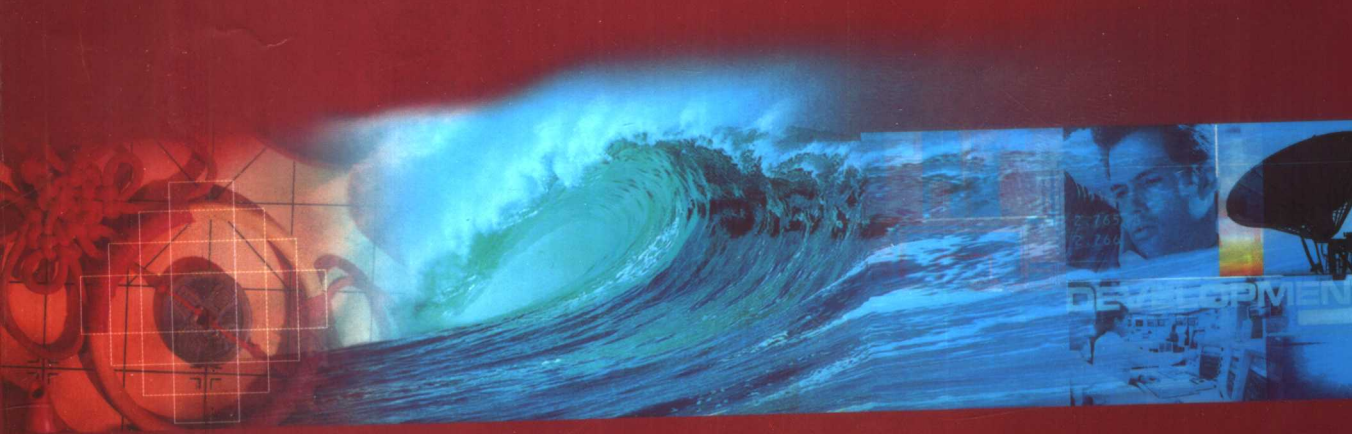


国家自然科学基金课题

转型时期的 中国企业文化研究

Research of Chinese Corporate Culture
in Transition

陈维政 张丽华 忻榕 著



大连理工大学出版社

国家自然科学基金课题

转型时期的 中国企业文化研究

Research of Chinese Corporate Culture
in Transition

陈维政 张丽华 忻榕 著



大连理工大学出版社

© 陈维政,张丽华,忻榕 2005

图书在版编目(CIP)数据

转型时期的中国企业文化研究 / 陈维政,张丽华,忻榕著. —大连:大连理工大学出版社,2005. 11

ISBN 7-5611-2936-X

I. 转… II. ①陈… ②张… ③忻… III. 企业文化—研究—中国
IV. F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 078549 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市凌水河 邮政编码:116024

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail:dutp@dutp.cn URL:<http://www.dutp.cn>

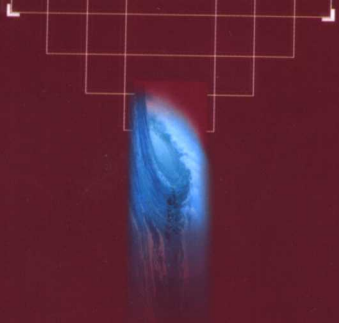
大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:18.5 字数:380 千字
印数:1~2 000

2005 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑:刘新彦 赵 静 责任校对:王 义
封面设计:波 朗

定 价:45.00 元



近年来,企业实践的需要促使我国理论界对企业文化展开了颇多的研究,成果也不少,但大多数研究仅限于定性的概念分析和逻辑推论,缺乏实证性验证,其科学性和有效性较差。有的研究也联系到具体的企业个案,但主要是个别经验的分析和总结,很难上升为可以广泛应用的理论。特别是中国位于转型时期的时代特点使得中国的企业文化建设更富中国特色,要求更加有针对性的、能够体现中国具体文化特色的企业文化研究。

本书的研究不但立足于中国实际,而且直接与国际研究接轨,切入国际学术研究的前沿,采用符合国际学术研究规范的程序和方法,将理论分析与实证研究相结合,希望我们的研究探索能推动国内理论界在这一领域的研究工作,同时有助于提升我国企业的文化管理水平,为广大企业在变革过程中如何调整、设计和创建新的企业文化和领导方式提供理论指导和参考。

本书除第一章对企业文化研究进行了概括性综述外,其余各章涵盖了几乎所有企业文化的前沿研究课题,主要有企业文化的诊断与评估,员工与企业的价值契合,员工-组织关系的管理策略,领导方式与企业文化的协同,企业变革与文化重塑,学习型组织与学习型文化,跨文化管理和中外企业文化比较,等等。每章附有一篇相关的企业实战案例及分析,以形象说明该章的理论与应用,为理论研究应用于实践提供了直接的指导。

本书为国家自然科学基金研究项目成果,可以作为广大管理理论工作者的研究参考书和高校相关学科的教材,也可以作为广大企业经营管理人员的实战指导用书,以帮助其企业创建更具竞争优势的企业文化。



陈维政

1951年出生于重庆市，加拿大多伦多大学MBA，现为四川大学工商管理学院教授，企业组织与人力资源管理方向博士生导师。主要兼职有：英国威尔士大学MBA中国教学点客座教授，澳大利亚国立大学MBA中国教学点客座教授，加拿大约克大学亚洲研究中心客座研究员，国际管理学会会员，中国管理国际研究会会员。

陈维政教授长期从事企业组织与人力资源管理、企业股份制改造与资产重组等方面的教学和科研工作，主持了多项国家研究课题和企业研究课题，出版专著、译著和教材三十余种，发表论文百余篇。

由于教学、科研成绩突出，陈维政教授1991年被国务院生产委员会和国家计划委员会评为“在工作中成绩显著的回国留学人员”，1999年被国家经贸委评为全国管理培训优秀教师。



张丽华

中国人民大学劳动人事学院组织行为与人力资源管理专业教授，博士生导师，在大连理工大学获管理工程博士学位，并在美国罗格斯大学进行了一年博士后研究。主要社会兼职有辽宁省行为科学学会副会长，《中国企业管理案例库》专家委员会委员，《管理案例研究》副主编。

张丽华教授长期从事企业转型时期的组织变革与领导行为的研究，主持和参与了多项国家和企业的研究课题，出版专著、译著和教材十几种，在国内外学术刊物上发表论文数十篇。

张丽华教授与国内外学术界保持着密切联系，多次外出进修和访问讲学，包括美国哥伦比亚大学、丹佛大学、罗格斯大学；法国巴黎高等商学院；加拿大曼尼托巴大学；新加坡国立大学；香港中文大学、科技大学；台湾中山大学、成功大学、政大商学院、长荣大学等。



忻榕

现任中欧国际工商管理学院教授和《哈佛商业评论》(中文版)主编。曾在香港科技大学、美国南加州大学、香港中文大学和爱尔兰大学都柏林学院任教。在美国加州大学获得管理学博士学位，并拥有应用语言学和工商管理两个硕士学位。其著述曾多次发表在《美国管理学会期刊》、《行政管理科学季刊》、《管理期刊》、《战略管理期刊》、《全球商务期刊》、《领导艺术季刊》等国际一流学术期刊上。其教学和研究领域着重于领导理论、国际企业管理和战略性人力资源管理。

前言

中国正经历着史无前例的巨大经济变革。企业大幅度的调整和变革,使得适应市场经济的现代管理理念和实践迅速发展。企业竞相引入西方现代管理理论和方法,探索建立适合中国国情的管理模式,企业的组织文化与领导方式也随着企业体制和经营机制的改变而发生着深刻的变化。本书的重点就是研究处于转型期的中国企业其组织文化和领导方式在提高员工积极性并进而影响企业整体绩效方面所起的特殊作用。

管理理论界比较一致地将企业文化定义为组织成员的“共同价值”和“行为方式”。大量研究揭示,企业文化与员工绩效及企业效益有密切的关系,特别是对员工的工作责任感、决策参与度、凝聚力和流失率影响较大。有的理论提出,在变革过程中,企业文化对企业有效适应外部变化和形成内部凝聚力起着关键性作用。还有的研究表明,企业文化与领导方式是密不可分的,企业领导者创造了企业文化,反过来又要受到企业文化的影响。

中国从计划经济向市场经济的变革引起了全世界的关注,国际理论界对中国企业的改革以及各个方面的变化怀有极大的研究兴趣和热情,中国企业目前进行的改革为理论界提供了最理想的研究样本和机会。但是,由于条件限制,迄今为止国外理论界还较少对正在经历改革和转型的中国企业的组织文化与领导方式进行深入系统的研究。

近年来,我国理论界对企业文化的研究颇多,成果也不少,但大多数研究仅限于定性的概念分析和逻辑推论,缺乏实证性验证,其科学性和有效性较差。有的研究也联系到具体的企业个案,但主要是个别经验的分析和总结,很难上升为可以广泛应用的理论。

本书的研究直接与国际研究接轨,切入国际学术研究的前沿,采用符合国际学术研究的程序和方法,将理论分析与实证研究相结合。希望我们的研究探索能推动国内理论界在这一领域的研究工作,同时有助于提升我国企业界的文化管理水平,为广大企业在变革过程中如何调整、设计和创建新的企业文化和领导方式提供理论指导和参考。

本书除第1章对企业文化研究进行了概括性综述外,其余各章涵盖了几乎所有企业文化的前沿研究课题,主要有企业文化的诊断与评估,员工与企业的价值契合,员工与组织关系的管理策略,领导方式与企业文化的协同,企业变革与文化重塑,学习型组织与学习型文化,跨文化管理与中外企业文化比较,等等。每章附有一篇相关的企业实战案例及分析,以形象说明该章的理论与应用。

本书可作为广大管理理论工作者的研究参考书和高校相关学科的教材,也可作为广大企业经营管理人员的实战指导用书,以帮助其企业创建更具竞争优势的企业文化。

本书在编写过程中,参考和引用了大量国内外学者的研究成果,在此特表诚挚的谢意。本书还引用了部分已发表的案例,敬请这些案例的作者与本书著者联系,以致谢意并奉送稿酬。

除主要著者负责全书的理论框架、研究设计和主要内容外,我的几位博士生和硕士生也参加了研究工作和部分章节的编写或文字整理工作,其中有黎伟(第1章)、朱青松(第2章)、吴继红(第3、4章)、刘云(第3章)、王安逸(第4章)、韩雪松(第5章)、李栓久(第6章),也向他们表示真诚谢意。

还应该特别感谢徐淑英教授,在本书部分课题的研究过程中曾得到她的宝贵建议和指教。

本书的研究得到了国家自然科学基金的支持,在此也诚表谢意。

本书内容有相当部分是基于作者自己的研究和调查,其观点、结论和方法都难免有值得商榷,甚至是错谬之处,恳请读者不吝赐教,坦率指正。

陈维政
四川大学工商管理学院
2005年8月

目 录

第1章 企业文化研究概述 / 1

1.1 文化和企业文化 / 2

1.1.1 文化的本质 / 2

1.1.2 文化的特点 / 4

1.1.3 企业文化的内涵 / 6

1.2 企业文化管理的兴起 / 11

1.2.1 企业文化管理兴起概述 / 11

1.2.2 企业文化管理革命的基本过程 / 13

1.3 企业文化的类型 / 15

1.3.1 河野义弘的五种类型 / 16

1.3.2 迪尔和肯尼迪的四种类型 / 16

1.3.3 海伦的十六种类型 / 19

1.3.4 科特和赫斯克特的三种类型 / 20

1.3.5 高菲与琼斯的双S分类模型 / 23

1.3.6 野村综合研究所区分的四种类型 / 25

1.3.7 奎因的四种类型 / 25

1.3.8 华拉奇的三种类型 / 26

1.4 企业变革与文化重塑 / 26

1.4.1 企业文化的诊断 / 26

1.4.2 企业文化的变革 / 28

1.5 企业文化的创建 / 32

1.5.1 企业文化的创立 / 32

1.5.2 企业领袖是建设高效企业文化的原动力 / 35

1.5.3 企业文化创建中要注意的几个问题 / 36

1.6 结语 / 38

案例 杰克·韦尔奇的成功之道 / 38

本章参考文献 / 44

第2章 员工价值与企业文化 / 47

2.1 员工价值与企业文化的关系分析 / 48

2.1.1 员工价值与企业文化的形成 / 48

2.1.2 企业文化塑造员工价值 / 49

2.2 转型期的中国员工价值 / 51

2.2.1 中国人价值研究综述 / 51

2.2.2 企业员工价值研究进展 / 53

2.2.3 中国企业经营管理者的价值 / 55

2.2.4 中国企业一般员工的价值研究 / 56

2.3 员工价值的比较研究 / 58

2.3.1 中国人与美国人、日本人的价值比较研究 / 58

2.3.2 中国、北美企业家商务谈判行为及其价值观的比较研究 / 60

2.3.3 中国内地与台湾企业员工价值比较研究 / 63

2.3.4 中国东、西部员工工作价值差异比较研究 / 64

2.4 员工价值与企业文化的契合 / 65

2.4.1 员工与组织的匹配 / 66

2.4.2 员工价值与企业文化的契合 / 67

2.4.3 员工价值与企业文化契合对组织的影响 / 69

2.4.4 员工价值与组织价值契合类型分析 / 71

2.5 结语 / 74

案例 惠普的企业文化与价值观 / 75

本章参考文献 / 77

第3章 员工-组织关系分析及管理策略 / 81

3.1 心理契约 / 82

3.1.1 心理契约概念的发展 / 82

3.1.2 心理契约的特点 / 83

3.1.3 心理契约的类型 / 83

3.1.4 心理契约的实证研究 / 86

3.2 员工的组织承诺感 / 89

3.2.1 组织承诺的概念及类型 / 90

3.2.2 影响组织承诺的因素 / 91

3.2.3 组织承诺形成过程模型 / 91

3.2.4 组织承诺感对工作绩效的影响 / 93

3.3 组织公民行为 / 94

3.3.1 组织公民行为的概念 / 94

3.3.2 组织公民行为的内容 / 95

3.3.3 影响组织公民行为(OCB)形成的因素 / 96

3.3.4 组织公民行为的应用研究 / 98

3.4 基于投资/贡献模型的员工-组织关系研究 / 99

3.4.1 投资/贡献模型 / 99

3.4.2 企业的EOR策略对员工绩效和态度的影响 / 102

3.4.3 企业的 EOR 策略对公司绩效的影响 / 102	
3.5 双向视角的员工组织关系探索——I-P/S 模型 / 103	
3.5.1 I-P/S 模型及理论假设 / 103	
3.5.2 样本与调查过程 / 106	
3.5.3 量表及其信度效度检验 / 107	
3.5.4 数据分析 / 108	
3.5.5 八种 EOR 管理策略的讨论 / 110	
3.6 结语 / 112	
案例 联想从裁员到新文化运动 / 113	
本章参考文献 / 118	
第 4 章 领导方式与企业文化的协同作用 / 121	
4.1 企业领导与企业文化的关系分析 / 122	
4.2 企业领导与企业文化的交互作用研究 / 126	
4.2.1 领导与文化的相互关系研究 / 126	
4.2.2 领导与企业文化的交互作用研究 / 127	
4.3 领导风格与企业文化的协同性研究 / 130	
4.3.1 理论依据和假设 / 130	
4.3.2 问卷、样本与调查过程 / 132	
4.3.3 数据分析与假设验证 / 134	
4.3.4 企业文化与领导风格的协同性分析 / 136	
4.4 结语 / 140	
案例 大显集团有限公司 / 141	
本章参考文献 / 150	
第 5 章 变革型领导与组织变革的互动关系研究 / 153	
5.1 领导行为与组织变革理论模型的建构 / 154	
5.1.1 变革型、交易型领导理论研究 / 154	
5.1.2 领导行为与组织变革的变量关系模型 / 155	
5.1.3 各情境变量的定义 / 158	
5.2 领导行为的测量 / 159	
5.2.1 量表的设计 / 159	
5.2.2 抽样调查与数据处理 / 160	
5.3 领导行为与企业环境因素的实证分析 / 164	
5.3.1 各情境变量及企业环境的评估 / 164	
5.3.2 各情境变量的研究结果分析 / 168	
5.4 变革型领导与组织变革过程互动的实证分析 / 172	
5.4.1 组织变革与领导风格互动模型的建立 / 172	
5.4.2 互动模型的验证性研究结果 / 174	

5.5 变革型领导与企业变革过程适配关系的案例研究 / 175

5.6 结语 / 177

案例 大连塑料彩印厂刘丽春厂长的变革模式 / 178

本章参考文献 / 184

第6章 学习型组织与学习型文化的创建 / 187

6.1 组织学习理论的形成及基本概念 / 188

6.1.1 组织学习理论的形成过程 / 188

6.1.2 组织学习的概念 / 189

6.1.3 学习型组织的概念 / 190

6.2 组织学习理论 / 191

6.2.1 组织学习理论综述 / 191

6.2.2 组织学习理论的不同视角及其模型 / 192

6.2.3 组织学习的内在机理分析 / 197

6.3 学习型文化的概念及内涵 / 204

6.3.1 企业文化是组织学习成败的关键因素 / 204

6.3.2 学习型文化的概念 / 206

6.3.3 学习型文化的研究 / 207

6.4 学习型文化的创建 / 214

6.4.1 组织学习的策略 / 214

6.4.2 创建学习型文化要选择适当的组织结构 / 218

6.4.3 创建学习型文化过程中领导者的角色 / 224

6.5 结语 / 225

案例 海尔集团与江淮汽车集团创建学习型文化的实践 / 226

本章参考文献 / 234

第7章 跨文化管理与中外企业文化的比较 / 235

7.1 文化对人的行为的影响 / 236

7.1.1 文化的共性及其根源 / 236

7.1.2 人的行为与所在文化之间的关系 / 236

7.1.3 文化的静止性与动态性的统一 / 237

7.1.4 文化与亚文化 / 237

7.1.5 文化的趋同与分化 / 238

7.1.6 不同文化的优与劣 / 239

7.2 文化的分类与比较维度 / 240

7.2.1 霍夫斯泰德的文化维度系统 / 240

7.2.2 莱恩与迪斯特芬诺的六文化维度系统 / 242

7.2.3 特罗姆佩纳斯的五文化维度系统 / 247

7.3 跨文化比较研究的探索 / 251	
7.3.1 威廉·大内的美日比较研究 / 251	
7.3.2 对上海跨文化/亚文化比较研究所做的一次有意义的初步探索 / 256	
7.4 中国文化的特点及其对管理模式的影响 / 260	
7.4.1 中国文化的影响因素及其根源 / 260	
7.4.2 中国文化在思想方法与基本倾向方面的特点 / 261	
7.4.3 中国文化对管理模式的主要方面的影响 / 262	
7.4.4 7P 模型——中国文化对企业管理的影响因素 / 268	
7.5 中外企业文化维度的比较 / 269	
7.5.1 开放式问卷调查 / 269	
7.5.2 焦点小组讨论 / 273	
7.5.3 中外企业文化的比较 / 275	
7.6 结语 / 277	
案例 上海南裕食品有限公司 / 277	
本章参考文献 / 283	

第 1 章 企业文化研究概述

20 世纪 80 年代以来,管理理论发展的一个显著特点,是对组织中的人有了更为深刻的认识,把人在组织和管理中的作用,提到了前所未有的重要地位。企业文化崭新概念的出现就是明显的标志,它对企业管理实践的向前发展,已经并将继续发挥重要的推动作用。

企业文化也常称作组织文化。从企业的角度看,组织文化就相当于企业文化,因此本书并不对企业文化与组织文化做严格的区分。企业的核心内容是企业员工所共同尊奉的价值观、信念和行为标准,这一点理论界基本达成共识,企业文化在企业发展中所起的作用也被世界各大公司所证实。当前理论界和企业界所共同关心的是如何评估公司中的企业文化与企业的实际运作相结合的问题,即如何把企业文化作为工具来提高企业的绩效和竞争力。对企业文化的研究,学者们一般采用两种方法,一种是规范研究法,一种是实证研究法。随着管理水平的提高,规范研究的理论结果对于企业文化的操作和运用来说显得力不从心。正如薛恩(1990)所说:“当我们求助于组织文化时,很多研究方法已显露出弱点,我们必须采用更多的实证研究和假设检验的方法来辨析文化的维度和变量。”因此,越来越多的西方学者采用实证研究方法,力图从更精确的层面上找出企业文化与企业绩效和员工行为间的相关关系,以帮助经营管理者建立适合企业发展的企业文化并进行有效管理。

1.1 文化和企业文化

1.1.1 文化的本质

1. 文化的含义及其演变

要弄清什么是企业文化,首先必须对文化的本质有一个大致的了解。什么是文化?这是一个歧义极大的问题。到现在为止,文化的定义已达1万种以上。按照《现代汉语词典》的定义,文化是指“人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和,更特指精神财富,如文学、艺术、教育、科学等”。这是一种广义的定义,而《辞海》中除给出一个与此十分接近的定义外,还明确地给出一个狭义的定义,即“社会的意识形态,以及与之相适应的制度与组织机构”。美国《朗曼现代英语字典》对文化的定义是“思想的艺术性及其他的活动以及这些(活动)的产物”。

在西方,文化一词源于拉丁文 Cultural,在德文中为 Kultur,在英文中为 Culture,原意是指耕作、培育、培养、教育、发展出来的事物,即由人造出来的事物,它是与自然存在的事物相对的。古罗马时期,西塞罗曾有“智慧文化即哲学”的说法,他把文化理解为改造人的精神世界,培养公民智慧的活动和行为。18世纪后,文化含义逐步演化为个人素养,整个社会的知识、思想方面的素养,艺术、学术作品的汇集,以及一定时代、一定地区的全部社会生活的内容等。

在我国,文化的概念很早就有。《周礼》说:“观乎人文,以化成天下。”这里的“人文”、“化成”即含有文化的意义。西汉的刘向指出:“圣人之治天下也,先文德后武力。凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。”这里把“文化”和“武力”对立起来,文化被理解为文治教化。1920年,梁漱溟把文化定义为:“人类生活的样法”。同样,蔡元培提出“文化是人生发展的状况”。1922年,梁启超把文化定义为“人类心能所开释出来之有价值的共业也”。1926年,胡适对文化下了一个定义:“第一,文明(Civilization)是一个民族应付她的环境的总成绩;第二,文化(Culture)是文明所形成的生活方式。”中国学者对文化的理解,大都和对环境的改造和与一定生活方式的形成联系起来。

可以看出,东西方对文化的理解,在词源学上尽管有很大的差异,有一点却是共同的,即文化不是先天的行为,也不是一切生物所具有的行为,而是人后天的习得和创造,是人的行为和动物的行为的根本区别。

2. 英国文化人类学家泰勒对文化的定义

1871年,英国文化人类学家泰勒在《原始文化》一书中,第一次给文化下了明确的定义。他认为:“文化或文明是一复杂的整体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗等及作为社会成员的个人而获得的任何能力与习惯。”泰勒肯定文化是人

后天的习得和创造,是一个有机的整体,这是泰勒文化定义的长处。但是,他把文化仅仅局限于人的精神方面,又是一个缺陷。美国文化人类学家亨根斯、维莱等人对泰勒的文化定义进行了修正,把它定义为“文化是复杂体,包括实物、知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及其余从社会上习得的能力与习惯。”这个修正后的定义包含了四层意思:第一,文化是人所独有的;第二,文化是人后天的习得和创造;第三,文化既包含人后天习得的行为,又包括由人的活动所创造的物质产品和精神产品;第四,文化具有整体性。各种文化现象互相关联,构成一个有机整体。上述文化定义所包含的内容,对于建构现代科学的文化概念有一定的积极意义。

3. 马克思主义学者对文化的理解

马克思主义学者从人的活动的独特性和社会性出发,科学地阐明了文化的本质。本质只能存在于关系中。列宁说:“本质即关系。本质的关系,本质之间的关系。”马克思肯定劳动是人的活动的独特性的根本表现,是人与世界的本质关系。他指出,黑格尔的伟大之处在于:“他抓住了劳动的本质,把对象的人、现实的因而是真正的人理解为自己的劳动的结果。”人在劳动中结成一定的社会关系,从而改变了人与动物间的自然联系,把人和动物区别开来。因此,“人的本质是人的真正的社会联系。”人的本质“在其现实性上,它是一切社会关系的总和”。

马克思深刻阐明,劳动是理解文化本质的关键。劳动把动物单纯的采集活动,变成了人创造性的生产活动,从而把人从动物中提升出来,使人获得了活动的目的性和智慧,构成了人的活动的自我意识和精神世界。动物没有自我意识和精神世界,因而没有与自我相对立的对象,也没有任何关系发生。生产是人最基本的活动,它由五个方面构成:一是物质生产。人类通过物质生产,把自然物变成人所需要的物质生活消费品,维持人类生存发展,这就创造了物质的文化。二是精神生产。在物质生产中,以及适应物质生产的要求,同时进行着精神生产。它生产出与物质生产相适应的心理、观念和各种意识形态,这就创造了精神的文化。三是社会关系生产。物质生产和精神生产,同时又是人的社会关系生产。人们在生产中发生一定关系,通过这种关系维持生产的进行,又适应生产发展的要求建立新的关系。社会生产关系的生产,创造了制度的文化。四是行为生产。适应生产的需要,产生了人们的一定生活方式和行为模式,构成了一定地区、一定群体相互认同、相互适应的特殊联系方式,这就创造了行为的文化。五是人口生产。适应物质生产和精神生产的要求,人类不断地进行人口生产,并把自然人教化为社会人,从而适应了上述三种生产的要求,这就构成了文化的主体。有了人的劳动,就有了人和社会,从而有了人的历史。人类历史的各个阶段,就是文化演进的阶段。因此,文化是人类所独有的,是人的生产劳动本身和生产劳动的产物。

总之,由人的物质生产、精神生产、社会关系生产、行为生产所构成的生产方式,以及由这些生产方式所不断生产出的物质产品、精神产品和社会关系的诸多形式,都包含在文化之中。人口生产所生产的自然人到社会人的演进过程,也就是文化的教化过程和文化主体的形成过程。文化不是别的,它就是人的本质和人的本

质的对象化及其结果的总和。文化的发展,就是人的本质和人的本质的对象化的发展。人在文化活动中实现着和发展着自己的本质,不断使主体客体化,又不断使客体主体化。凡是人先天所不具有的、后天创造和习得的,在人的对象化活动中所产生的一切凝结为社会性的产物,都属于文化。因此,没有无文化的社会,也没有无文化的个人。每个社会,无论是农业社会还是工业社会,社会的人都是“文化人”。

按照马克思主义的文化观,可以把文化大致划分为:①物质文化。为满足人类生理的需要、物质享受的需要和安全的部分需要而创造的文化,大致属于这个范畴。②精神文化。为满足人类安全的部分需要、情感和归属的需要、尊敬的需要以及参与和自我实现的需要、学习和意义的需要而创造的文化,大致属于这个范畴。它包括系统的理论体系,如艺术、宗教、科学、哲学等意识形态,以及还没有形成理论体系的情感、情绪、信念、意志等社会心理,人的德行、情操、审美、信仰等。③规范文化。为了协调人类社会关系的需要和协调人的活动的需要而创造的文化,大致属于这个范畴。如社会组织、制度、政治和法律形式、科层制规定、伦理、道德、语言、教育等。④行为文化。包括生活方式和行为模式。它是人们在特殊的生产方式和外部环境作用下,形成的生活模式和行为模式,包括风俗、礼仪、习俗、习惯、处理各种关系的样式、行为方式等。

1.1.2 文化的特点

文化作为人类活动和人类活动的产物,具有如下特点:

1. 文化的后天习得性

吃是人的先天本能行为,不属于文化。但吃什么、什么时候吃和怎样吃,都是后天习得的,它是文化。不同的文化会有不同的吃的形式,这就是饮食文化。人类的童年期之所以如此漫长,就是因为我们要大大地依赖于习得行为才能生存和发展。而人类的习得行为和人类独创的语言是分不开的。

2. 文化的共享性

一种被认为是文化的物品、思想和行动,必须为一处居民或一群人所共同享有。我们与自己的家庭成员、同事、朋友、团体共同享有一定的价值观、信念和行为。不能共享的不是文化,当然共享的也不一定是文化,如空气是共享的,它却不是文化。文化的共享包括历史上的共享和今天的共享,也包括大群体共享和小群体共享。

3. 文化的整合性

文化的整合性是指构成文化的诸要素或特质,在大多数情况下不是随机拼凑,而是相互适应、和谐一致的。文化之所以是整合的,其原因就是,文化一般具有适应性。如果某一文化特质在特定环境中更为适应,那么,在相似的条件下,一般都能发现这些相互联系的文化特质“束”。文化整合的另一个原因是,人们倾向于自觉改变那些从认识概念的角度看来,与其他所拥有的信息不一致的观念和行为。

文化的整合性还指文化具有一种自我生长、自我发育、自我完善、自成体系的能力,文化是有机体,它有能力把自己整合为一个整体。

4. 文化的适应性

一种文化特质或模式能持续下去,是因为它具有适应性。一个社会能持续下去,是因为这个社会文化中的很多要素(即使不是绝大部分要素)具有适应性或曾一度具有适应性。文化的适应性是指对特定的自然和社会环境的适应,归根到底是指对某种生产方式的适应。个人对文化的适应,表现为对文化的氛围的体认和感受。个人对他所认同的群体文化有强烈的归属感,这就促使他主动调节自己的行为与群体文化相适应,从而与自然和社会环境相适应。

5. 文化的层次性

文化按其覆盖面的不同,可以有不同的层次。从全人类的文化,到不同国家的、民族的、地域的乃至组织的文化。这些不同层次的“亚文化”,对人的心理和行为的影响,也不应当忽略。文化的主亚层次之分,可以沿社会构成层次作进一步分解,最后分解到家庭和小组。在企业管理中,主文化和亚文化所起的作用都是极其重要的。企业处在国家和民族的主文化大环境之中,必须适应这种主文化的要求;而企业要想在激烈的竞争中获胜,又必须保持自己的个性及适应性,必须形成强大的和特异的个性亚文化(企业文化);在企业内部,各组织、各部门也必须在企业文化的统率下形成自己的有特色的亚文化系统,以适应团队工作的需要。如索尼研发著名的“创新第一”文化,IBM 营销部门的“服务至上”文化等等。

6. 文化的强制性

文化本身是限制个人行为变异的一个主要因素。它存在于个体之外,对人施加无形的强大的强制力量,从而使个体与某种文化保持一致。我们之所以并不感到文化强制的力量,是因为我们通常只是与文化所要求的行为和心理模式保持一致。当人们试图反抗文化强制时,文化的力量就会明显地体现出来。文化强制分为直接强制和间接强制,直接强制的作用更为明显。文化的强制性与文化的一定宽度(容忍度)有关,在一定的文化宽度内,不会发生文化强制,超出了一定的文化宽度,文化的强制力就会表现出来。文化强制性表现为群体的心理对个人的排斥性、疏远性、冷漠性和否定性。

7. 文化的民族性和差异性

一般说来,同一个民族有共同的文化。如有共同的语言、文字等符号文化;由于在共同地域生活,自然环境有共同之处,采用大体一致的生产方式,因而有大体一致的物质文化,以及差不多相同的风俗、习惯等。文化的民族性是文化的特殊性,不同民族的文化构成了文化的差异性。文化的差异性即个性,是学习的结果、适应的结果。

8. 文化的开放性和继承性

文化本质上是开放的,是一种耗散结构,需要不断地与环境交换文化流,才能保持自己的有序并向更高的有序发展。文化的继承性是文化开放的基础。每一时