

□财经前沿

文化强国视野下国有企业 文化自觉与企业成长关系研究

齐 平 刘佳琪 肖旭东

〔摘 要〕在建设社会主义文化强国的时代背景下，文化自觉被提到一个突出的地位。国有企业是文化强国建设的重要承载者和践行者，是中国特色社会主义建设的中流砥柱，其健康持续成长对文化强国建设意义重大，而企业文化自觉是影响企业成长的重要因素。文化强国战略的提出以及文化自觉地位的凸显，为今后国有企业改革指明了方向，即只有通过提升国有企业文化自觉，使企业内部有利于改革发展的“文化底蕴”得以形成，使企业面对多变的国内外形势能客观地审视自身文化，并自觉、理性地付诸行动，企业才能获得更大更持久的成长动力。

〔关键词〕文化强国；国有企业；企业文化自觉；企业成长

〔基金项目〕教育部人文社会科学重点研究基地重大项目（12JJD790028）；教育部人文社会科学研究一般项目（10YJA790146）；国家社会科学基金重大项目（13&ZD022）；吉林大学“985”及“211”工程项目

〔收稿日期〕2013-06-25

〔作者简介〕齐 平，吉林大学中国国有经济研究中心暨经济学院教授，经济学博士；刘佳琪，吉林大学经济学院硕士研究生；肖旭东，中石化河南濮阳石油分公司员工。（长春 130012；濮阳 457000）

一、问题的提出

在经济全球化带来各种思想文化频繁交锋交融，以及国内经济社会发展越来越依赖文化推动的形势下，为解除文化层面的问题对经济社会发展带来的制约，实现特色社会主义建设更快更好的开展，我党在十七届六中全会上审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，首次提出了“文化强国”发展战略。这标志着中华民族文化自觉和文化自信站在了一个新的高度，同时还表明我国不仅要在国内形成文化、政治、经济、社会等各方面协调发展、相互促进的良好格局，更要在国际上产生强大的文化影响力，成为一个文化强国。

国有企业作为我国特色社会主义建设的中坚力量，是文化强国建设的重要承载者和践行者，其健康持续成长在维护经济社会稳定、承担公益责任、防止两极分化等诸多方面都发挥了不可替代的作用。因此，无论是出于国情考虑，还是出于国家安全考虑，我们都不能按照一些学者主张

的“国企必须从营利性领域（而不单是从竞争性领域）中逐步退出”来盲目推进国有企业私有化，而是寻找一条正确的国有企业改革之路，使企业运行在持续健康的成长轨道上。文化强国战略的提出以及文化自觉地位的凸显，为今后国有企业改革指明了方向，即只有通过提升国有企业文化自觉，使企业内部有利于改革、发展的“文化底蕴”得以形成，使企业成员面对多变的国内外形势能客观地审视自身文化，并自觉理性地付诸行动，企业才能获得更大更持久的成长动力。

二、国有企业文化自觉与企业成长的关系研究

（一）从企业成长理论中探寻文化的价值

最早的企业成长思想来源于亚当·斯密。他将企业成长归为因分工提高效率而带来的规模经济。^[1]其后，马歇尔用外部经济与内部经济来解释企业成长，并指出企业家对企业成长的关键作用。针对企业家的稀缺性，他开创性地提出创立“股份公司”，凸显了企业制度的重要性。继马歇尔之后的新古典经济学家将企业抽象为一个生产函数，致力于以一般均衡来讨论企业最优规模。在实现最优规模后，采用先进技术设备可以改变企业收益成本曲线，从而实现新的规模。技术成为企业成长的一个重要支撑。新古典经济学抽去了企业内部丰富的内容，同时又以完全理性与完全信息为假设前提，表现出与现实极大的不符。对此，科斯、威廉姆森等新制度经济学家以有限理性、不完全信息等为假设条件，用交易费用来解释企业成长，降低交易费用被认为是企业成长的一个动因。

传统经济学与新制度经济学缺乏对企业内部深层次的探讨，因而不能准确描述企业成长。彭罗斯、普拉哈拉德、钱德勒等人通过从企业内部探讨企业成长，产生了“资源成长论”、“能力成长论”等诸多理论成果。^[2-4]与以往研究相比，这些理论把资源、能力、知识以及管理因素的变革等作为影响企业成长的重要因素。

随着企业外部环境发生巨大变化，企业成长研究视角逐渐增多。发展中国家的企业成长问题引起了学者的极大兴趣，其中一些理论成果对我国发展中小企业提供了有益启示。如融资、法律制度、腐败对于小企业或发展中国家的企业成长率有着实质性的影响，改善融资环境、完善法律制度、抑制腐败有助于促进企业成长。知识经济的到来使知识、技术的重要性日益显现，技术学习与创新、组织学习成为企业成长的动因。此外，企业的信誉机制、信息披露、资本结构、不确定性等因素也被纳入到企业成长分析框架下。

企业成长是一个复杂的过程，影响因素众多。笔者认为这些繁杂的因素获取或作用的有效发挥，离不开优秀企业文化的支持。也就是说，建立在共同价值观基础上的企业文化影响着企业员工的目标与行为，特别是企业管理者在战略决策、制度设计、组织结构等方面的表现，从而影响着资源能力的整合力度、学习创新的实施程度以及企业与外部环境的协调程度。从这个意义上说，提高企业的文化自觉性就尤为重要，这事关企业成长能否拥有一个强有力的文化支撑。

（二）对企业文化自觉进行深层次的考察

“文化自觉”由费孝通首次提出^①，它体现出文化主体对待自身文化的理性自觉和主动意识，即文化的自我觉醒、自我反省与自觉创建。企业作为一种文化载体，有关企业文化自觉的命题

^① “文化自觉”是费孝通先生于 1997 年在北京大学社会学人类学研究所开办的第二届社会文化人类学高级研讨班上首次提出。

是经济管理界不可回避的课题。在借鉴前人研究成果基础上,笔者进行了进一步研究并得出以下几点重要结论:

第一,企业文化自觉以企业领导者文化自觉为主导,以企业员工文化自觉为依托。企业文化自觉的主体包括企业领导者与企业员工。企业领导者是企业文化的塑造者、倡导者、推动者和变革者,企业文化自觉应以企业领导者文化自觉为主导。同时,企业文化是全员文化,是全体成员共同创造的产物。企业的价值观念和行为方式只有得到成员的整体认同与自觉实践,才能转化为现实的文化力,才是有价值的文化。因此,企业员工同样是不可或缺的文化自觉主体。

第二,企业文化自觉主要包括文化的自觉认知、自觉创建与自觉践行三个层面的内容。自觉认知,是企业主体主动对企业文化进行感知和理解:一是准确全面把握企业文化的内涵、外延、层次、功能等内容,纠正将文化视同为标志、口号、文体活动的错误看法;二是客观、辩证地审视自身文化,感知本企业文化的内容和特质,了解其中的科学合理之处及存在的问题,继而结合企业现实情况、经营目标与时代要求,确立企业文化建设的目标。自觉创建,是企业主体在自觉认知的基础上主动建设适合自己的、独具特色的企业文化,如继承丰富有益的文化因素,摒弃纠正不利因素,吸纳融合内外文化的优秀成分等。自觉创建企业文化是推动企业成长的内在要求,是在承认企业文化功效基础上的自觉行为。自觉践行,是决定企业文化能否成功推动企业成长的关键。优秀的企业文化必须得到全体员工的认同,使其自觉实践企业的经营理念,遵循企业的行为准则,进而充分发挥工作积极性、创造性,促进企业成长。

第三,企业文化自觉具有层次之分。企业文化是企业文化自觉的客体,通常分为精神文化、制度文化、行为文化、物质文化四个层次。由此,企业文化自觉便可分为精神层面的文化自觉、制度层面的文化自觉、行为层面的文化自觉、物质层面的文化自觉。其中,精神层面的文化自觉处于核心与统帅地位,通过对以企业精神为核心的价值观体系的自觉认知、自觉创建与自觉践行,带动制度层面、行为层面与物质层面的文化自觉。

第四,企业文化自觉主要有以下六点特性:一是企业领导者主导性。企业领导者的主导性主要体现在:准确把握企业文化的内涵、历史、特色及发展趋向,与时俱进地推动企业文化建设,充实企业文化的内容;通过沟通、做出表率等方式促使组织觉醒,激发员工自觉意识,实现员工对文化的认同并自觉实践等。二是整体性。企业文化自觉的一个重要方面是重视激发企业员工的文化自觉意识,变被动接受、消极践行为自觉认知、主动创造与积极实践。三是科学性。企业主体对本企业文化进行精准把握和深刻分析,做到“对症下药”、“有的放矢”,使整个过程及企业文化本身带有极大的科学性。四是主动性。文化自觉是企业主体自我意识的觉醒,是在深刻认识企业文化下的一种主动理性追求,表现为一系列有计划、有目标、有针对性的行为和活动。这与企业文化产生之初由少数人提出相应的价值观念和行为模式以被动应对生产经营过程中遇到的某些困难和制约有本质区别。五是平等性。企业文化自觉不是企业家对企业员工居高临下的文化训导,而是建立在平等的双向互动基础之上。由于承认和尊重员工的主动自觉力量,因而最能激发员工的文化自觉意识。六是综合性。企业由单纯追求经济利益最大化转向实现个人、经济、社会、环境协调发展,决定了企业文化自觉所要实现的目标是综合价值的最大化。

(三) 国有企业文化自觉对企业成长的作用机理分析

企业文化之所以在国有企业减少费用开支、凝聚团队力量、提升核心竞争力、实现国有资产保值增值等方面起着重要作用,确切地说,是因为这种良好、健康的企业文化的构建与实践深深根植于企业成员的文化自觉意识之中。

第一,企业文化自觉能够降低内部交易费用,形成团队合力,提高生产效率,促进国有企业

成长。一是对企业文化的自觉认知使成员明确彼此间的职责、行为以及企业的战略目标,有利于成员根据自己的职责范围积累专用型知识和能力,根据企业目标调整自己的目标函数,从而减少了工作中的不确定性与讨价还价活动,既减少了监督成本等交易成本,又提高了专业化生产效率。二是在国有企业重组中,企业领导者与员工在文化自觉意识下,通过双边或多边沟通与互动,寻求一种广被认同的、能将个人价值与企业价值有效统一的企业文化,从而形成凝聚力和良好的人际环境,使部门间通力合作形成团队合力,提高生产效率与业绩。

第二,企业文化自觉能够吸引优秀人才加入,激发企业家与员工的积极性和创造性,为国有企业成长奠定人才基础。优秀的企业家以及高素质的团队(特别是各层次的管理人员与技术创新者)是国有企业成长的必要条件。基于人本管理的企业管理者的文化自觉,如倡导“以人为本”的理念、构建满足人高层次发展的培训激励机制、建立弹性组织结构并扩大员工自主权等,是以“实现人全面发展甚至是满足人更高层次的需要”为宗旨,能够吸引高素质人才,改善企业人力资源状况,并在更高层次上激发他们的创造性和积极性。这种由企业领导者文化自觉带动的全员文化自觉比仅仅依靠领导者的努力更能提高国有企业绩效。

第三,企业文化自觉能够优化组织学习,有助于知识积累与整合,使国有企业获取持续竞争优势,实现持续成长。一是对企业已有知识、战略目标的自觉认知保证了知识获取方向、内容的正确性,既利于以最小的成本获取企业最需要的最有价值的知识,又利于新旧知识的互补,使企业的知识体系实现更新、重构。二是自觉建立学习型组织结构,减少垂直层级,加强横向联系,注重各部门的自主性和创造性以及与市场的紧密联系,便于员工快速获取外部知识,更强化了员工间的交流沟通,有利于知识的传递和共享,实现个人知识能力向组织知识能力转化,从而进一步拓宽整个组织的知识基础。三是创建适宜的企业文化,如追求创新、强调交流、勇担风险、宽容失败等,体现一种共同追求和理想,能够激发员工相互学习、交流甚至是创新的热情,从而优化组织学习,快速推动知识积累和整合。

第四,企业文化自觉能够推动技术创新和制度创新,为国有企业成长提供技术支持和制度保障。企业文化自觉内含创新之意,体现为企业主体在自觉认知基础上做出的体现在精神、制度、行为、物质层面的革新活动。具有自觉创新意识的国有企业家,会主动推动技术创新和制度创新,如在技术层面,增加研发投入,引进技术创新人才,激发员工主动学习的意识等;在制度层面,实现产权多元化,引入职业经理人,完善公司治理结构等。企业文化自觉不仅有力推动了技术创新与制度创新,还促成了二者相互作用机制,从而保证国有企业持续竞争优势的获得和可持续成长。

第五,企业文化自觉可以树立企业良好形象,为国有企业成长营造优良的社会环境。国有企业是社会组织,其经济价值的实现离不开与社会系统中其他子系统的一系列交换活动。这种交换不只是产品或服务的交换,更是一种文化和理念的交换。国有企业自觉践行诚信和社会责任价值观有助于外界感知企业的经营理念和行为方式并做出有利于企业成长的决策。在政府方面,企业如实提供有关生产经营的各方面信息,有助于政府根据真实完备的信息采取有效的调控手段,为促进企业成长营造高效的法律环境与市场环境。在金融机构及其他投资者方面,企业自觉披露信息与履行社会责任,有利于降低融资成本并拓宽融资渠道,使企业资本结构趋于合理,为促进企业成长提供融资保障。在供应商方面,企业与供应商在诚信基础上建立长期稳定的合作关系,能够降低市场交易中的不确定性,抑制机会主义倾向,降低交易费用(特别是当资产具有专用性时,这种“心理契约”的构建与自觉履行能有效降低沉淀成本),为促进企业成长维持稳定的货源。在消费者方面,企业通过提供优质产品与服务,促使消费者认同企业文化理念,有利于企业

与消费者间信任关系的建立,为促进企业成长打造品牌竞争力。在生态环境方面,企业自觉履行社会责任,担负起保护环境的责任,不仅会主动调整个人成本曲线,使其与社会成本相一致,生产最适量产品,以增加社会总经济福利,还会主动提高自主创新能力,转变发展方式,生产更具竞争优势的产品。国有企业保护生态环境的自觉行为,有利于改善自身形象,提高利益相关者的忠诚度,为促进企业成长营造良好的社会环境。

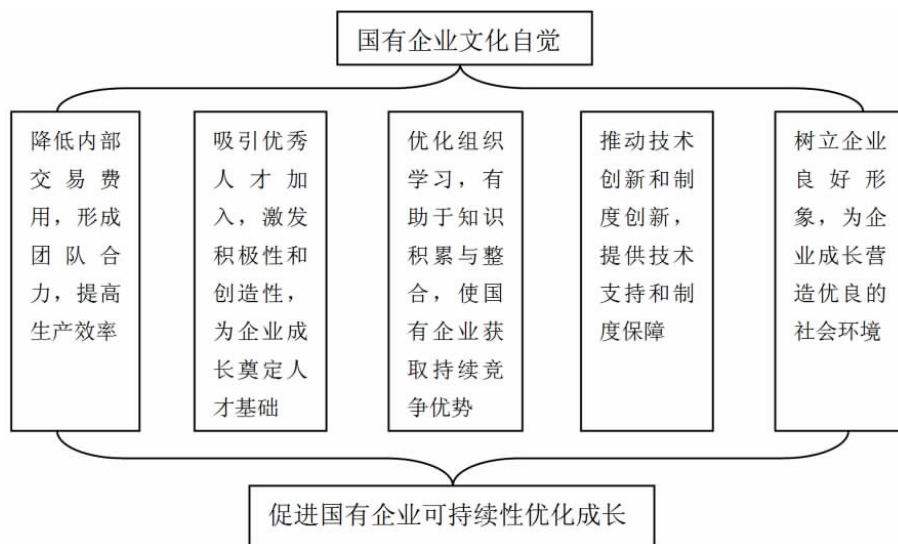


图1 国有企业文化自觉对企业成长作用机理分析图

三、我国国有企业文化与企业成长现实性分析

(一) 我国国有企业文化价值

从“社会主义三大改造完成”，到“放权让利”改革开始，以至之后的“两权分离”、“建立现代企业制度”改革，国有企业文化随着国有企业改革不断建立和发展，而在不同的改革阶段都存在一些具有价值的文化因素。

第一，计划经济体制下（1956—1978年），国有企业员工秉承厂、家、国合一的价值观念，员工凝聚力、向心力较强，企业获得了较快成长。由于实行中央集权以及工人阶级的领导，企业员工主人翁意识强烈，政治责任感与社会责任感较强，企业上下充分发挥以厂为家、艰苦奋斗、无私奉献的精神，出现了“鞍钢宪法”、“孟泰精神”、“铁人精神”等典型的国有企业文化。^[5]此外，集体主义原则是这一时期企业文化的重要内容，员工价值观统一，对企业的忠诚度高，企业内部凝聚力大。国有企业文化的上述特点对这一时期的国有企业成长甚至全国经济增长都有很大的推动作用。

第二，改革开放至建立现代企业制度前（1978—1994年），国有企业文化处于保守与革新并存的状态。这一时期，国有企业普遍实行厂长负责制、承包经营责任制等经营管理模式，企业自主权增加，企业员工权、责、利进一步明确。企业员工相较以前有了更大积极性，工作也比较投入。这一过渡时期的国有企业文化为企业进一步改革奠定了思想基础，并在一定程度上激发了国有企业的活力。

第三, 国有企业实行公司制改革至今 (1994 年至今), 企业逐步建立起与市场经济接轨的现代企业制度, 并在传承与发展中不断完善企业文化。企业保持了爱岗敬业、承担社会责任、为国家做贡献等传统文化理念, 并将以人为本、诚信、创新、和谐等理念纳入企业文化之中, 同时注重个性发展。特别是随着重组并购的深入实施, 国有企业在融合不同文化体系上效果明显, 出现了“兼容并包、和谐发展”的良好局面, 企业核心竞争力也得到了极大提高。

可见, 国有企业文化在不同改革阶段都有其有价值的一面。随着时代的变更, 国有企业不仅要继承原有文化中的优良元素, 更重要的是要根据国内外形势及企业成长目标及时丰富完善本企业文化。

(二) 我国国有企业成长目标及其对企业文化的新需求

“十二五”时期是国有企业落实科学发展观、加快发展方式转变的关键时期。为此, 国资委提出“十二五”时期国资监管和国企改革发展的目标以及“做强做优, 培育具有国际竞争力的世界一流企业”的中央企业改革发展核心目标。针对国有企业改革领域滞留的问题, 今后企业成长的目标主要有: 一是加强国有经济布局与结构的战略性调整, 进一步推动国有资本向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业和关键领域集中, 健全国有资本有进有退合理流动机制; 二是支持国有企业向支柱产业、重点产业及产业链的高端集中, 改造提升传统产业, 培育发展战略新兴产业和现代服务业; 三是推动国有大型企业集团股份制改造, 加快股权多元化改革, 完善法人治理结构; 四是提高自主创新能力以及科技成果向现实生产力转化能力, 打造一批具有国际竞争力的品牌; 五是培育引进高素质人才, 形成规划、培育、引进、使用、评价、激励等科学的全程管理机制, 优化人才发展环境; 六是保障和改善民生, 自觉履行社会责任, 实现个人价值、企业价值、社会价值和谐统一; 七是树立全球化视野, 提高国际化经营能力, 立足全球配置资本、人才、技术、市场等资源, 提高企业国际竞争力。

国有企业面对纷繁复杂的国内外形势, 若要贯彻落实国资委的各项决策, 实现优质成长, 亟须一种良好健康的企业文化作为推动企业改革发展的精神动力。十七届六中全会的召开, 无疑为这一目的提供了有利契机。

从企业文化目标来说, 在新的时代背景下, 国有企业文化建设的目标不仅体现在提高企业文化软实力^[6], 以此提升核心竞争力, 使国有企业成为在国内甚至在国际上都具有影响力的企业, 更重要的是使其能够更好地履行社会责任, 主导、影响和决定特色社会主义的发展方向。作为经济主体, 国有企业谋求经济利益及长远发展天经地义, 但我国是社会主义国家, 国有企业性质特殊, 责任重大, 这就决定了国有企业文化建设要更多地考虑国家利益和人民利益。

从企业文化内容来说, 要紧紧围绕企业成长目标及文化建设目标确定国有企业文化具体内容。总的来说, 国有企业应重点在以下方面丰富企业文化内容: 一是构建学习文化, 创建学习型组织, 组织各种有利于促进学习的文化活动, 强化员工培训, 提升员工人力资本; 二是构建创新文化, 营造勇于创新、宽容失败的文化氛围, 建立健全有利于创新的激励制度, 建立创新机制, 加强整个创新流程的管理; 三是构建和谐文化, 推动企业领导者与员工、企业与员工、企业与企业、企业与社会、企业与环境和谐关系的发展; 四是构建速度文化, 畅通内部信息传送渠道, 加强与市场联系, 形成快速应对市场变化的反应处理机制; 五是构建融合文化, 保持集团文化与子公司文化的统一性和整体性, 同时鼓励子公司在集团文化整体框架内发展各具特色的多元企业文化, 实现“母子”文化的有效融合。

从企业文化形式来说, 国有企业要从制度文化、行为文化、物质文化三个层面来外在表现企业的文化理念, 使其深深扎根于企业员工的意识之中。在制度文化层面, 重点完善法人治理结

构,同时健全财务、人力资源、风险、分配、奖惩等各项制度,将整个企业的运行纳入到制度化程序中;在行为文化层面,编制员工行为准则,明确员工道德标准,丰富员工文化活动;在物质文化层面,塑造能够统一视听的特色企业标识和形象,营造学习创新、开放包容、爱岗报国的企业环境,尤其要重视品牌的培育及形象的宣传。

从企业文化手段来说,要将企业文化建设与企业战略规划紧密结合,借助战略的实施,实现文化理念的贯彻落实;将企业文化建设与企业经营管理紧密结合,将人才理念、生产理念等融入到企业生产经营的各个方面;将企业文化建设与员工生活工作紧密结合,通过争先创优活动、文化宣传活动、职业培训活动,借助报纸、网络、课堂等文化平台,将文化理念逐步融入员工思想之中。

(三) 我国国有企业文化自觉中的现实不足

国有企业经过多年改革,虽然取得了突破性进展,但总的来说还处于转型期,各项改革有待于进一步深化,其中在企业文化方面企业领导者及员工对企业文化建设的自觉性不够,导致企业改革发展动力不足,是下一步需要解决的问题。

第一,企业缺乏竞争意识,对政府依赖性强。国有企业长期受政府保护和引导,形成强烈的依赖意识。即便目前政企分离改革取得了很大成效,但在某些情况下政府仍会给予企业特别是大型企业集团扶持,这会造成企业缺乏市场竞争意识。此外,国有企业薪酬、住房、社会保障等方面的待遇稳定,企业员工不犯错误就无后顾之忧,从而缺乏必要的上进心和创造力。

第二,“官本位”意识导致制度异化,经营者难以转换为真正的企业家。国有企业老板一般具有“官员”身份,对人际关系的重视重于企业效益,使正式制度、规则标准形同虚设,也不利于企业经营者素质的提高,进而导致其对企业文化建设的重视度不够。

第三,制度贯彻不力,文化凝聚力不强。目前,大部分国有企业规章制度都比较健全,如国有股份制企业普遍建立公司治理结构,但在执行方面却存有偏差,出现内部人控制等问题。人情关系与制度贯彻不力致使企业出现信任危机,削弱企业凝聚力。

四、提升国有企业文化自觉、促进企业成长的对策建议

第一,政府应出台相关政策法规,加强监督管理,督促企业提升文化自觉。各级政府在“建设文化强国”战略目标的引导下,应改变“重经济轻文化”的传统发展观念,在大力宣扬社会主义先进文化和谐文化的基础上,特别要注重执行层面的自觉,切实采取有效措施提升企业文化自觉。一方面,完善现有法律法规,或制定专门规章制度,自觉把文化因素,如以人为本、诚信、创新、社会责任等纳入其中,形成明确的激励约束机制,同时通过将政绩与文化挂钩,促使各级政府加强对企业的监督管理,并将环境价值、社会价值纳入到一个企业的考评之中,以此提升企业文化自觉。另一方面,健全市场体系,完善市场制度,支持文化咨询、学习机构与人才培训机构的建立,同时建立健全职业经理人市场,培育一批具有自觉意识的文化企业家与文化工作者,为提升企业文化自觉营造良好的市场环境。随着时代的发展,企业成长越来越依赖于自主创新能力的提高与品牌建设,同时人们对企业履行社会责任提出了更高的要求。基于此,政府还应着力从以下方面提升企业文化自觉:一是积极推进产业集聚,以集聚效应吸引国内外优秀企业参与竞争,激发企业竞争意识,使其自觉学习和吸纳国内外先进的企业文化。二是制定品牌建设战略,实行财政支持和税收优惠政策,并给予一定的资金奖励,引导鼓励企业转变观念,自觉加强品牌建设。三是加强对企业技术创新的资金支持力度,提供技术咨询、培训、研发、检测服

务,从根本上降低企业创新成本,提高企业成员自觉创新意识。四是发挥媒体的舆论宣传作用,树立先进企业典型,营造良好社会氛围,同时为企业间的交流与学习搭建平台,提高企业领导者对企业文化的重视度。

第二,企业领导者要转变经营理念,加强学习交流和经营管理,特别是要采取相关措施提升企业员工的文化自觉。企业领导者在提升企业文化自觉上应充分发挥主导作用,这主要表现为以下几点:一是转变经营理念,加强学习交流。企业领导者应转变“重经济效益轻企业文化”的发展观念,主动根据国内外经济形势变化调整经营理念,同时在企业内开展全员学习与交流,促使组织觉醒,提升企业全体成员的文化自觉;借助政府提供的交流机会,与国内外其他优秀企业展开深度的文化交流合作(实地考察),培养高度的文化自觉与文化自信。二是坚持“以人为本”的价值观念,增强员工对企业文化的认同感并提升其文化自觉。具体做法有:尊重员工的合法权益;建立弹性组织结构,赋予员工更多的权力和责任;建立培训机构,支持管理者与员工自由辩论,等等。三是完善企业制度,依靠制度提升企业员工文化自觉。推行企业文化制度化,实现经营管理与企业文化有效融合,依靠制度规范企业员工行为,促使员工的价值观念、行为方式由不自觉向自觉转化;实行企业管理者和员工参股入股的产权制度,形成股权激励,激发他们的文化自觉意识;实行“免责制”,这对于科技创新型企业来说,能有效提升员工的自觉创新意识。四是发挥表率作用。企业领导者自觉实践企业的经营理念,起到示范作用,为企业员工树立榜样,能够极大地提升员工文化自觉。

第三,企业员工应树立主人翁意识,加强自主学习,提高自身综合素质,主动创造条件提升企业文化自觉。企业员工是企业的主体,是企业生产经营活动的直接承担者,因此企业文化自觉的提升离不开员工的主动参与。一方面,加强自主学习,提高个人综合素质。企业员工要主动学习国家的政策方针、法律法规、企业文化等有关方面的知识,正确把握国内外经济走势与企业发展现状,树立正确的价值观念,提高价值判断分析能力,从而自觉抵制错误的价值观念并践行正确的价值观念。另一方面,在政府支持与企业领导者指导下,企业员工应主动构建企业工会组织,并建立起与企业领导层的协商谈判机制,确保企业的经营理念、制度规章符合员工的整体利益,使员工在高度的文化自觉与文化自信下从事生产经营活动。

[参考文献]

- [1] 亚当·斯密 《国民经济的性质和原因的研究》上卷,北京:商务印书馆,1994年。
- [2] 伊迪斯·彭罗斯 《企业成长理论》,赵晓译,上海:上海三联书店、上海人民出版社,2007年。
- [3] Hamel G, Prahalad C K. *Competing for the future*. Cambridge: Harvard Business Press, 1994.
- [4] 小艾尔弗雷德·D. 钱德勒 《看得见的手——美国企业的管理革命》,北京:商务印书馆,1987年。
- [5] 陈爱生、秦菊波 《试论我国国有企业文化的形成与发展》,《江西社会科学》,2001年9期。
- [6] 隋敏、朱孔来、董琦玮 《企业文化软实力研究:内涵、形成机理与提升路径》,《济南大学学报(社会科学版)》,2011年5期。

[责任编辑:赵东奎]

dicial experts. The inquiry rules at the trial , payment and legal liability should be different between expert witness and judicial expert.

Keywords: non-judicial experts system; expert witness; expert evidence; experts showing in court

A Review of the Starting-Point of Contemporary Philosophy on the Rehabilitation of Wisdom of Ignorance

HE Lai (112)

Abstract: The self-awareness of ignorance is the origin of wisdom , which is most easily forgotten by contemporary people and has resulted in serious consequences for the development of philosophy , the healthy value system and social order. So , it has become an inevitable topic to review the wisdom of ignorance. The self-awareness of ignorance is not only the important dimension of self-understanding of contemporary philosophy , but also the important condition of idea in terms of reconstruction of contemporary value system and good social order , which means that it has been an important starting-point for the rehabilitation of contemporary philosophy to review the wisdom of ignorance.

Keywords: wisdom of ignorance; contemporary rehabilitation of philosophy; self-awareness; value system; reconstruction of contemporary good social order

On the Different Positions of Culture in the Society and Mass Society

ZHANG Wen-xi (120)

Abstract: What is the core of the semantic problem of the phrase of “mass culture” and the probably arousing awareness of the unexpected. The paper argues that the problem is originated from the key nature of the contemporary consuming society , that means consuming and entertainment have given the cultural matters and living society’s matters the nature of “non-worldly”. Nevertheless , to analyze a culture , the world nature is its point , therefore the word of “world” contains the meaning of lasting which leads us to the core of the controversial relation between society and culture.

Keywords: mass culture; mass society; contemporary philosophy

Ecological Problems in the Perspective of Historical Materialism: On Hughes’ Criticism to the Western Ecological Philosophy

MU Yan-jie , LUO Ying (126)

Abstract: The western ecological philosophy considered that the core of communism theory of Marx was distribution according to one’s needs , whereas it can’t see the limits of nature and it was blinded to ecological problems , so Marxism is against ecological view. Hughes argued against the above views , he said , Marx take the limits of natural as person to person’s own limitations that projected to the nature , in this case , natural boundaries to which exists as a “limit”. Restriction on one’s own self replaced the external natural boundaries , this is the core ideas of the ecological Marxism of Hughes. Starting from the ideas , Hughes debated around on the definition of “ecological problems” , criticized the abstraction of the western ecological ethics moral preaching , defended the thoughts of Marx’s historical materialism.

Keywords: Jonathan Hughes; Marx; the western ecological; historical materialism; ecological problems

A Study of the Relation between the Cultural Awareness of State-Owned Enterprises and the Growth of the Enterprises under the Cultural Power Orientation

QI Ping , LIU Jia-qi , XIAO Xu-dong (133)

Abstract: The cultural awareness has been raised to a crucial position in the circumstances of building up the socialist cultural power. The state-owned enterprises are the key undertakers in the building of cultural power and with great significance in their keeping healthy growth to the cause. The strategy of cultural power building and the emphasis of cultural awareness are the guidance of the state-owned enterprises to form their own culture that helps reform and develop-

ment , therefore the enterprises are going to gain continuing dynamics in growth.

Keywords: cultural power; state-owned enterprises; cultural awareness of enterprises; the growth of enterprises

On the Cultural Clashes , Divergences and Managements of the Headquarters and Sub-Branches of State-Owned Enterprises: Based on Three State-Owned Enterprises Management Level Exchange Cases

ZHANG Li-hua , CAI Ning-wei (141)

Abstract: There have been problems in the exchanges of different levels of managements in state-owned enterprises , such as , puzzled to the working environment , unfitting to the working culture , etc. Based on the three cases study , we found out that the cultural clashes between the headquarters and the branches showing in three aspects , the clash of policy culture and implementation culture , multi and unitary culture , quality oriented and efficient oriented culture. To make a conclusion of the cultural clashes between the headquarters and branches of state-owned enterprises and the mechanism models can help the enterprises to ease the cultural clashes and to improve organizational performance.

Keywords: headquarter of state-owned enterprises; branches; cultural clashes; cultural divergences; cases study

Research on Corporate Social Responsibility Evaluation of Media-Network Company

TIAN Hong , JIANG Yu-feng (150)

Abstract: China's Internet media company has fully recognized the importance of social responsibility , but there are many problems in the process of fulfilling social responsibility , such as false news , public opinion deviation , thus it triggers the thinking of media-network companies fulfill their social responsibilities in the society , companies cannot examine their own level of social responsibility , regulators are also difficult to grasp how to properly guide and supervise the behaviors and activities of such companies , which aspects of the research will help improve media-network evaluation system of corporate social responsibility. This paper will establish social responsibility evaluation system of media-network companies from stakeholders , verify the effect of evaluation index system by analytical hierarchy process (AHP) and fuzzy comprehensive evaluation method , the results show the levels of media-network companies fulfill social responsibility and the differences of different stakeholders , it plays a good inspiration to the enterprises themselves , the regulatory authorities and the society.

Keywords: media-network company; social responsibility; stakeholders; evaluation index system

Entrepreneurial Failure and the Costs of Entrepreneurial Failure: The Moderating Effect of Entrepreneurs and Entrepreneurial Environment

LI Xue-ling , FAN Chang-liang , SHEN Jia , WAN Ni-na (159)

Abstract: The costs of entrepreneurial failure generated in the occurrence of entrepreneurial failure. As the inevitable outcome of entrepreneurial failure , the costs of entrepreneurial failure is some kinds of negative effects that failure caused to entrepreneur in his property , physical , psychological , family , social relations and other aspects. The negative effects mainly reflected in two aspects , the financial aspect and emotional aspect. Currently , most studies are about the manifestations of costs of entrepreneurial failure , less research focus on the moderating effect in the process of entrepreneurial failure to the costs of entrepreneurial failure. Based on the combing and reviewing of the existed research , in this paper , we research and analysis the moderating effect of entrepreneurs and entrepreneurial environment in the process of "entrepreneurial failure→ costs of entrepreneurial failure". Finally , we propose future research prospects of the costs of entrepreneurial failure.

Keywords: entrepreneurial failure; costs of entrepreneurial failure; entrepreneur; moderating effect