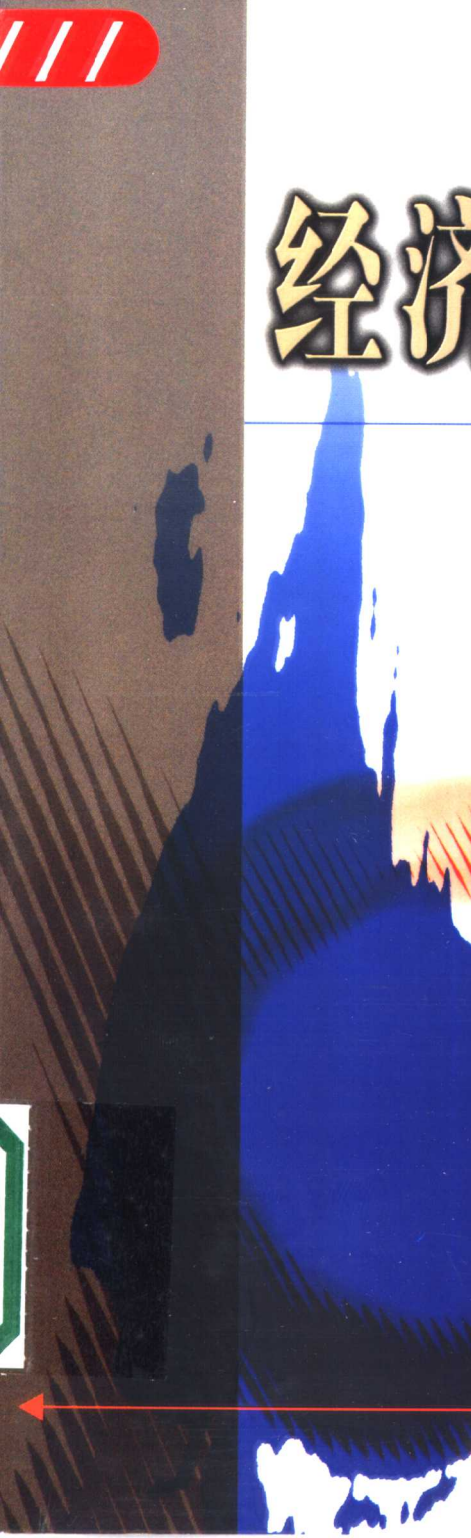




经济文化学



李大农 李福钟 编著



北京师范大学出版社

经济文化学

李大农 李福钟 编著

北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济文化学 / 李大农, 李福钟编著. —北京: 北京师范大学出版社, 2002. 6

ISBN 7-303-06145-2

I. 经… II. ①李…②李… III. 经济—文化—研究 IV. F0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 027204 号

北京师范大学出版社出版发行

(北京新街口外大街 19 号 邮政编码: 100875)

出版人: 常汝吉

北京东方圣雅印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 10.625 字数: 265 千字

2002 年 6 月第 1 版 2002 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1~1500 册 定价: 18.00 元

前 言

什么是经济文化学？因为这是一门新学科，不好简单地下一个定义，有待于大家去探索研究。我们在这里要强调的是，经济学是一门“人”学；经济文化学的研究内容，小到经济行为中的人的观念，大到经济学中的哲学问题，似乎还不是当今传统经济理论所能完全解决的。

人们一般都接受经济学研究的是商品的生产、流通、分配和消费的说法，由此引出各种经济规律，形成传统经济学的基础。但是，除此之外，一般传统经济学仍有许多涉及较少的视野。例如在“生产”领域，有很多物质产品的生产，完全是因为政治、意识形态（包括宗教）的原因才发生的。高雅艺术是一种正的“生产”，战争的摧毁是一种负的“生产”；除了等价交换——传统经济学中的基本原理之外，社会中不等价的“交换”不也比比皆是吗？暴力掠夺、赠与调拨，不也是财富的一种“分配”方式吗？至于“消费”，就更带有文化色彩了，所谓消费心理、消费意识、消费文化等词语已为人们所常用。这些都说明经济文化学是能被人们所理解的。

当然，传统经济学也研究某些文化问题，例如对外部性、对制度、对消费行为、对人力资本、对价值观的讨论等等都是。我们深感许多伟大的经济学家在经济哲学领域里做出了许多重大的贡献，是我们研究学习的楷模。所以我们并不认为经济文化学不属于经济学的研究范畴。我们只是认为经济文化学更像是一门边缘学科、交叉学科，它在传统经济学的基础上发展，又充实了整个经济学科的大厦。

本书的研究便是强调经济学的文化属性，并试图在经济文

化学领域抛砖引玉。为此，我们在这个前言中做出如下几点交代。

一、经济文化学是一门新学科，本书的撰写只是一种尝试。本书除绪论和结论两章外，分为主经济文化和亚经济文化两篇。上篇为主经济文化，分为原始经济形态文化、农业经济形态文化、工业经济形态文化和知识经济形态文化各章；下篇为亚经济文化，按各个专门的经济文化现象论述之，分为市场经济文化、社区经济文化、消费经济文化、家庭经济文化、企业文化和货币文化各章。全书共 13 章。这样的分类是否妥当，没有把握，请有关专家、学者和各方指正。

二、经济文化学是一门完整的综合性学问，一般说来，应该是透过文化看经济，透过经济看文化，经济借文化助推，文化恃经济扬威，做到经济和文化“水乳交融”，难舍难分，不能搞成经济和文化两张皮。但我们在撰写过程中却感到异常的难，怎样“透过”，是一个难关。但事已至此，也只能如此了。

三、经济文化学是一门理论结合实际的科学，既要有历史的透视，又要有现实的分析，既要有东方的，又要有西方的，但由于作者学识的限制和资料的不足，本书在取材上很不均匀。在农业经济形态文化中，中国的材料较多，而在工业和知识经济形态文化中，则取材于西方的较多。作者感到，中国长期处于农业经济形态下，可以说在世界上具有典型性，因此在这方面取材中国的多一些；而工业和知识经济形态则主要属于西方世界，因此这方面取材西方多一点。农业经济形态文化的时间较长，材料较多，篇幅较长，为了便于阅读，分成两章撰写。

四、经济文化学的研究还刚刚开始，有关著述亦不多见，由于我们在这方面并无深入的研究，再加上时间限制，我们奉献给读者的只能说是一部具有初探性质的作品，因此真诚地希望得到有关专家、学者的指正、帮助，并提出批评意见。如果此书能对研究经济文化学有一点小小的帮助，则我愿足矣！

在本书的写作过程中，北京大学经济学院何小锋教授、中国

科学院古生物脊椎动物研究所朱敏研究员作为本书初稿的第一读者，对本书有关章节提出了宝贵意见。陈钟琇、李大平女士对本书的写作给予了积极的支持。郝云山同志协助完成了不少具体工作，特别是北京师范大学出版社的领导同志对本书的出版给予了很大的帮助和支持，在此一并表示真诚的感谢。

作 者

2001 年 10 月于北京

目 录

前 言	(1)
-----------	-----

上 篇

主经济文化

第一章 绪 论	(3)
一、什么是经济文化学	(3)
二、为什么要研究经济文化学	(4)
三、经济文化学研究的主要内容	(12)
四、研究经济文化学的方法、途径	(13)
第二章 原始经济形态文化	(16)
第一节 原始经济形态概述	(16)
一、原始经济形态存在的时间界限	(16)
二、原始经济形态的主要特点	(17)
三、原始经济形态对人类文化发展的重要意义	(19)
第二节 原始经济形态下的物质文化	(21)
一、食	(21)
二、衣	(23)
三、住	(23)
四、用	(24)
五、科学技术	(25)

六、艺术·····	(26)
第三节 原始经济形态下的制度文化 ·····	(27)
一、农耕制度·····	(27)
二、原始公社——家庭氏族社会制度·····	(28)
三、从部落到国家的产生·····	(32)
第四节 原始经济形态下的观念文化 ·····	(33)
一、生存观念·····	(33)
二、防卫观念·····	(34)
三、集体观念·····	(34)
四、占有观念·····	(35)
五、改善观念·····	(35)
第三章 农业经济形态文化(一) ·····	(36)
第一节 农业经济形态概述 ·····	(36)
一、农业经济形态在人类社会发展中的重要地位·····	(36)
二、农业经济形态的主要标志和特点·····	(40)
三、农业革命导致资本主义农业即现代农业的产生·····	(45)
第二节 农业经济形态下的物质文化 ·····	(47)
一、农业工具的改进·····	(48)
二、农田水利建设·····	(50)
三、科学技术的发明创造·····	(52)
第三节 农业经济形态下的制度文化 ·····	(54)
一、耕作技术制度的改进·····	(55)
二、农作物栽培技术的提高·····	(58)
三、土地制度的变迁·····	(60)
四、田赋制度的发展·····	(65)
第四章 农业经济形态文化(二) ·····	(68)
第一节 农业经济形态下的行为文化 ·····	(68)
一、仁爱孝悌·····	(68)

二、稳健朴实·····	(69)
三、因循保守·····	(71)
四、讲求礼仪·····	(72)
五、重义轻利·····	(73)
六、中庸之道·····	(75)
第二节 农业经济形态下的观念文化·····	(76)
一、人生价值·····	(76)
二、道德观念·····	(78)
三、宗教信仰·····	(79)
第三节 农业经济形态下的文学艺术创作·····	(83)
一、类型·····	(83)
二、内涵·····	(84)
三、表现手法·····	(85)
四、西方近代文学·····	(91)
第四节 农业经济形态下东西方文化的交汇·····	(94)
第五章 工业经济形态文化·····	(99)
第一节 工业革命和实现工业化·····	(99)
一、工业革命的前夜·····	(99)
二、工业革命的主要内容·····	(104)
三、工业革命的重大意义·····	(105)
第二节 工业经济形态下的物质文化·····	(107)
一、生产力的极大提高和经济的高速增长·····	(107)
二、科学技术的创新和广泛应用·····	(109)
三、交通运输工具的改进和加速发展·····	(112)
第三节 工业经济形态下的制度文化·····	(113)
一、大机器生产导致工厂制度的建立·····	(113)
二、股份制组织形式的出现和日益普遍·····	(113)
三、巨型公司的建立和垄断组织、跨国公司的形成、	

发展	(114)
第四节 工业经济形态下的行为文化	(115)
一、独立生存, 不靠他人	(115)
二、崇尚自由, 不受约束	(116)
三、自我奋斗, 优胜劣汰	(117)
四、尊重学术, 容许争鸣	(118)
五、效率优先, 兼顾公平	(18)
第五节 工业经济形态文化与农业经济形态文化的 比较	(119)
一、工业经济形态文化属利益追求型, 农业经济形 态文化属忍耐谦让型	(120)
二、工业经济形态文化属个人本位型, 农业经济形 态文化属家国一体型	(121)
三、工业经济形态文化属生活享受型, 农业经济形 态文化属温饱小康型	(121)
四、工业经济形态文化属法制契约型, 农业经济形 态文化属情感关系型	(122)
五、工业经济形态文化属货币流通型, 农业经济形 态文化属实物保存型	(123)
六、工业经济形态文化属开拓进取型, 农业经济形 态文化属平衡稳定型	(124)
第六节 指导当代工业经济发展的几种西方经济理论 ..	(125)
一、凯恩斯主义	(126)
二、后凯恩斯主义	(127)
三、新自由主义	(127)
四、制度经济学	(128)
五、供给经济学	(128)
六、发展经济学	(129)

七、根本的是社会制度问题	(129)
第七节 工业经济高度发展下的欧美文学创作	(130)
一、传统的批判现实主义文学和社会主义现实主义文学	(131)
二、欧美现代主义文学	(132)
第六章 知识经济形态文化	(133)
第一节 知识经济形态的基本概念	(133)
一、知识经济形态的形成	(133)
二、知识经济形态的主要特点	(134)
第二节 知识经济形态的主要标志及其经济价值	(136)
一、生命科学技术	(136)
二、信息技术	(138)
三、能源技术	(139)
四、新材料技术	(140)
五、空间技术	(141)
六、海洋技术	(142)
第三节 知识经济形态文化的主要表现	(142)
一、高创新文化	(143)
二、高人才文化	(145)
三、高知识文化	(147)
四、高服务、高效率文化	(150)
第四节 高素质高科技人才的培育开发	(151)
一、高素质、高科技人才培育开发的极端重要性	(151)
二、需要哪些高素质、高科技人才	(152)
三、培育开发高素质、高科技人才的政策措施	(153)
第五节 知识经济形态文化的传播	(156)
一、经济全球化	(156)
二、金融国际化	(160)

三、信息网络化	(163)
四、经济与文化的一体化	(165)
第六节 知识经济形态文化的负效应.....	(167)
一、财富高度集中,贫富更加悬殊.....	(167)
二、引导人们进行高冒险,形成一种所谓的冒险文化 ...	(169)
三、出现了当代文化帝国主义现象	(170)
四、高科技犯罪增多,导致人们道德心灵的堕落和 文化的变异	(171)
五、高科技给自然界和人类物质生活的侵害	(173)
六、出现了伪科学	(174)

下 篇

亚经济文化

第七章 市场经济文化.....	(179)
第一节 市场经济概述.....	(179)
一、市场经济的一般概念	(179)
二、市场经济的基本特征	(180)
三、市场经济的功能	(183)
第二节 市场文化的内涵和实质.....	(185)
一、时代精神的反映	(185)
二、市场行为的规范	(186)
三、共同利益的追求	(186)
四、集体意识的构建	(186)
第三节 市场观念文化.....	(187)
一、价值观	(187)
二、盈利观	(188)

三、竞争观	(189)
四、法制观	(189)
五、道德观	(190)
第四节 市场行为文化	(191)
一、相互尊重	(191)
二、自我修养	(192)
三、熟悉法律	(194)
四、注重交往	(195)
第五节 正确的市场文化导向	(195)
一、克服市场文化的误区	(196)
二、构建良好的市场文化环境	(197)
三、社会主义市场文化与法制建设需要互动	(198)
第八章 社区经济文化	(200)
第一节 社区与社区经济	(200)
一、社区的界定	(200)
二、社区经济的产生和内涵	(201)
三、社区经济的有关理论	(202)
第二节 社区文化领域	(203)
一、社区教育	(203)
二、社区文体	(204)
三、社区医疗卫生	(206)
四、社区服务	(207)
五、社区建设	(209)
第三节 社区文化的意义、作用	(211)
一、培育良好的社会风气	(211)
二、有效处理人际关系	(211)
三、搞好行为导向	(212)
四、促进遵纪守法	(212)

五、有效控制人口	(213)
第四节 社区文化的发展前景	(213)
一、社区文化与科技相结合,走产业化发展的道路	(213)
二、社区文化与中小企业结合,成为社区经济发展 的重要动力	(216)
三、社区文化需要引入市场机制,按照市场经济规 律办事	(217)
四、社区文化要与物业管理结合,提高社区服务 效率	(218)
五、社区文化需要得到政府支持,以解决好一些政 策性问题	(220)
第九章 消费经济文化	(224)
第一节 消费和消费经济	(224)
一、消费和生产是一对孪生兄弟	(224)
二、消费经济的内容	(226)
三、消费经济学的建立和发展	(228)
第二节 消费文化的性质、内涵和特征	(230)
一、消费文化的性质	(230)
二、消费文化的内涵、特征	(230)
第三节 消费文化的类别和实现形式	(233)
一、消费文化的类别	(233)
二、消费文化的实现	(235)
第四节 消费文化与消费经济的关系	(238)
一、生产水平决定消费水平	(239)
二、消费拉动经济	(239)
三、家庭或个人收入水平对消费的影响	(239)
四、消费观念的更新	(240)
第五节 提高消费文化的途径	(240)

一、政府的政策导向	(241)
二、合理调整消费结构	(241)
三、倡导消费文化,反对奢侈浪费	(242)
四、发展消费信贷,实现超前消费	(244)
五、扩大内需,开辟新的经济增长点	(245)
第十章 家庭经济文化	(247)
第一节 家庭经济概述	(247)
一、家庭和家庭经济	(247)
二、家庭的经济功能	(249)
三、家庭组织的变迁	(251)
第二节 家庭文化的内涵和构成	(252)
一、家庭文化的内涵	(252)
二、家庭文化的构成	(253)
第三节 家庭文化建设	(257)
一、精心规划	(257)
二、勤俭持家	(258)
三、提高素养	(259)
四、增强体魄	(259)
五、合理分担	(260)
第四节 家庭生活文化的“最优化”	(261)
一、培育一个良好的家庭氛围	(261)
二、优生优育,尊重妇女	(262)
三、改变就业观念,增加就业机会	(263)
四、家庭生活的规范化	(264)
第十一章 企业文化	(267)
第一节 企业文化的产生、内涵和特征	(267)
一、企业文化的产生	(267)
二、企业文化的内涵、特征	(271)

第二节 企业形象文化·····	(272)
一、企业形象文化的来历·····	(272)
二、企业形象的识别和构成·····	(273)
三、企业形象的塑造与传播·····	(275)
第三节 企业竞争文化·····	(277)
一、企业竞争文化的实质·····	(277)
二、企业竞争文化应遵循的原则·····	(278)
三、企业竞争文化的主要内容·····	(279)
第四节 中国的企业文化建设·····	(284)
一、转变观念,深化改革,适应社会主义市场经济 发展的需要·····	(284)
二、开拓创新,稳健经营,实现企业经营机制的转变·····	(285)
三、充分调动人的积极因素,通过企业优化和人的 优化,实现企业管理的整体优化·····	(286)
四、确立本行业本企业独特的企业精神,树立本企 业良好的社会形象·····	(287)
五、确立正确的价值观,使每个职工的劳动成为一 种自觉的需要,而不仅仅是谋生的手段·····	(287)
第十二章 货币文化·····	(289)
第一节 货币概述·····	(289)
一、货币的起源·····	(289)
二、货币的材料·····	(291)
三、货币的形式·····	(292)
四、货币的本质·····	(296)
五、货币的功能·····	(297)
第二节 货币的文化特征·····	(298)
一、货币是社会发展的产物·····	(299)
二、货币是人类劳动付出的回报·····	(299)

三、精巧的铸币工艺技术	(300)
四、优美的货币形象设计	(301)
五、货币在国家和民族间的融汇、沟通	(303)
第三节 走出货币文化的误区	(304)
一、误区种种	(304)
二、对货币保持平常的心态	(306)
三、黄金的命运	(307)
第四节 金银纪念币	(308)
一、金银纪念币的诞生和发行原则	(308)
二、金银纪念币的内容和题材	(309)
三、金银纪念币的设计和生 产	(311)
第十三章 结 语	(312)
一、经济是基础,文化对经济有很大的促进作用	(312)
二、必须要有自己民族独立的文化精神	(313)
三、科技创新与发挥人文精神两手都要硬	(314)
四、取其珠宝玉帛,去其声色犬马	(315)
五、是吸收、借鉴,而不是同化、代替	(315)
六、要兼容,而不是对抗	(316)
七、求同存异,百花齐放,百家争鸣,推陈出新,共同繁荣 ...	(317)
八、要想脱贫,先要脱愚	(317)
九、既要阳春白雪,更要下里巴人	(318)
十、极大地提高全民族的科学文化素质	(319)