

SANXIANGQINGNIANSHEHUIKEXUEYOUXIULUNWENJI

SANXIANGQINGNIANSHEHUIKEXUEYOUXIULUNWENJI

三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU

SANXIANGQINGNIANSHEHUIKEXUEYOUXIULUNWENJI

三湘青年 社会科学优秀论文集

SANXIANGQINGNIANSHEHUIKEXUEYOUXIULUNWENJI

YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI

三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI
三湘青年社会科学优秀论文集
SANXIANGQINGNIAN
SHEHUIKEXUE
YOUXIU
LUNWENJI

(2004年卷)

主 编 刘 宏
副主编 卢本立 吴纪宁

湖南大学出版社

三湘青年社会科学优秀论文集

(2004 年卷)

编委会主任:曹监湘

委 员:徐传顺 刘晓敏

周发源 刘 宏

主 编:刘 宏

副 主 编:卢本立 吴纪宁

编写组成员:张光煌 邱素峰

陈晓季 肖 艳

湖南大学出版社

2005 年·长沙

内 容 提 要

全书录论文 70 多篇。主要围绕湖南伦理文化、旅游文化、民俗文化
与湖南经济社会发展这个主题展开研究,体现了湖南地方特色,反映了湖
南青年社科工作者的研究水平。

图书在版编目(CIP)数据

三湘青年社会科学优秀论文集. 2004 年卷/刘宏主编,
卢本立,吴纪宁副主编. —长沙:湖南大学出版社,2005. 4
ISBN 7-81053-901-9

I. 三... II. ①刘... ②卢... ③吴...

III. 社会科学-文集 IV. C53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 028438 号

三湘青年社会科学优秀论文集(2004 年卷)

Sanxiang Qingnian Shehui Kexue Youxiu Lunwenji (2004nianjuan)

主 编: 刘 宏

副 主 编: 卢本立 吴纪宁

责任编辑: 王和君

特约编辑: 刘社瑞

封面设计: 张 毅

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691(发行部), 8821594(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731-8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: press@hnu.net.cn

网 址: <http://press.hnu.net.cn>

总 经 销: 湖南省新华书店

印 装: 湖南省航务管理局印刷厂

开本: 850×1168 32 开 印张: 20.5

字数: 478 千

版次: 2005 年 5 月第 1 版 印次: 2005 年 5 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-81053-901-9/C·68

定价: 40.00 元

版权所有,盗版必究
湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

目 次

重塑信用文化 打造诚信湖南

——关于湖南信用文化问题的初步研究…………… 王一兵(1)

民族传统体育的现代化与现代化中的民族传统

体育…………… 白晋湘(14)

湘西民族文化资源及其旅游扶贫开发…………… 李青华(24)

怀化侗民俗旅游资源开发探讨…………… 周 红(38)

张家界旅游文化及其伦理探析…………… 王 鹏 熊煜华(51)

中华文明的源与流

——关于永州古文化在中华文明起源中的

价值判断…………… 蔡建军(62)

地域文化在凤凰古城旅游形象建设中的渗透与

整合…………… 张河清(73)

湖湘文化创新与优化湖南经济发展环境…………… 李 跃(81)

论加强高校思想道德建设…………… 吴克明 廖和平 丁桂珍(89)

科学技术史与发展先进文化…………… 肖 艳(97)

县域历史街区的特色研究…………… 刘建平 张 群(105)

打生态牌 走特色路

——湘西自治州生态文化建设刍议…………… 谭和平(115)

试论现行文件自治公开服务所面临的问题及其

模式构建…………… 王协舟 陈艳红(124)

论长株潭区域旅游一体化发展战略…………… 刘红梅(134)

传统人居环境思想对创建诗意人居环境的

启示…………… 李煦明(139)

试论佛教对中国民俗文化的影响·····	赵行良(154)
大湘西特色旅游圈开发战略研究·····	王冬银(167)
以服饰为龙头促进株洲区域文化的发展	
——株洲服饰文化建设方略·····	刘伟生(179)
现代旅游对传统民族文化的影响分析及对策	
研究·····	张群(184)
发展先进文化构筑县域文化新格局·····	方南玲 曹勇(193)
论发展先进媒介文化·····	彭祝斌 阳美燕(199)
佛教文化旅游资源的开发与重塑	
——以浙江桃花岛为例·····	张群 黄定根(206)
我国会展旅游的现状与发展动向分析·····	张健(215)
唐代私学类型的发展·····	吴争春 贺建壬(223)
WTO与区域文化的发展	
——以湖南郴州为例·····	谢晶莹 罗维学(237)
构建区域文化的良好法治环境·····	朱锡宁 张朝晖(243)
开发利用历史文化遗产与发展区域特色文化	
——以永州为例·····	耿蕊(248)
湖南民间美术所面临的困境及应对措施	
初探·····	文牧江 曾景祥(254)
古村落的保护与开发初探·····	刘文娟(263)
永州——舜帝生于斯葬于斯的圣地·····	蔡建军(275)
说“和”·····	刘伟生(282)
关于在构建先进区域文化中凸显诚信观念的	
思考·····	李雄文(292)
私有财产可否被侵犯的经济伦理思考	
——兼论马克思关于私有财产可否侵犯的	
思想·····	贺汉魂(305)

解构作为通俗文艺的电影与电视·····	戴剑平(314)
打造湖湘服饰文化 提升湖南服装	
产业·····	李大元 刘巨钦(324)
论数字化图书馆对馆员的素质技能要求	
及其培训·····	饶爱民(329)
论网络时代的广播新闻发展 ·····	张瑛英(335)
运用税收杠杆促进湖南工业化发展·····	张社安(341)
做大做强奔小康·····	肖曼辉(349)
对做好国有困难企业厂长经理的思考·····	任 辉(360)
中小工业企业融资“两难”问题实证研究·····	褚鸿飞(372)
湖南工业化和城市化对农民收入增长的	
实证分析·····	湛 泳 龚志勇(381)
合理调整湖南行政区划 积极推进湖南	
工业化进程·····	李金龙 杨 柳(390)
发展租赁融资 促进湖南经济持续快速	
增长·····	易传和 曹海毅(398)
借鉴他国经验 规范发展我国住房二级	
市场·····	薛 姝 周小飞(406)
对我国走工业化道路的几点思考·····	余学珍(415)
湖南工业化建设如何与环保工作协调发展·····	谢斯颖(423)
正确认识推进工业化中的几大关系·····	李 跃(431)
湖南在工业现代化进程中的路径	
选择·····	龚志勇 侯冠平(437)
构建诚信政府的意义及途径探讨·····	盛明科(447)
加快湖南工业化进程 努力提高城镇化	
水平·····	曾天雄 陈卫东(454)
论中小型出版社的发展战略·····	雷 鸣(461)

道家的环保思想与生态安全理念·····	陈国生(468)
以人为本,加强人力资源的损耗管理·····	王和君(476)
城市商业银行可持续发展策略探析·····	蔡艳萍(484)
提升县域经济的文化品位 夯实文化发展的经济 基础·····	曾天雄 陈卫东(492)
绿色管理:从环境管理中获取竞争优势的黄金 法则·····	陈应龙 丁 华(499)
湖南中小企业的融资问题研究·····	易传和 张燕莉(509)
论《经济观察报》立体营销策略·····	刘社瑞(517)
论经济信息污染及控制·····	伍洁容 唐 毅(527)
论国有企业(公司)内部监督机制的 构建·····	郑 洁 贺正楚(536)
从环境剧变看企业危机文化的构建·····	袁选民 刘巨钦(549)
关于以信息化带动工业化理论探讨及建议·····	张 萍(558)
县域工业发展的八大对策·····	刘 峰(566)
关于税务文化的理论思考与实践对策·····	陈立龙(576)
信息受众的主体性生成及其意义·····	彭 泳(583)
客户关系管理四大略论·····	刘 琳 李 明(591)
企业非伦理行为原因分析及其对策探讨·····	颜家水(603)
服务型税务机关创建初论·····	胡爱民(614)
民族地区产业建设的战略选择 ——以湘西州产业建设为例·····	麻学锋(622)
杨度帝王之学简论·····	周小喜(629)
拓展政治权力研究的新视野 ——读《权力之善——社会主义政治权力善 的探析》·····	王和君(644)

重塑信用文化 打造诚信湖南

——关于湖南信用文化问题的初步研究

王一兵

(中国人民银行长沙中心支行,湖南 长沙 410000)

摘要:市场经济条件下,信用文化对经济社会发展的影响尤为突出,本文从分析湖南信用文化发展的进程出发,提出了打造“诚信湖南”的几点具有可操作性的建议,这些建议对于推动湖南建设信用文化,推进湖南全面建设小康社会具有十分重要的意义。

关键词:信用文化;诚信湖南;全面建设小康社会

当今世界,文化与经济社会的发展紧密相连、相互渗透,越来越成为一个国家综合国力的重要组成部分。市场经济条件下,信用文化对经济社会发展的影响尤显突出。我国曾长期实行计划经济,现在已经进入社会主义市场经济时期,重塑和发展信用文化,是社会现实生活的需要,也是市场经济特别是加入WTO后,我国社会经济规定的内在规定性、全局性和战略性的客观要求。

本文仅从实际出发,对湖南信用文化建设的相关问题,作一些初浅探讨。

一、经济社会的发展孕育培植了信用文化,但湖南不发达的经济和社会状况也制约了信用文化的发展

历史、经济社会的发展,从来离不开文化的参与和支撑。经

经济发展的状况和水平,在根本上决定着文化的性质和面貌,而文化反过来又深刻地影响经济社会的发展和水平。

信用是经济社会发展的产物,它本身就是交易双方的一种光荣感、自豪感,是一种充满自信、自重、自强的标志。信用形象的树立,不是交易各方靠一时一事树立起来的,而是靠长期积累和净化所塑造出来的,是历史的沉淀和升华。因此,信用成为了一种文化,一种起着引导、激励、凝聚作用的社会力量。在现代社会中,特别是经济全球化和金融一体化的世界潮流之中,世界已经成为一个互相紧密联系的共同市场,世界各国都是这个共同市场的交易主体,信用文化成为世界大市场交易的最基本的黏合剂,成为现代社会无国界之分、无民族之分的一种共享性文化。它随着社会信用化程度的提高而发展,并对社会经济的发展产生巨大的作用。

据考证,湖南商周时期就出现过铸币(商代铜斧)流通,即较原始的信用活动,因而也伴生了与之相应的信用文化。因此,湖南原始信用文化的发端可以追溯到两千多年以前。信用文化的发展不可能游离于社会经济的大环境,其发达与否同社会经济特别是贸易、金融业的发达程度密切相关。从这个道理上讲,几千年的悠久历史并未铸就出湖南信用文化的辉煌,相反,与蜚声国内外的湖湘文化相比,湖南信用文化则显得苍白与贫瘠。

湖南信用文化的发展进程大致可分为三个阶段,每个阶段都随着经济特征的差异呈现出不同特点。

1. 几千年自给自足的小农经济限制了信用文化的发展

由于在我国漫长历史发展进程中,长期奉行重农轻商、以农为本的国策,贸易与金融的发展受到很大压制,信用经济和信用文化只能维持在一种原始状态,大众的商业信用意识普遍比较低。而作为内陆省份的湖南,受自然环境影响,自给自足的农耕

文化特征更加明显,贸易金融业发展既落后于当时作为我国政治经济文化中心的北方地区,也落后于经济活跃的东南沿海地区。直至明末清初,湖南才出现经营兑换金银钱币的钱摊乃至经营存放款业务的钱号。在这样的经济环境下,居民能够接触到的信用产品少得可怜,人们对信用的认识也就是“欠债还钱”而已。据资料反映,1950年末湖南全省人均储蓄仅0.79元,当时人们所能接触到的信用产品主要是储蓄存款和少量的公债。因此,尽管湖南信用文化也曾经历了两千多年的漫长历史,但发展却十分缓慢,根本不能同湖湘文化在全国的地位等量齐观。

2. 计划经济体制排斥信用经济,以信用经济为基础的信用文化必然失去发展的空间

新中国成立后,我国经历了几十年的计划经济体制,行政措施是调节经济的强有力手段,生产流通分配各环节均由国家下达计划指令,市场的作用被削弱乃至被忽略,人们的信用活动被限制在十分狭小的范围内,甚至银行的存贷款都受到强大的行政干预,信贷资金财政化的趋势明显。在这种经济体制下,信用文化几乎没有发展的空间,信用对人们的社会生活特别是经济行为的约束(不论是道德约束还是制度约束)逐步丧失,全社会的信用意识、信用观念十分淡薄,信用制度建设停滞甚至遭到破坏,金融机构和金融业务萎缩,一些过去曾经建立过的公证机构、资信调查机构、担保机构等信用管理组织基本消亡。

3. 经济体制转轨初期,由于人们对信用文化的理解比较狭隘而忽视了信用制度建设

在这一初期,国家计划指令、行政干预逐步失去主导作用,市场机制的作用逐步增强并成为主导。然而,市场经济体制下的各种法律、制度和机制的建立与完善还需要一个较长的过程,一些人利用法律制度上的“空子”,制假售假、以次充好、违约毁

约、诈骗、逃债废债，肆意破坏市场秩序和信用秩序，社会信用环境呈现恶化的趋势。虽然各级政府倡导加强公民道德意识教育，加大对违法经济行为的打击力度，由于对信用文化缺乏完整认识，信用制度建设没有跟上，整饬信用环境的效果并不明显。信用文化所涵盖的并不仅仅是意识形态方面的内容，还应包括与信用经济相适应的制度体系。然而，多年来我们却一直把信用问题单纯地作为意识形态问题、公众道德问题，而忽视了信用制度的建设。长期以来，“童叟无欺，诚实守信”一直被作为中华民族的传统美德广为传诵，但在中国传统的信用文化中，仅仅把信用作为一种道德观念，即对于失信者和失信行为似乎只能用道义谴责的方式进行惩罚，而没有把信用看做是一种资源乃至一种商品，因而也就很难真正认识其使用价值和价值。一个人不讲信用，只会受到道德上的谴责，其经济利益并没有受到太大损失。在这种情况下，失信的收益远远大于其成本，从而造成整个社会信用缺失。特别是在中国由计划经济向市场经济转轨的过程中，社会信用意识和必要的信用制度并没有很快建立起来，因而缺乏对失信的惩戒机制，造成全社会严重的信用危机。

二、信用文化的贫瘠已成为市场经济发展的一大障碍，重塑和丰富信用文化是湖南经济社会发展的强烈呼唤

我国建立健全社会主义市场经济体制，需要一个相当长的过程。在经济体制转轨时期，新的信用文化意识、各种信用制度体系还没有真正建立起来，各种信用约束机制还没有完全形成，整个信用文化的建设落后于经济体制转轨的步伐，信用文化水平不适应市场经济发展的矛盾十分突出。

文化的落后，必然要拖整个国民经济发展的后腿，带来一系列不良的社会经济后果。信用文化发展的滞后已经成为经济社

会发展的一大障碍。当前湖南比较突出的问题有：

其一，正常的经济秩序被打乱。一是始于 20 世纪 80 年代中期的“三角债”问题迄今得不到根除，降低了国民经济的运行效率。据中国人民银行长沙中心支行对湖南 286 户定点监测工业企业的统计，2002 年应收账款净额高达 136 亿元，占这些企业资本金的 39.5%，就是说，企业有近 40% 的资本金被客户长期占用而不能实现高效运转。二是部分企业盲目负债及负债后大肆逃债、废债的行为又成为近年来更加突出的问题。据全省银行和财政部门典型调查，近两年部分企业借改制之机逃废、悬空金融债务达到 300 多亿元。

其二，企业融资存在难度。当前，“中小企业贷款难”、“民营企业贷款难”的呼声很强。其实，除了少数经济规模和经济效益突出的企业外，许多企业在融资上都觉得有不同程度的“难”。不少向银行贷过款的企业常常抱怨：贷款程序繁琐，贷款难度大。另一方面，银行又为难找优质客户、贷款放不出发愁。这是出于对企业信用担忧，又缺少完善的信用管理体系，银行为防范风险，必然设置贷款门槛，制定严格的贷款审批程序。

其三，金融创新业务的推广受阻。网上银行作为金融服务的交易新手段和新经济的重要组成部分，被人们推崇备至。然而，本该在网上银行推广应用中担当主角的商人、企业经营者和商业银行，却大都持观望态度，真正做起来往往是“雷声大雨点小”。以网上支付为例，目前大多数银行的网上银行没有此项功能，即使有，用的人也寥寥无几，原因何在？主要是因为人们认为还是“一手交钱、一手交货，彼此放心”。“不放心”，意味着交易行为的当事人互相不信任。有人在报上对中美两国的网络经济进行对比：“因特网的推广，中国比美国只晚 4 年；电子商务仅迟 2 年零 8 个月。”这是指双方的起步阶段。然而，据测算，在西

方国家,2000 年网上银行业务量占传统银行业务量的 10%~20%。在美国,预计到 2005 年,网上银行业务量占银行总业务量的比重将接近 50%;而在我国,现在连 0.1%的比例也达不到。

其四,个人信用市场难以开拓。目前,我省个人信用业务已经从单一的储蓄扩大到包括个人信用卡、个人消费信贷等在内的多种业务,其中个人消费信贷本应是商业银行业务发展和效益提升的重要增长点。在国外,个人信贷业务一般占整个贷款业务的 40%以上,但在我省仅为 4%左右。银行最大的顾虑就是无法掌握个人资信状况,无法对借款人的偿还能力和诚意做出准确的判断,而这最关键的问题就是缺少个人的信用管理体系。我国迄今为止尚没有一部全国性的有关征信的法律法规,建立个人征信管理体系还有不小的难度。

文化与经济特别是市场经济的密切联系,在科学技术突飞猛进的今天,更加突出。建设社会主义市场经济,信用文化是不可或缺的要素。当我国经济体制由计划经济转变为社会主义市场经济时,必然要带动相应文化观念、思想意识的转变,带动各项经济制度的转变。在市场经济中,信用既作为一种基本道德准则和经济活动的基本要求来规范市场主体的各种交易行为,又作为一种法律制度来约束授信人的权利和责任。我国市场经济体制的确立,强烈呼唤信用文化的重塑,也为信用文化的发展创造了契机;计划经济体制下可有可无的信用观念、信用制度已经变得不可或缺。

三、从经济社会实践的效果角度看待信用文化,正确把握好建设湖南信用文化的基本特点

考察国内外信用文化的共同特性,按照构建具有中国特色信用文化的要求,重塑和发展我国的信用文化,要把握住以下五

个基本特点：

1. 崇尚性

信用文化有别于娱乐、研究等其他文化的一个重要特点，就是它积极向上、值得推崇，能成为对经济社会和公民个人有吸引、指导、鼓舞、约束作用的高尚、实用文化。这是由信用文化具有的广泛涵义决定的。首先，信用文化具有道德涵义。我国古代就有丰富的信用道德文化思想资源。中华民族自古就懂得一个基本道理：“人无信不立”，并且身体力行，构成了一种诚实守信的传统道德观念和行为准则。其次，信用文化具有经济涵义。信用源于市场交易中的商品货币关系，与价值运动相关联。可以从三个方面看：①信用是资产。作为市场交易主体，无论个人、商家、社团、国家，良好的信用形象，都是无价之宝。②信用是资源。在交易中，信用有创造功能，还有加速功能。做交易有“勤进快销”的原理，资金运营中如果“勤借及时还”，一笔钱周转一次和周转十次，效应决不等价。因此，信用是一个巨大的资源宝库。③信用是资格。在现代社会经济生活的各种交易中，信用是进入现代社会的通行证，是现代社会成员的品牌，是得到现代社会认可和尊重的资格。对于市场交易的任何一方、任何成员，信用度越高，进入市场的范围就越宽，从交易中获得社会资源的成本就越低，应付交易中突发事件的能力就越强。再次，信用文化具有政治涵义。信用文化已经不单纯局限于市场交易中的商品交换和资金融通意义，而是同社会的所有成员都密切相关。第一，信用对政治有重大影响。信用存在于一切产权和制度之中，存在于一切交易方和一切市场交易之中。任何一种产权和制度都要讲信用，任何一种市场交易都要讲信用。无信用的产权制度和经济制度最终都会衰败。第二，政府也必须遵守信用。信用存在于社会发展的各个历史时期，一个健全的社会，

都要维护一定的社会信用制度。最后,信用文化具有法律涵义。随着社会的发展,信用的形成、被认可和得到维系,单纯依靠观念、意识和社会舆论,已过于孱弱,必须依靠一定的法律支撑,信用已经由最初的交易双方自我道德约束行为变为需要与外在法律制度约束相结合。

2. 互利性

信用观念和诚信原则是在人们追求利益的互动中产生和发展的。人都有趋利避害本能,需要解决的问题是逐利的方式和规则。人们最初的逐利动机往往是各行其是,相互冲突。人们经过经济社会的实践明白了一个简单道理——为了追求自身利益,必须尊重他人利益,或者是不损伤他人利益。进而在交往中逐步形成了反对欺骗狡诈,提倡信用守约的观念和原则。这就是信用文化互利的的基本内涵。所谓“互利”绝不是“独利”,也有别于“双利”。在现代文明高度发达的今天,仅强调有利于当事双方利益是不够的,也不符合现代信用文化的精神。互利不仅要求当事人在立约、践约的过程中按约办事,不损害对方利益,而且还必须确保潜在的第三方即公众乃至整个社会的利益不受侵害。所以说互利是信用文化最具本质的特点。在现代市场经济条件下,人们在利益方面的交易、往来、契约等逐利行为,已经渗透到包括自然资源、资本资源、智力资源、信息资源、技术资源、管理资源等方方面面。这在一定的道义规范的基础上,也客观地为人们的逐利互动提供了广阔的互利共赢平台和空间。

3. 广泛性

信用文化作为一种基本理念和规范有别于其他文化现象,具有广泛、普遍适应性特点,其受众包括所有的社会成员。就社会成员个体而言,其自身的信用规范至少包括两个统一:“言与心的统一”,即言必由衷,口不违心;“言与实的统一”,即言必有

据,语不背实。就社会成员与社会的互动而言,必须“言与行统一”,即人们在社会活动中要言行一致,兑现承诺。亚当·斯密认为:“自爱、自律、劳动习惯、诚实、公平、正义感、勇气、谦逊、公共精神以及公共道德规范等,所有这些都是人们在前往市场之前就必须拥有的。”就社会层面而言,现代信用文化决不能局限于经济领域,还必须从全体社会成员道德规范和整个社会运作机理上考虑。信用文化不仅有赖于一个社会的商业文化、物流文化、企业文化,还有赖于一个国家的制度文化、法制文化和道德文化。它是全社会道德规范和制度规则在国民中的内化整合。实践证明,只有铲除以非信用、反信用方式获利的经济现象赖以滋生的社会土壤,诚信的倡导才能有治本的力量和效果;只有打破旧体制和行政壁垒使不同所有制经济、不同行业和产业部门、不同经济领域之间的规则统一、待遇相同、机会均等,才能创造市场主体严格恪守信用的基础和前提;只有加快企业和个人征信体系和法律约束体系的建立,才能使具有良好信誉的企业和个人充分享有守信的益处和便利,使有不良记录的企业和个人受到惩处。随着人类社会的纵深发展和跨越时空的开放,人们的互动,无不处于契约之中,都需要人们待之以礼、行之有信,以信用观念来规范各自的行为。

4. 民主性

信用文化也是大众性文化,因而带有民主性特点。市场经济是一种民主经济。由于改革深化和开放扩展,我国社会政治经济已经发生巨大变化,民主的内涵也随之丰富而具体,与我国市场经济体制和先进文化互相交融,成为其重要的合理内核。按照与时俱进的要求,在构建我国信用文化中突出民主性,具有重要的现实意义。民主就是人们平等地以国家公民身份参与政治、经济、社会生活的管理。民主的实现,不仅与国家政权密切

相关,而且需要国家一定的政治、经济制度作保证,两者不可或缺。改革开放以前,社会民主意识淡化,经济组织和公民个人没有生产经营的自主权,民主行为能力低下,民主生活也很不健全。这是我国向市场经济转型中社会信用普遍失范的一个根本因素。社会主义市场经济体制,确立了我国经济成分、组织形式、利益主体的多元化,塑造了个人主体自主的人格。社会各经济成分和公民个人,可以自主决定自己的生产、经营和生活,其自主意识、平等意识、公正意识就随之而来,民主范围逐步扩大,民主原则日益具体,民主需求日趋强烈。所以构建信用文化必须在尊重各种利益主体不同民主要求的同时,适应绝大多数人的民主需求,使之成为大众喜闻乐见的民主文化。

5. 奖惩性

信用文化构建过程,是以“诚信为本,操守为重”为主要内容的信用理念在国民中的内化过程。信用理念不是与生俱来,就像其他一切文化和规范必须通过后天习得一样,同样需要一个长期的社会教化和自身修养过程。重塑信用文化,要紧紧抓住教化与内化两个环节,配套建立起严格的约束机制和激励机制。规则有两个基本方面,即他律规则与自律规则。前者主要是靠强制性的法律措施,后者则是伦理道德、文化氛围的约束,两者不可或缺。通过信用道德的内化引导社会成员对自己的行为和相互关系进行自我调节,更能显示出人的主体精神和人格尊严。文化力的“力场”有两个,即:导向力和劝服力。信用文化的导向力,就是要启迪人们的信用道德觉悟,激发人们的信用情感和热忱,强化人们的信用规则意识,褒奖人们遵守信用的行为,从而使人们在内心中形成信用行为的内在动因。说到底就是要养有一种“荣辱之心”。信用文化的劝服力,就是要形成广泛的诚信舆论,培育良好的诚信环境,增强人们守信的责任感。