



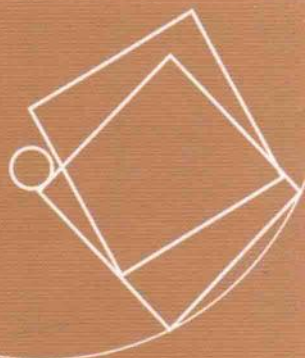
当代管理理论与实践系列丛书

企业伦理与文化研究

魏文斌 著

Dongwu Business School

(Finance and Economics School)



苏州大学出版社
Soochow University Press



当代管理理论与实践系列丛书

本专著由“211”工程建设经费资助

企业伦理与文化研究

魏文斌 著

Dongwu Business School

(Finance and Economics School)



苏州大学出版社
Soochow University Press

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理与文化研究 / 魏文斌著. 苏州: 苏州
大学出版社, 2013. 10
(当代管理理论与实践系列丛书)
ISBN 978-7-5672-0693-9

I. ①企… II. ①魏… III. ①企业伦理—研究②企业
文化—研究 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 244382 号

企业伦理与文化研究

魏文斌 著

责任编辑 薛华强

苏州大学出版社出版发行

(地址: 苏州市十梓街 1 号 邮编: 215006)

南通印刷总厂有限公司印装

(地址: 南通市通州经济开发区朝霞路 180 号 邮编: 226300)

开本 700 mm×1 000 mm 1/16 印张 11.75 字数 211 千

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5672-0693-9 定价: 29.00 元

苏州大学版图书若有印装错误, 本社负责调换
苏州大学出版社营销部 电话: 0512-65225020
苏州大学出版社网址 <http://www.sudapress.com>

前 言

随着人类社会实践和企业活动的不断深入,人们已普遍注意到伦理道德与文化对现代企业管理的重大价值。在市场经济条件下,契约是所有经济活动有序进行的纽带和保证。就企业而言,无论是制度式的契约还是合同式的契约,无论是文本式的契约还是口头或心理的契约,无不是伦理道德的体现。企业既是经济实体也是道德和文化实体,企业行为无法离开道德和文化的制约。在西方企业伦理和文化管理的演进过程中,企业界无疑扮演了核心的角色。

企业道德困境与文化管理问题是一个极为复杂的世界性课题,涉及众多学科层面,已成为众多学科中的一个极具活力的研究领域,因而对这一问题的研究必须运用和吸收伦理学、文化学、组织行为学、心理学、经济学、社会学等学科的研究成果。但其深层次的综合视角是文化基因,只有从文化基因层面系统总结和解释企业伦理与文化的驱动因素和作用机制,才能深入揭示企业伦理与文化的形成过程,正确指引企业社会责任和文化建设实践。

基于上述认识,本书在梳理国内外相关文献资料的基础上,较为深入地探讨了企业经营管理活动中伦理与文化管理问题,系统总结企业伦理与文化的形成和发展,具体阐释企业社会责任的演变与行为选择、企业社会责任治理和利益相关者管理、企业文化的层次和要素、企业文化的冲突与整合、企业文化的测评与变革、文化差异与跨文化管理、企业伦理管理与文化建设的途径、企业文化竞争优势构建等,深入揭示企业伦理与社会责任行为的文化驱动力。

本书是笔者十多年来持续关注企业伦理与文化的进一步总结,试图在综合企业伦理和企业文化的基础上,融合两者的核心思想,探求企业伦理与企业文化的一致性。在多年的教学与研究工作中,笔者先后发表了相关研究论

著,早在十年前就发表了专文《中国企业管理的道德困境及其对策》^{〔1〕},讨论企业管理道德建设问题;其后在《现代西方管理学理论》(上海人民出版社,2004年版)一书中把管理伦理作为现代西方管理学流派中的一个重要流派加以评介;在《走向形而上的管理学》(吉林人民出版社,2005年版)一书中则对管理学进行了伦理反思,明确指出管理活动就是一种道德性活动,并认为不同管理学派的探索几乎都指向了道德化的管理,因此在企业管理实践中,应根据利益相关者的利益要求进行伦理决策和利益相关者管理;同时,撰文指出管理是一种文化现象,管理文化是人类文化体系的重要组成部分,随着经济、社会、政治环境的变化而不断演变,并引发管理思想的变革^{〔2〕};撰文介绍了生态学在企业管理中的应用,总结了企业生态管理的内容,并探讨了企业生态管理的发展趋势^{〔3〕};在《第三种管理维度:组织文化管理通论》(吉林人民出版社,2005年版)一书中首次提出文化主义范式是继科学主义范式和人本主义范式之后的第三种管理学范式维度;发表论文《文化管理范式的确立及其方法论意义》^{〔4〕}、《西方管理学范式的三种维度》^{〔5〕}等;在专论企业伦理的《仁者无畏:企业伦理学理论与实践》(吉林人民出版社,2006年版)一书中,探讨了企业伦理学基础、企业经营中的伦理问题、伦理管理与伦理建设三大部分内容,从理论、实践、建设思路方面建立了相对完整的框架体系。

在后续工作中,虽然两次申请国家自然科学基金未果(企业伦理行为:驱动因素、结构体系及治理机制研究,2010;企业伦理行为的文化动因及其作用机制:基于中国文化情境的实验研究,2011),但仍持续关注相关研究,并专门指导了硕士论文《企业社会责任对消费者购买意向影响的实证研究》。企业高管团队对企业绩效的影响至关重要,故把笔者指导的硕士论文《高管团队认知冲突与企业绩效关系的实证研究》在本书中一并附录。

本书也是笔者将多年讲授 MBA 课程“企业伦理与文化”的教学与研究相结合的产物。全国 MBA 教育指导委员会在 2009 年 5 月修订的《关于工商管理硕士(MBA)研究生培养过程的若干基本要求》中,规定 MBA 教育项目的“课程设置、教育环节或课程内容中应包含有企业社会责任和商业伦理教育方面的具体内容和明确要求”,因此,本书既可供有关研究人员参考,也适合企业管理人员和 MBA 学员阅读。

〔1〕 该文发表于《道德与文明》2003 年第 3 期。

〔2〕 《基于文化的管理思想变革》一文发表于《中国矿业大学学报》(社会科学版),2005 年第 1 期。

〔3〕 《企业生态学与生态管理》一文发表于《国外丝绸》,2005 年第 6 期。

〔4〕 该文发表于《科学学研究》,2006 年第 S1 期。

〔5〕 该文发表于《国外社会科学》,2007 年第 1 期。

本书的编写和出版,得到了苏州大学东吴商学院、苏州大学出版社有关领导的支持,苏州大学出版社责任编辑薛华强和有关工作人员付出了辛勤劳动,在此一并表示感谢!

由于企业伦理与企业管理还是一门较为年轻的学科,不同学者争议激烈、见解纷呈,而且面临企业实践中的诸多挑战,因而书中难免存在不妥与疏漏之处,恳请读者批评指正。

文 子

于庇寒斋

2013年7月

目 录

Contents

第 1 章 绪论

- 1.1 企业行为的经济性、道德性与文化性/ 1
- 1.2 伦理、道德与企业伦理/ 4
- 1.3 文化、组织文化与文化管理/ 7

第 2 章 企业伦理与文化的形成和发展

- 2.1 企业伦理兴起的背景与研究进展/ 14
- 2.2 企业文化的兴起及其理论标志/ 19
- 2.3 企业文化理论的发展/ 27

第 3 章 企业社会责任的演变与行为选择

- 3.1 企业社会责任的争论与演化/ 30
- 3.2 企业社会责任的动因/ 36
- 3.3 企业社会责任行为的选择/ 40

第 4 章 企业社会责任治理

- 4.1 社会责任投资及其趋势/ 45
- 4.2 社会责任治理模式/ 48
- 4.3 企业社会责任报告/ 51

第5章 企业利益相关者管理

- 5.1 利益相关者及其演变/ 56
- 5.2 利益相关者管理/ 59
- 5.3 基于利益相关者利益的伦理决策/ 66

第6章 企业文化的层次和要素

- 6.1 企业文化及其功能/ 71
- 6.2 企业文化的层次/ 75
- 6.3 企业文化的要素/ 79

第7章 企业文化的冲突与整合

- 7.1 企业文化冲突及其表现形式/ 86
- 7.2 企业文化整合的原则和内容/ 90
- 7.3 企业文化整合的过程与模式/ 96

第8章 企业文化的测评与变革

- 8.1 企业文化测评及其研究概况/ 101
- 8.2 企业文化测量的工具/ 103
- 8.3 企业文化的变革/ 107

第9章 文化差异与跨文化管理

- 9.1 文化差异及其根源/ 113
- 9.2 跨文化管理的相关理论/ 117
- 9.3 跨文化管理的实践/ 123

第10章 企业伦理与文化建设的途径

- 10.1 企业伦理建设的架构/ 126
- 10.2 企业领导与企业文化建设/ 129
- 10.3 企业文化建设的步骤/ 133

10.4 企业文化建设的基本方法/ 136

第 11 章 结语:构建企业文化竞争优势

11.1 构建组织学习型文化/ 142

11.2 构建知识共享型文化/ 144

11.3 构建顾客满意型文化/ 146

附录 1 企业社会责任对消费者购买意向影响的实证研究
——基于企业声誉、消费者认同的中介作用/ 150

附录 2 高管团队认知冲突与企业绩效关系的实证研究:决策承
诺的中介作用/ 167

第1章 绪论

1.1 企业行为的经济性、道德性与文化性

1.1.1 企业行为的经济性与道德性

企业作为一种经济组织,在整个社会运行和发展中起着至关重要的作用。就经济效率而言,经济学的研究和论证表明,企业之所以会存在,是因为企业作为一种由企业家来配置资源或指挥协调生产的层级性经济组织,在一定的条件下能够降低生产成本,包括直接生产成本和交易成本,从而提高生产效率。也就是说,企业之所以会出现并生存下来的根本原因是它能够提高经济效率,适应了生产力的发展。

从经济公平的角度来看,企业之所以会存在,是因为在市场经济条件下,各种利益相关者能够通过彼此之间订立合约的平等交易方式参与企业行为,从而满足各自的需要。因而可以说,企业是一个由外部协作和内部协作构成的利益关系集合体。根据马克思、科斯和阿尔钦的企业理论,企业产生的原始动力是为了通过协作节约生产成本或交易成本,通过“队(Teams)生产”的方式提高生产效率,实现个体无法从事的生产经营活动,使参与协作的各方都能够获得独立生产所不能得到的利益,实现每个企业人员以自己所富有的资源投入获取自己所缺少的资源收益(以有换无),以最小的投入获得较大的收益(以小换大)的愿望。企业外部的利益关系包括企业与国家(包括社区与公共部门)、企业与消费者、企业与企业等方面的关系。在企业与国家的利益关系中,企业是社会资源的消费者,企业需要不断地从国家获得社会资源的消费利益;在企业与消费者的关系中,企业是消费品的创造者和供应者,企业必须不断地生产出消费者满意的产品或服务,不断地在“为他”的前提下实现自身的利益;在企业与企业的利益关系中,企业既是消费者又是供应者,企业不仅必须要从相关企业那里获得资源利益,还需要不断地从其他企业那里获

得行业利益。由此可见,作为由各种利益主体集合而成的企业,总是在不断地作出利益选择,而任何一种企业的利益选择都是道德性选择。

在市场经济条件下,契约是所有经济活动有序进行的纽带和保证。就企业而言,无论是制度式的契约还是合同式的契约,无论是文本式的契约还是口头或心理的契约,无不是道德的体现。进一步而言,市场社会是以平等、互利、互信、自由交换为伦理纽带的网络社会,其间的每一个社会主体在拥有某种社会性权利的同时被赋予了相应的社会责任与义务,企业是市场社会的核心主体,其责任更为重大。由以上所述的利益关系、契约关系和责任关系构成的企业主体,因为最基本的利益关系的影响,实际上是受一定道德意识、道德原则和规范支配,以利益互置的运动方式而存在的相对稳定的道德关系主体。所以,企业既是经济实体也是道德实体,企业行为无法离开道德的制约。正如马克斯·韦伯所指出的,“倘若财富意味着人们履行其职业的责任,则它不仅在道德上是正当的,而且是应该的,必须的”〔1〕。

1.1.2 管理与伦理的结合

人类对管理或经济与伦理之间关系的认识早已有之,从某种意义上说,管理伦理思想并不是一种新的现象,而是贯穿在人类以往的历史中。1998年诺贝尔经济学奖获得者阿马蒂亚·森(Amartya Sen)在其所著的《经济学与伦理学》一书中指出,“经济学与伦理学的传统联系至少可以追溯到亚里士多德”〔2〕。亚里士多德的《尼各马可伦理学》就是从规范的角度对人类行为进行全面论述的典范。他在该书的开篇就把经济学科与人类行为的目的联系起来。虽然经济学的研究仅仅与人们对财富的追求直接关联,但在更深的层次上,经济学的研究还与人们对财富以外的其他目标的追求有关,追求至善与正义,从而使国家成为最完善的国家。

经济与伦理之间的关系在“经济学之父”亚当·斯密的思想研究中引发了所谓“亚当·斯密问题”,存在着两种正相反对的观点。一种观点认为,斯密的经济思想与伦理思想之间、经济学与伦理学之间有着高度的内在一致性,这可以从斯密时代的学科性质、他最初的写作计划及其对《道德情操论》和《国富论》的多次交叉修订等方面得到证明;另一种观点以19世纪中叶的德国历史学派为代表,他们认为,斯密的《道德情操论》是用同情心来组织伦理主线的,作为人们的伦理动力,而在《国富论》中,斯密则用利己心作为统一经济世界的一根主线。也就是说,《道德情操论》用性善论作为人性的假设;而

〔1〕 马克斯·韦伯:《新教伦理与资本主义精神》[M],四川人民出版社,1986:136。

〔2〕 阿马蒂亚·森:《经济学与伦理学》[M],商务印书馆,2000:9。

在《国富论》中则用性恶论作为人性假设,所以两部著作明显存在着难以消解的矛盾。由于斯密对经济与伦理关系的把握有着相当的矛盾性和复杂性,因而引发了“亚当·斯密问题”的大争论。

“亚当·斯密问题”包含了极为丰富的内容,它既是指现实存在的经济与伦理之间的关系,又是指理论上、学科意义上的经济学和伦理学之间的关系,蕴涵了人性的自私自利与同情利他之间的关系,而且这些关系都与一定的时间、地点相联系,从而使这些关系有着历史的性质。实际上,“亚当·斯密问题”也就是源远流长的“义”“利”关系问题,即作为伦理学基本问题的道德与利益的关系问题。尽管对“亚当·斯密问题”的看法存在分歧,但斯密的经济思想与伦理思想并没有根本的矛盾,而是存在着高度的一致性,在现实的实体内容上,是经济的内容决定和产生着伦理的要求,伦理服务于现实的经济需要;经济是伦理的基础,伦理是对经济的辩护和维护。经济与伦理之间也可能包含着内在的对立,但那是次要的。总体上,在亚当·斯密看来,伦理不是同经济对立的,毋宁说它对经济是有利的;伦理不是处于同经济对立的地位,而是存在于经济本身之中。

1.1.3 管理与文化的交融

就人类文明发展史而言,人类行为与文化的关系是密不可分的,不同的文化环境规范着人们不同的行为方式。管理作为人类特殊的社会实践活动,“是文化的产儿”。人是文化的载体,在管理活动中发挥着最主要作用的,作为管理主体和管理客体的,都是人。人的每一项管理行为,无不受到特定时空所具有的文化背景的影响,是过去和当前的文化力量的一种产物,由此形成的管理思想,“既是文化环境的一种过程,也是文化环境中的一种产物”〔1〕。

管理不只是一门科学,还是一种文化,有它自己的价值观、信仰、工具和语言。管理学科“受一定的社会文化的影响,并受到特定社会中的价值观念、传统和习惯等因素的影响”〔2〕,因此,作为一种社会职能,管理既要承担社会责任,又要植根于文化之中。

从管理学范式的变革来看,文化主义范式是继科学主义范式和人本主义范式之后的一场管理学范式的“文化革命”。它不仅为管理学开辟了一个新的研究领域,更为重要的是它为当代管理学家提供了一种解释人类管理行为的新视野,为管理学研究提供了一种新的方法论思想。管理学的研究对象是

〔1〕 丹尼尔·A. 雷恩,阿瑟·G. 贝德安. 管理思想史(第6版)[M]. 中国人民大学出版社,2012:9.

〔2〕 彼得·德鲁克. 管理:使命、责任、实务(使命篇)[M]. 机械工业出版社,2006:20.

在一定的文化环境中生活的人所组成的组织,管理学的研究者本身也生活在一定的文化环境中,是一种文化的存在。因此,管理学的研究必须重视文化因素,把文化放在研究的架构之中,充分考虑人的文化本性与组织行为的关系。换句话说,文化因素本来就是组织管理活动中一个极其重要的变量,它渗透在组织管理的各项活动之中,对管理的影响是全方位、全系统、全过程的。因此,管理与文化是共生、同构和互动的,在它们的内在关联中,文化是管理思想变革的深层力量。

1.2 伦理、道德与企业伦理

1.2.1 伦理与道德

“伦理”一词在我国古代典籍中,单个字独立使用较早,如《论语》里有“言中伦”、《中庸》里有“行同伦”、《孟子》里有“察于人伦”、《荀子》里有“圣也者,尽伦者也”等提法。从词源学上考察,“伦”主要有二说:一为《说文》曰:“伦,辈也。”即人群类而相比,辈而相序,引申为“人际关系”。如所谓“五伦”,便是五种人际关系:君臣、父子、夫妇、长幼、朋友。另一说为“伦者,纶也”,即经纶为天下之大经,含有绳线连贯之意,引申为人群之联属。两者之意相通,即都将“伦”解为人与人之间交往与相处的有序关系。“理”本义为“治玉”。《说文》曰:“理,治玉也。……玉之未理者为璞。”引申为整治和物的纹理,如修理、理发、木理、肌理;进而引申为规律和规则。“伦理”两字连用,始见于秦汉之际的《礼记·乐记》:“乐者,通伦理者也”,是指音乐的伦类条理的规律。合而言之,所谓伦理,就其在中国的词源含义来看,是指人际关系事实如何的规律及其应该如何规范。^{〔1〕}

“道德”一词较早也是单个字分别使用的,如《老子》第二十五章里有:“有物混成,先天地生,寂兮寥兮,独立而不改,周行而不殆,可以为天下母。吾不知其名,字之曰道。”《孟子》里有:“仁也者,人也,合而言之,道也。”从语源考察,《说文》曰:“道,所行道也”,“道者,路也”,即“道”的本义为道路,引申为规律、规则、规范等。“德”字单用,如《论语·颜渊》里有:“主忠信,徙义,崇德也。”《庄子·天地》里有:“通于天地者,德也。”而其本义则为得。《说文》曰:“德(德),外得于人,内得于己也”,“得即德也”。从“德”字的构形看,从心,心得正直。于是,“德”便可引申为人的“品德”、“道德品质”。“道德”两字的连用,始见于《荀子》的《劝学》和《正论》,如“故学至于礼而止矣,夫是之谓道德之极”、“道德纯备,智慧甚明”,是指人的行为合于理、利于人的规范、榜样、境

〔1〕 王海明. 伦理学原理(第2版)[M]. 北京大学出版社,2005:66.

界。因此,构成“道德”一词的“道”与“德”的词源含义都是指人们应该如何的行为规范,“道德”是指人们在各种伦常关系中所表现出的品德的一种规律或境界,后引申为人们基于各自的行为和彼此关系,在坚持行为规范中所形成和表现出来的道德品质或境界。

在西方,“伦理”一词源于希腊语的“Ethos”,在荷马时代,意为驻地或公共场所,后又专指一个民族特有的生活风俗习惯以及人的人格、品德。至亚里士多德创立伦理学后,“伦理”一词才专门用来表示研究人类德行的科学。“道德”一词起源于拉丁语的“Mos”,意为品性与风习。后来古罗马思想家西塞罗根据“Mores”一词创造了一个形容词“Morality”,专指社会的道德风俗和人们的道德个性,以后英文的道德一词沿袭了这一含义。可见,伦理与道德在西方的词源中含义相同,都是指外在的风俗、习惯以及内在的品性、品德,也可以说都是指人们应当如何的行为规范。

由上观之,无论是中国还是西方,“伦理”与“道德”在词源含义上具有大体相同的意义,可视为同义异词,两者都是指人际行为应该如何的规范。但两者又有所不同,伦理是整体,道德是部分,两者是整体与部分的关系,即伦理包括人际行为事实如何的规律及其应该如何的规范,而道德仅指人际行为应该如何的规范。以“五伦”为例,一般只能说君臣、父子、夫妇、长幼、朋友是五种伦理,而不能说是五种道德。只有他们之间应该如何交往相处的规范,即他们之间的“义”才是道德,如父对子慈、子对父孝。而作为伦理的君臣、父子、夫妇、长幼、朋友诸关系,不仅包括他们之间的义,还包括社会上对这种义的要求,以及他们之间的行为事实(人的本性)究竟怎样等一系列内容。因此,“伦理”是诉诸和谐有序的人际关系的整体性的道德理论,而“道德”是以特殊手段对人际关系进行调节的实际伦理现象。

1.2.2 企业伦理

在市场经济条件下,企业作为具有独立法人财产权、自主经营权和自负盈亏的经济实体,在其从事的生产经营活动中,必然要与外部和内部发生各种利益关系,包括企业与社会、企业与国家、企业与企业、企业与顾客、企业与员工、企业与企业家人,以至企业与国际市场等,这里既有市场关系,又有非市场关系。总而言之,就是企业自身权益与社会方方面面的权益的关系,正是在这些关系中,包含着各种伦理关系。企业要进行正常的生产经营活动,就必须处理好各种利益关系,因而也就必须把握其中的伦理关系,树立自己的伦理理念,以此为指导确立并在生产经营活动中实践一定的伦理准则和道德规范。

对于企业伦理含义的理解,学术界大致有以下几种观点:一是应然说。

美籍华裔著名学者成中英先生在《文化、伦理与管理》一书中认为,企业伦理(Business Ethics)是指任何商业团体或生产机构以合法手段从事营利活动时,所应遵守的伦理规范。^{〔1〕}二是综合说。认为企业伦理是企业生产、经营过程中的伦理关系、伦理意识、伦理准则和伦理活动的总和^{〔2〕};或是企业在处理内外关系时以伦理理念为核心的伦理原则、道德规范及其实践的总和。三是广义和狭义说。根据研究范围不同,可以把企业伦理学划分为广义和狭义两种。广义的企业伦理学包含三个层次内容,即指宏观的制度、中观的企业及其他组织、微观的个人;狭义的企业伦理学的研究对象是狭义的企业道德。企业伦理文化也有广义和狭义之分:狭义的企业伦理文化是指企业内部成员所形成的某种伦理观念、历史传统、共同价值准则、道德规范和生活观念等,也就是增强企业内聚力、向心力和创造力的各种意识形态的总和;广义的企业伦理文化除包括上述内容外,还包括渗透在职工劳动中的行为动机、道德心理和道德意识等。简言之,企业伦理文化研究既要涉及人们通常所说的“软件”部分,也要涉及“硬件”部分;既触及“隐形文化”内容,又触及“外显文化”内容,它是对企业物质文明和精神文明的综合道德思考。

概括而言,所谓企业伦理,是指企业在经营管理活动中处理内外部关系时所应当遵守的行为规范。它具有以下特点:^{〔3〕}

第一,企业伦理是关于企业及其成员行为的规范。虽然企业是由个人组成的,但企业的行为却不能简单地表述为单个成员的行为之和,企业具有自己的目标、利益和行为方式。当一个人问企业应该做什么、企业的道德责任是什么时,就意味着企业本身被看成一个“道德角色”或“道德个人”。然而,具体工作毕竟是由企业成员来做的,在讨论企业应该遵守的行为规范时,实际上也提出了单个成员所应遵守的行为规范,如管理者、技术人员、生产人员、营销人员、财务人员、后勤人员等的行为规范。

第二,企业伦理是关于企业经营活动的善与恶、应该与不应该的规范。指导企业及其成员行为的规范有许多,有技术规范,如不准戴手套操作车床;有礼节规范,如对来访者以礼相待等。企业伦理是关于善恶的规范。企业伦理告诉人们哪些经营活动(指以营利为目的的所有活动)是善的、应该的,哪些活动是恶的、不应该的。究竟什么是善的经营行为,什么是恶的经营行为,正是企业伦理学所要讨论的。一般而言,人们总是把那些有利于自己、他人

〔1〕 成中英. 文化、伦理与管理[M]. 贵州人民出版社, 2003: 244.

〔2〕 欧阳润平. 企业伦理学[M]. 湖南人民出版社, 2003: 48.

〔3〕 周祖城. 企业伦理学(第2版)[M]. 清华大学出版社, 2009: 10—11.

及社会群体的行为和事件当成是善,而把那些有害于自己、他人及社会群体的行为和事件当成是恶。

第三,企业伦理是关于怎样正确处理企业及其成员与利益相关者关系的规范。企业从事经营活动,需要内部各层次、各部门员工的共同努力;同时,企业是个开放系统,它与外界也存在着各种联系。这些内部和外部利益相关者的利益关系使企业与他们紧密联系在一起,必须正确处理才能促使企业持续存在和发展。企业伦理就是调节企业及其成员与利益相关者关系的规范。

第四,企业伦理是通过社会舆论、传统习俗、内心信念和内部规范来调节企业及其成员行为的。企业伦理道德与法律都是调节人们行为的重要手段,但两者在调节方式上具有本质差别:法律是一种他律性的行为规范,依靠有组织的强制力量,通过审判与制裁,使人们遵循法律的轨道;而伦理道德是一种自律性的规范,有赖于人们的自尊心和义务感,体现了自觉性和内在性。

1.3 文化、组织文化与文化管理

1.3.1 “文化”界说

“文化”一词在中国具有悠久的历史。“文”的本义,是指各色交错的纹理。《易经·系辞下》载:“物相杂,故曰文。”《礼记·乐记》称:“五色成文而不乱。”《说文解字》称:“文,错画也,象交文。”均指此义。在此基础上,“文”又有若干层引申义。其一,为包括语言文字在内的各种象征符号,进而具体化为文物典籍、礼乐制度。《尚书·序》所载伏羲画八卦,造书契,“由是文籍生焉”,《论语·子罕》所载孔子说“文王既没,文不在兹乎”,是其实例。其二,由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义,与“质”、“实”对称,所以《尚书·舜典》疏曰“经纬天地曰文”,《论语·雍也》称“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”。其三,在前两层意义之上,导出美、善、德行之义,这便是《礼记·乐记》所谓“礼减而进,以进为文”,郑玄注“文犹美也,善也”,《尚书·大禹谟》所谓“文命敷于四海,祇承于帝”。“化”,本义为改易、生成、造化,如《庄子·逍遥游》:“化而为鸟,其名曰鹏。”《易经·系辞下》:“男女构精,万物化生。”《黄帝内经·素问》:“化不可代,时不可违。”《礼记·中庸》:“可以赞天地之化育。”等等。归纳以上诸说,“化”是指事物形态或性质的改变。同时“化”又引申为教行迁善之义。

“文”与“化”连用,较早见之于战国末年儒生编辑的《易·贲卦·象传》:“(刚柔交错),天文也。文明以止,人文也。观于天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”这段话里的“文”,即从纹理之义演化而来。日月往来交错文饰于天,即“天文”,亦即天道自然规律。同样,“人文”,是指人伦社会规律,即社

会生活中人与人之间纵横交织的关系,如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友,构成复杂网络,具有纹理表象。这段话说,治国者须观察天文,以明了时序之变化,又须观察人文,使天下之人均能遵从文明礼仪,行为止其所当止。在这里,“人文”与“化成天下”紧密联系,“以文教化”的思想已十分明确。西汉以后,“文”与“化”方合成一个整词,如“文化不改,然后加诛”(《说苑·指武》),“设神理以景俗,敷文化以柔远”(《三月三日曲水诗序》),“文化内辑,武功外悠”(《文选·补之诗》)。这里的“文化”,或与天造地设的自然对举,或与无教化的“质朴”、“野蛮”对举。^{〔1〕}

在西方,“文化”一词在英文、法文中都是 Culture,德文是 Kultur,均由拉丁文 Cuhura 一词引申、演化而来。Cuhura 含有耕种、居住、练习、注意、敬神的意思。所不同的是,中国的“文化”——开始就专注于精神领域,而 Culture 却是从人类的物质生产活动生发,继而才引申到精神活动领域的。从这层意义上分析,Culture 的内蕴比“文化”更为宽广,而与中国语言系统中的另一词汇“文明”更加切近。

对文化的定义是随着社会学、人类学的发展而不断廓清的。“文化”这一术语源于社会人类学。英国“人类学之父”爱德华·泰勒(Edward B. Tylor)在 1871 年出版的《原始文化》一书中将文化作为一个中心概念提出,定义为:“文化是一个复杂的总体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗,以及作为社会成员的人所获得的其他任何能力和习惯。”^{〔2〕}这也是最为流行的、经典的定义,在人类学以及随后的文化研究中有着重要的影响。

自爱德华·泰勒之后,学者们从不同的角度对文化做出了不同定义和阐释。据美国文化人类学家 A. L. 克罗伯和 C. 克拉克洪在《文化:对各种概念与定义的批判性评论》一书中的统计,仅 1871—1951 年这 80 年间,对文化的定义就达 164 种。法国社会心理学家 A. 莫尔斯的统计则表明,20 世纪 70 年代以前的世界文献中的文化定义高达 250 多种。A. L. 克罗伯和 C. 克拉克洪曾对众多文化定义进行过比较、研究和分析,并把西方学者关于文化的定义总结为六大类型:

(1) 列举和描述性的。这一类型以博厄斯(P. Boas)的观点为代表。博厄斯关于文化的定义深受爱德华·泰勒的影响。博厄斯认为,文化包括一个社区中所有社会习惯、个人对其生活之社会习惯之反应及由此而决定的人类活动。

〔1〕 张岱年,方克立. 中国文化概论[M]. 北京师范大学出版社,1994:1—2.

〔2〕 G. 邓肯·米切尔. 新社会学词典[M]. 上海译文出版社,1987:75.