,第7页。

③ 蔡俊生、陈荷清、韩德林:《文化论》,北京:人民出版社2003年版,第1页。

④ (汉)刘向:《说苑·指武》。

“cultura animi autem philosophia est”，即耕作智慧和哲学精神等意思。^①

“文化”一词最早从意识形态和人文社科领域进行解释的是哲学家。大约在两千多年前，古希腊哲学家马库斯·图留斯·西塞罗（Marcus Tullius Cicero）采用“cultura-mentis”（耕耘智慧）和“culturaanimiphilosophia”（哲学是对心灵的教化）的说法，^②赋予“cultura”一词比喻的含义，类似于16世纪初出现在英语中的“theculture of the arts”（工艺的改进）、“mentalculture”（精神耕耘）或“intellectualculture”（智力耕耘）等。但在18世纪欧洲启蒙运动之前，“cultura”一词一直是被作为及物动词构成词组使用的，并没有作为独立单词使用过，如“cultura juris”（制定行动计划）、“cultura linguae”（改进语言）、“culiutura litterarum”（改进文字）等。到欧洲启蒙运动开始后，“culutura”正式被作为独立单词出现在人们的意识形态中，并形成了现代意义上的“文化概念”。^③文化同个人心智发展联系起来，进而联系到知识、智慧和理解力的获得。文化被等同于哲学，或者说心灵的培育，并将此用于人文而引申出心灵的培育，铸造符合“自然”之道的天性，以成就完美的人格，由此与中国儒家文化关于“修身、齐家、治国、平天下”的人格培育，以及相应的君子之道形成了异曲同工的效果，也形成了欧洲启蒙思想家倡导“理性精神”和“人的解放”的重要思想武器。

然而，真正将文化作为一个特定的学科领域进行研究的则是人类学家。1871年，英国人类学家爱德华·伯内特·泰勒（Edward Burnett Tylor）在《原始文化：神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗的发展研究》一书中对文化给出了一个定义：“文化或文明，就其广泛的民族学意义上来说，乃是包含知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为社会成员所获得的任何其他能力和习惯”。^④泰勒的定义虽然将文化和文明混淆在一起，但他对文化的描述却成为一个里程碑，为该领域的研究开拓了更为广阔的视野。20世纪50年代，美国人类学家莱斯利·A·怀特（Leslie A. White）论证了不同于文化人类学中单独的文化学，从而开启了文化学独立研究的新领域。怀特指出：人与动物的不同在于文化，而文化的实质在于符号能力。没有符号，就没有文化，人也仅仅是动物而不会成为其人类。^⑤随着中西方学者开始对文化的内涵及其范畴进行更为广泛的讨论，形成了诸多有关文化研究的学术观点和流派。

1. 综合说。美国学者克莱德·克拉克洪（Clyde Kluckhohn）等认为，文化就是人类创造和积累的全部物质财富和精神财富及其生活方式。文化是一个整体，这个整体包含器物、信仰、习惯和由这些习惯所决定的人的一切活动成果。^⑥随后，加拿大多伦多

① 冯天瑜、何晓明、周积明：《中华文化史》（上），上海：上海人民出版社2005年版，第4页。

② Goddard, Cli. The lexical semantics of culture. Language Sciences, 2005, (27): 9. 54.

③ 蔡俊生、陈荷清、韩德林：《文化论》，北京：人民出版社2003年版，第2页。

④ （英）爱德华·伯内特·泰勒：《原始文化：神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗的发展研究》，连树声译，桂林：广西师范大学出版社2005年版，第1页。

⑤ （美）莱斯利·A·怀特：《文化的科学——人类和文明的研究》，沈原等译，济南：山东人民出版社1988年版，第382页。

⑥ （美）克莱德·克拉克洪：《论人类学与古典学的关系》，吴银玲译，北京：北京大学出版社2013年版，转引自殷海光：《中国文化的展望》，北京：中国和平出版社1988年版，第30页。

大学教授德·保罗·斯查尔福 (De. Paul Schar Phu) 将这一观点作了进一步阐述, 提出“文化”是我们过去和现在所创造的精神上、心灵上和物质上的一切事物。文化是一个整体, 不仅包括思想观念、发明创造、人工制品、价值观念、信仰和艺术作品, 还包括经济制度, 社会结构和风俗习惯、政治体系、宗教信仰、法典法规等等。实际上它包括了我们能想象的一切事物。^① 中国许多学者也受此观点的影响。如梁漱溟就认为, 所谓文化, 不过是一个民族生活的种种方面, 包括精神生活方面, 如宗教、哲学、科学、艺术等; 社会生活方面, 如社会组织、伦理习惯、政治制度 and 经济关系等; 物质生活方面, 如饮食、起居、各种享用等。^②

2. 精神和观念总和说。德国哲学家伊曼努尔·康德 (Immanuel Kant) 说: 文化就是“有理性的实体为了一定的目的而进行的能力之创造”。这里的“创造”, 是指人类在精神和肉体两个方面由受自然力统治的原始状况向统治自然力的状况逐步发展。他甚至提出, 文化从一开始就不是属于个人的一种范畴, 而是属于整个民族和人类的范畴。^③ 美国佛蒙特大学的威廉·A·哈维兰 (William A. Haviland) 在《当代人类学》一书中认为, 文化不是可见的行为, 而是人们用以解释经验和导致行为, 并为行为所反映的价值观和信仰。人类学家莱昂内尔·泰戈尔 (Lionel Tiger) 指出, 所谓文化, 就是一个人人生下来由学习得到的, 或由创意得到的一切心灵建构或观念。它包括态度、意义、情操、情感、价值、目的、兴趣、知识、信仰、关系、组合等范畴。^④ 当代新儒家的代表人物牟宗三、徐复观、张君勱、唐君毅联名发表的《为中国文化敬告世界人士宣言》中则提出: “一切人类文化, 皆是人心之求真善美等精神的表现, 或为人之精神的创造。”^⑤ 与此相应, 一些马克思主义学者则把文化解释为社会的意识形态, 以及与之相应的制度和组织结构。马克思将文化看作是属于社会上层建筑领域的一部分, 也对文化进行了多维透视, 提出了诸如文化即知识观念、文化即人化、文化即人类的精神生产、文化即观念意识形态和文化是时代精神表征的观点。^⑥ 毛泽东在《新民主主义论》中就明确把文化看作是观念形态的范畴。^⑦

3. 行为与习俗说。美国学者菲利普·巴格比 (Philip Bagby) 把文化定义为“社会成员行为中的规则”, 或“众人行事的方法”。^⑧ 一些人类学家和社会学家认为文化是由学习得到的, 是由社会传递而来的行为或风俗。

4. 艺术和仪式说。这种观点往往把经济、政治和教育排除在文化之外, 只把诸如博物馆、图书馆、歌剧院、各种典礼等人类的艺术活动和具有仪式的活动看作文化。这

① 转引自徐言行主编:《中西文化比较》, 北京: 北京大学出版社 2004 年版, 第 11—12 页。

② 梁漱溟:《梁漱溟学术精华录》, 北京: 北京师范学院出版社 1988 年版, 第 40 页。

③ 转引自蔡俊生、陈荷清、韩德林:《文化论》, 北京: 人民出版社 2003 年版, 第 3—4 页。

④ 转引自殷海光:《中国文化的展望》, 北京: 中国和平出版社 1988 年版, 第 39 页。

⑤ 唐君毅:《心物与人生》, 台北: 台湾学生书局 1975 年版, 第 82 页。

⑥ 韩美群:《马克思文化概念的多维透视》,《江汉论坛》, 2007 年第 3 期, 第 124—126 页。

⑦ 《毛泽东选集》第 2 卷, 北京: 人民出版社 1952 年版, 第 256 页。

⑧ (美) 菲利普·巴格比:《文化: 历史的投影》, 夏克等译, 上海: 上海人民出版社 1987 年版, 第 149 页。

种理解即使在当代仍然有相当的影响。如美国当代分析美学家简·布洛克(Gene Blocker)在系统归纳艺术所拥有的审美文化特征基础上,将艺术看作是由人的审美决定的,人们审美地欣赏是艺术之所以为艺术的首要特征。^①中国学者耿坤将博物馆看作是文化传承、交流和创新的重要载体。^②

5. 历史和社会遗产说。一些学者认为,文化就是人们在生产和生活过程中传承下来的东西,即所谓“社会遗产”。但这种传承不是生物遗传,而是一种历史继承。如日本的文化学家祖甫江孝男就指出:文化是由后天构造出来的,成为群体成员之间共同具有,且被保持下来的行为方式。^③美国的一些学者也认为,文化就是一个群体社会遗产的全部。^④

6. 功能和价值说。梁启超在《什么是文化》一文中说:“文化非文化,当以有无价值为断。然则价值又是什么呢?凡事物之‘自然而然如此’或‘不能不如此’者,则无价值之可评;即评,也是白评”。因此,“文化是人类内心所能开释出来的一切有价值的东西”。他将其称为“有价值的共业。”^⑤所以,有学者认为,从哲学上说,文化即“人化”,包括世界的“人化”和人本身的“人化”,后者也可以称为“化人”。文化是人的一种存在方式、存在状态,人追求和享有一定的价值成果,并通过实现这些价值来更新和发展自己,以及周围的世界。^⑥英国人类学家布罗尼斯拉夫·马林诺夫斯基(Bronislaw Kaspar Malinowski)还提出,文化就是人们应付环境和把自己置于一个更好位置上的工具性装置。^⑦20世纪60年代后,文化释义学甚至把文化看作象征和意义的体系,并认为文化就是人类编制的意义“网眼”。^⑧

7. 行为指导和规则说。如菲利普·巴格比(Philip Bagby)将文化定义为某一个社会成员内在和外在的行为规则。克莱德·克拉克洪(Clyde Kluckhohn)等则对此作了更进一步的叙述。^⑨

以上从不同角度或视野对文化概念的解释,不仅说明文化本身所具有的复杂性和多元性,也说明文化研究的无穷魅力和强大吸引力,据此也更加深了人们对文化性质和特

① (美)简·布洛克:《原始艺术哲学》,沈波、张安平译,上海:上海人民出版社1991年版,第119—120页。

② 耿坤:《博物馆与城市文化》,《新世纪博物馆的实践与思考——北京博物馆学会第五届学术会议论文集》,2007年11月,第194—199页。

③ (日)祖甫江孝男:《简明文化人类学》,熊茜超、陈诗译,上海:上海社会科学院出版社2011年版,第37页。

④ 殷海光:《中国文化的展望》,北京:中国和平出版社1988年版,第31页。

⑤ 梁启超:《梁启超全集》第7册,北京:北京出版社1999年版,第4060—4061页。

⑥ 李德顺、孙伟平、孙美堂:《精神家园:新文化论纲》,哈尔滨:黑龙江教育出版社2010年版,第21页。

⑦ 马旭、宋浩池:《从文化的起源及其功能浅析马林诺夫斯基的文化论》,《东方企业文化》,2010年第6期,第151页。

⑧ (日)绫部恒雄编:《文化人类学的十五种理论》,周星等译,贵阳:贵州人民出版社1988年版,第152页。

⑨ 徐言行主编:《中西文化比较》,北京:北京大学出版社2004年版,第11—12页。

征的理解和把握。

（二）文化的性质和特征

由于人们对文化概念和内涵的歧义，导致对文化性质和特征的理解也存在诸多差异。为了进一步说明文化的性质和内涵，对其特征进行描述是必要的。这里将一些主要的观点加以概括，提出五个方面关于文化的性质和特征。

1. 文化从本质上讲就是“人化”。伊曼努尔·康德（Immanuel Kant）认为，文化是一个理性存在者里面，能具有的达到任何它自己抉择的目的之能力的创造过程。^① 另一位德国哲学家格奥尔格·西美尔（Georg Simmel）也指出：在文化领域中，“生命”和“形式”对应的其实就是“个体”和“文化”。只有人才是文化的真正对象。文化在本质上是“人类的一种完善”。^② 赫伯特·马尔库塞（Herbert Marcuse）则强调，文化内含高度的自由精神，具有净化人们灵魂、满足人们深层精神需要的作用；文化突破了社会现实的蒙蔽，对人的理解和感觉具有颠覆性作用。^③ 所以，威廉·莎士比亚（William Shakespeare）曾充满激情地说：“人类是一件多么了不起的杰作！多么高贵的理性！多么伟大的力量！多么优美的仪表！多么文雅的举动！在行动上多么像一个天使！在智慧上多么像一个天神！宇宙的精华！万物灵长！”^④ 文化的过程，就是“人化”的过程，也就是人的解放的过程，人越文化就越远离动物而获得自由。因此，一位中国学者总结说：人的文化必然包含着人类性，它是人类精神的自我确定。文化的本质是“人化”，人的自我完善主导着人的各种文化追求。^⑤

2. 文化是人类社会共同生活过程中衍生或创造出来的东西。文化作为一个整体，可以涵盖人类有史以来所进行的全部社会活动和成果，它既包括人类所有的历史遗产，也包括还在不断演化和创造的整个文化进程。自然存在物及其运动不是文化，如山川河流、日月星辰本身都不是文化，但人类据此而创造出来的历法、文学、艺术以及其他物品却是文化。人可以点头或摇头，这种生理机能本身不是文化，但赋予点头或摇头以一定的涵义，使其成为一种沟通符号，这时的点头或摇头就成为文化。

3. 文化具有明显的民族性和地域性。不同民族赖以生存的自然条件存在差异，由此形成不同的价值观念、思维方式和言行举止，并产生了一个群体迥然区别于另一个群体的文化特质。文化都是具体的、特殊的。因此，无论从纵向历史角度考察，还是从横向空间视野观察，世界各个时期、各个地域和各个民族的文化都是不同的，而且差异很大。比如在基督教伦理熏陶下西方文化与有着儒家文化传统的东亚文化，以及西方文化与以伊斯兰教为纽带的阿拉伯人之间就存在着长期的文化差异，甚至冲突，形成了不同

① 范进：《康德文化哲学》，北京：社会科学文献出版社1996年版，第47页。

② （德）格奥尔格·西美尔：《现代人与宗教》，曹卫东译，北京：中国人民大学出版社2005年版，第23页。

③ （美）赫伯特·马尔库塞：《现代文明与人的困境》，李小兵等译，上海：三联书店1989年版，第129页。

④ 曾钊、刘泽群：《从〈哈姆雷特〉看莎士比亚的人文主义思想》，《作家》，2010年第24期，第83—84页。

⑤ 包立峰：《以人为本企业文化的价值生态与建构》，上海：三联书店2013年版，第2—4页。