

利他主義・レジリエンス・創造性

日本・中国における<sup>ボタニカル</sup>植物社会デザイン

Altruism, Resilience and Creativity:

Botanical Social Designing in and between China and Japan

(編集・執筆)

岡野 浩・潘 山海

Edited & Written by

Hiroshi OKANO, Shanhai PAN



利他主義・レジリエンス・創造性

日本・中国における<sup>ボタニカル</sup>植物社会デザイン

Altruism, Resilience and Creativity:

Botanical Social Designing in and between China and Japan

(編集・執筆)

岡野 浩・潘 山海

Edited & Written by

Hiroshi OKANO, Shanhai PAN

(執筆)

Written by

马 玉明・马 思聪・蒋 宏・刘 士林

Yuming MA, Sicong MA, Hong JIANG, Shilin LIU

大阪市立大学 都市研究プラザ

Urban Research Plaza, Osaka City University

## 目次

はじめに:植物社会デザインと市民知	岡野 浩 5
第1章 利他主義在自然界无处不在 (利他主義は自然界、そしていたる所にある)	馬 玉明 馬 思聰 7
第2章 发展文化产业、活跃都市经济、提振上海活力 (文化産業を發展させ、都市經濟を活性化させ、上海の活力を高める)	蒋 宏 13
第3章 “互联网+创新创业+休闲”的未来城市生活方式的思考 (「インターネット + 創造性とベンチャー活動 + レジャー」という未来型都市ライフスタイルの思考)	蒋 宏 29
第4章 城市声音与上海的城市变迁及文化研究 (都市の音声と上海の都市変遷及び文化に関する研究)	刘 士林 35
第5章 关于阿米巴经营、稻盛哲学和利他主义在中国的解读 (中国におけるアメーバ経営、稻盛哲学と利他主義について)	潘 山海 43
第6章 都市の創造性とレジリエンス:大阪の都市創造性とその源泉としての利他主義 (城市的創造性和恢复力:大阪的城市創造性及作为其源泉的利他主義)	岡野 浩 53



岡野 浩  
(Hiroshi OKANO)

大阪市立大学・都市研究プラザは、2007年から2012年にわたり、文部科学省から「都市問題」に関するG-COE(Global Center of Excellence)拠点に選定され、「大阪から21世紀都市の再創造:文化創造と社会包摂」というテーマで研究を行ってきた。筆者に与えられた役割としては次の三点であった。(1) 第4ユニット「国際プロモーション」の責任者として、主に、国際ジャーナル『都市・文化・社会』(*City, Culture and Society*, CCS、オランダElsevier社)を立ち上げることで1~3ユニット(都市・文化創造・社会包摂)の研究を国際的に認知されるようにすること。(2) CCSを基礎とする国際ネットワーク学術組織「国際都市創造性学会」(Association for Urban Creativity, AUC)を設立し、運営すること。(3) G-COE推進者として「都市戦略論」のグローバルな事例を研究し、その成果を社会的に還元することである。

2014年4月からは、第4ユニットをこれまでの「国際プロモーション」から、「国際社会デザイン」に変更した。ここでいう「社会デザイン」とは、「都市と地域の文化を発展させ、生態系、社会、人々との調和を目指す都市・地域のデザイン(立案・実施・評価)を担う人材を育成すること」と定義する。とりわけ、マネジメントの仕組みに焦点を当てながら、政策立案者や都市計画家、技術者、住民など様々なアクター(主体)との間の「インターフェース」・「文化的差異」などをマネジメントするための技術やツール、仕組みなどを設計・運用・管理できる人材の育成を目指す。

研究分野としては、経済地理学、政治地理学、社会デザイン学、情報デザイン学、文化生態学、戦略経営会計など、広範囲にわたるものである。キーワードとして、都市創造性、都市間連携、地域活性化、社会デザイン、産業立地、政治地理学、地理情報システム、交通工学、文理融合、などがある。

また、具体的な研究プロジェクトとして、「社会文化コレジウムによる学術空間の創造」(岡野2014)、「グ

ローバル化と都市・地域経済の活性化」、「保健医療における地理情報システム」、「政治地理学と科学社会学の関係性」、「交通行動分析と社会デザイン」、「文化遺産と都市創造性の相互浸透」、「サービス・製品のインターフェースとシェアードサービス」、などである。

本書は、主に中国の植物学や文化産業の研究者にお願ひし、「市民知」による創造的な空間づくりの類型を議論するためのたたき台として、貴重な論考をご提出いただいた。近々、大阪および上海などで議論の場を持ちたい。

ここでは、都市のレジリエンスや創造性について、とりわけ「利他主義」を主要な論点としてあげている。すなわち、自己と他者との間での「利益」に関する価値基準を考慮しながら、都市における様々なアクター(行為する者・物)のネットワークのあり方が、いかにして「市民知」を創造する「場」として重要な役割を果たすことに繋がるのか、また「市民知」を生み出すメカニズムやそれを促進するための政策やサポートのあり方、(海外を含めた)他の地域との連携(ネットワーキング)の在り様、などについての議論を進めたい。

すなわち、植物由来の素材(柿渋や漆)を用いた芸術家と素材の生産者とのコラボレーションは地域と地域とを結び、災害などに強い提携関係を築くことで、都市や地域のレジリエンスを高められ、植物社会デザインの出発点と位置づけることができる。結論を先回りして言えば、そのプロセスの中に「他を利する」という「利他主義」が生まれ、進化が起こるといえるのである。

なお、「市民知」とは「市民による実践知」として捉え、「市民が持っている実践・理論の相互浸透から長い年月をかけて形成された知」と定義づけている。こうした作業によって、都市の創造性についての理論的・歴史的考察を行い、文頭で述べたUNESCO創造都市ネットワークの7つのカテゴリーを統合したり拡張したり、それぞれの関係性をよりダイナミックなものとする「枠組み」を示し、都市の創造性の源泉は、こうした市民の方々の日々の活動とそれを集約し、発信するための「世界の人々に

開かれた」オープンスペースと様々な「道」を理解する能力であることを主張したい。また、そうした有形・無形の文化財を維持し、発展させ、ヒトやモノを総体として尊重する感性が重要であり、文化を社会が編集するという認識を持つ必要がある<sup>1</sup>。

---

<sup>1</sup>昨年12月に中国の杭州でユネスコ主催の国際シンポジウム「持続可能な都市のための文化」が開かれ、世界から文化遺産保全と都市の研究者が参集した。そこでは“Cultural Editing and Networking Multicultural Cities by Creative Verbs”と題する報告を行い、ユネスコやイコモスの幹部、ユネスコチェアの研究者、行政担当者などと意見交換を行うことができた。

# 第 1 章

## 利他主义在自然界无处不在

(利他主義は自然界、そしていたる所にある)

马 玉明(Yuming MA)·马 思聪(Sicong MA)

**要旨:**本文通过阐述利他主义概念的产生和发展、分析了植物界、动物界、无机自然界以及人类社会的利他主义现象和行为的存在意义、说明了利他主义在自然界及人类社会的重要作用。从而推断出利他主义必不可少、无处不在的普遍性结论。

作者はこれまで内蒙古乾燥地方の生態学や資源学及び砂漠学等の研究・実践を通して、利他主義の重要性を指摘してきた。本稿は、利他主義の概念の出現と発展を説明し、植物界・動物界・無機自然界及び人間社会における利他主義の現象と利他行為の存在の意義を分析する。さらに、自然界と人間社会における利他主義の重要な役割を示した上で、利他主義が必要不可欠であるという結論を引き出したい。

**キーワード:** 利他、利他行为、利他主义、物竞天择、互相依存 (利他、利他行為、利他主義、自然淘汰、相互依存)

利他、利己、利他行为、利己行为、乃至利他主义和利己主义、因为主体的“他”、“己”都是指的人、所以这些概念一般用于社会学范畴。但是客观上、利他、利己、利他利己的行为和主义在人类生存的更广袤的、更宏观的自然界是无处不在的。而且、利他行为和利他主义一直是有机、无机自然界进化发展的主线和驱动力。

### 1. 利他主义的概念和近年来的发展

利他思想和主义来自中国古老的哲学思想或从大乘佛教中提炼出来的。利己与利他之争、自古以来随着人之初“性本善”、“性本恶”而百家争鸣、有时观点各异、针锋相对、有时互有包容、互有参杂、演绎出多姿多彩的民族、地域文化图景。

茅于軾<sup>①</sup>认为利他行为是人类道德的一个重要体现、它是“为了大家的利益而要求牺牲自己一时的利益的一种行为规范”。利他主义与利己主义看似是一对针锋相对的矛盾、它们的冲突既存在着统一性、又充满着斗争性。

1993 年美国著名经济学家西蒙<sup>②</sup>提出了利他主义的概念、特指为了提高其他个体适存度而降低自己适存度的生物学行为。尽管这个概念还不算完美、但“生物学”的范围远远超出了囿于人类的界限。事实上、利他行为在自然界中是广泛存在的、它对于物种的进化和环境要素的演化有着重要的作用。

自 1999 年起、日本商界唯一健在的“经营四圣”、一位白手起家创业成功的本土派传奇人物稻盛和夫<sup>③</sup>、每年亲率日本企业的同仁来华参加国际研讨会、介绍他的“敬天爱人”经营哲学。这一善举极大地刺激了变革中的中国企业的社会责任感和以德治企的意识。近年来、日本大阪市立大学岡野浩教授擎举利他主义的旗帜、办起了《城市文化和社会》杂志、在中国学术界诱发起一阵有关“利己”和“利他”的文化躁动。

## II. 植物之间的利他主义

达尔文(④)生物进化论的核心是“物竞天选”的自然选择学说。“物竞天选”的主流是利他主义。物种在“物竞天选”的过程中、经过自然选择逐渐产生新的物种、实现生物的进化。

植物种的发展进化、是在漫长的地球地质历史时期逐步发展演变而成的。其基本规律是：由低等到高等、从水生向陆生、由简单到复杂的方向发展。植物群落间的演替是群落动态变化的重要表现形式。

一般在环境条件优越的地方、群落的层次结构较复杂、种类也丰富；而在严酷、恶劣的生境条件下、只有少数植物能适应、群落结构也简单。植物演替的过程一般最初是苔藓植物群落阶段、然后是草本植物群落阶段。在这个阶段首先是耐旱的一年生短命植物出现、代替苔藓植物群落形成草本植物群落。接着进化就是多年生灌木植物入侵定居和形成群落、创造了木本植物适宜的生活环境、最终形成森林分布。

美国进化论学和社会生物学家罗伯特·特里弗斯教授提出了互惠利他理论(1943)和互利主义观点(1971)、其理论和观点很好的解释了植物群落亲缘选择的关系、即非近亲个体之间的利他行为。当面临巨大灾变或是种群之间的生存激烈竞争时、某种超越亲缘与互惠利他行为、具有更大的生存适应性。

笔者曾经作为飞机播种项目的参加者和课题主要总结人见证了一个沙漠地区植物演替奇迹、这个奇迹既佐证了植物之间的利他主义现实成果、也开启了中国沙漠地区飞机播种的新纪元。

1958年、中国在内蒙古伊克昭盟、陕西榆林、甘肃民勤、古浪等地沙区首次用“安二”型农用飞机试验了飞机播种。

由于是第一次搞、没有经验、大家都以为种子经过飞机播下来就能活。在一片欢呼声过后、几大播区都得到与大跃进一样的惨痛失败！乐观点估计、飞播保存率仅为1%~3%！1958年的飞播、成了人们多年来饭后茶余的笑柄。

1978年、伊克昭盟治沙造林局再次在毛乌素沙地伊金霍洛旗台格庙公社台格庙大队老来圪旦境内的新街治沙站“六八作业区”进行了飞播试验。播区主体地形都是高大流动沙丘、高大沙丘占播区总面积的66%、植物盖度不足10%；播区南北长4000米、东西宽1760米、总面积10570亩。选定的台格庙飞播的时候用铁丝网把播区围护起来、没有人畜干扰破坏。

飞播所采用的植物种有杨柴、籽蒿、白柠条、小柠条、草木樨、沙打旺、紫穗槐共7种、除杨柴采用单播和混播外、其余均为混播类型。根据记录、各植物种单播和混播发芽面积占播区总面积(10570亩)的56.4%；当年保存面积为46.5%；其中在流沙上发芽及保存的均在43%以上。

沙丘上、飞播当年的沙米先长起来。沙米是一年生植物、死后株体坚硬针刺状的茎叶、忠诚地阻挡了野兔、老鼠的啃食、成为杨柴、籽蒿、柠条的保护伞；第二年、沙米的坚硬株体还在、籽蒿迅速生长、浓密的灌丛又成为杨柴的护花使者；杨柴初生体质柔弱纤细、又系豆科、名门望族、所以幼时极易受到啮齿动物的伤害、但是到了第三年、杨柴一下子就出落得成人一样高、红色、蓝色、紫色的豆科花序姹紫嫣红；白柠条、小柠条的豆科花序嫩黄嫩黄；沙打旺和紫穗槐的豆科花序紫黑紫黑；籽蒿长的油光锃亮；草木樨更是令人惊讶、它们在丘间低地密密的挤在一起、高度都在3米以上、让人根本无法通过！

伊克昭盟台格庙的飞播、创造了中国沙区飞播的最好水平、属于国内重大科研成果。坦率地讲、当年的飞播者没有植物之间利他主义的思维和理论、但是他们对植物之间的演替进化是很有感觉的。

鄂尔多斯(原伊克昭盟)沙区飞播造林的成功、带动了周边省区飞播事业的发展。“十五”期间、中国西北地区共完成飞播造林267.3万公顷、占全国飞播造林面积的85.8%。仅鄂尔多斯市就累计完成飞播造林52.33万公顷、又占西北地区飞机播种造林任务的20%。

“物竞天选”的主流是利他主义。为此、植物群落往往是由十几种、几十种甚致几百种植物共生在一起、乔灌组合、乔灌草组合、针阔组合这些生机勃勃的群落、都是植物界利他主义的典型代表。做不到利他主义的植物、软弱者随时淘汰、强悍者虽然能称霸一时、但是最终由于生存条件的失控和过度消耗而终将灭亡。



中国现在最强悍的外来物种是紫茎泽兰 (⑤) (*Eupatorium adenophora Spreng*)、它在中国的表现是典型的利己主义植物。原产于墨西哥、属多年生草本或成半灌木状植物。根茎粗壮发达、直立、株高 30~200 厘米。每株可年产瘦果 1 万粒左右、藉冠毛随风传播、在所到之处疯狂生长、致使其它植物一律凋敝、危害甚大。强悍者的最终肯定是灭亡的、但是这个过程可能很长、很长的过程对人类眼下的利益有所损害、所以、紫茎泽兰被列为《中国第一批外来入侵物种名单》中第一位。

### III. 动物之间的利他主义

科学家对许多动物进行了仔细的观察和研究、发现大多数动物之间都有“互助互爱”、“扶危救难”的行为。科学家把这种行为称之为“动物的利他主义”。笔者研究了大量文献、认为可以把动物之间的利他主义分为两类、一类是主观自愿友爱的利他主义、另一类是客观残忍血腥的利他主义。

#### 1. 主观自愿友爱的利他主义

非洲是世界的动物园、在这个天然的动物王国上演着无数的主观自愿友爱的动物利他主义。南非沙漠每两年才会下一场大雨、但这里却生活着一种叫做沙龙兔的动物。每次长时间不下雨、一只成年的沙龙兔就会跑上几十里寻找水源。找到水源后、这只沙龙兔会立即跑回来带上所有沙龙兔向水源狂奔。到达目的地后、这只带路的沙龙兔大多会被累死。骆驼是记忆极好的动物、每遇干旱、老骆驼就带领一群骆驼凭着记忆去找水源。当它们经过艰难跋涉找到水井时、发现由于干旱水井水位下降刚好喝不上、于是老骆驼凭着阿基米德原理主动献身跳入井中、让每只骆驼都痛饮一番。悲壮的是、喝饱水的骆驼群围在井边、一起引颈悲鸣、泪水横飞。在一年的大迁徙中、一只弱小的小羚羊和一头患了眼疾的野牛结伴而行。小羚羊在前带路、野牛在后跟随、小羚羊走得太快时、野牛就会发出急促的叫声、小羚羊马上会停下来、等野牛跟上来再走；遇到威胁时、小羚羊就躲在野牛的后面。

科学家在美国东南海域看到一头虎鲸攻击 5 头灰鲸的惊险场面。凶猛的虎鲸将一头灰鲸咬成重伤后、其它 4 头灰鲸就用自己的鳍救助这头受伤的伙伴。它们一面同虎鲸作战、一面托住受伤的伙伴、以防它沉下去。海豚在发现有动物生病或受伤后、也会游到它们的身下托起它们、令其在水面呼吸。电视里看到最壮观的画面是鲨鱼围捕沙丁鱼的镜头。沙丁鱼为了生存、主观自愿、奋不顾身、前仆后继地聚拢成一个大团、靠高度团结和献身的精神演绎着动物的利他主义。

在草原上、草原犬鼠发现天敌时、犬鼠会发出急促的警报声、而没有亲属关系的犬鼠发出警报的次数远远多于亲属关系。一些鸟类群体中、哺育幼鸟的母鸟经常会得到其它鸟的帮助、保护鸟巢不受捕食者的入侵。许多地面筑巢的鸟类、当捕食动物如狐狸等接近时、会上演一出“调虎离山之计”。母鸟装作一瘸一拐地样子离开巢穴、同时把一边的翅膀使劲扑腾、好像已经折断不能再飞。这时狐狸往往舍弃那个有雏鸟安卧的鸟巢而扑向受伤的母鸟。但是当狐狸的爪子就要抓到母鸟时、母鸟立刻放弃伪装、腾空而起。这样、一窝雏鸟就可以逃过一劫。

在具有社会性的昆虫(蚂蚁、黄蜂、蜜蜂、白蚁等)群体中、不育的工蜂或工蚁把一生都贡献给蜂王或蚁王、自愿友爱的建造和保护蜂窝或蚁窝、觅食和抚育幼虫。它们自己没留下任何后代、这种行为堪称最有献身精神的利他主义。

在蜘蛛和螳螂的婚礼上存在着一种“高尚”的利他行为。雄蜘蛛和雄螳螂明明知道在“新婚之夜”、自己就会被心爱的配偶雌蜘蛛和雌螳螂残忍地吃掉。但是、为了雌蜘蛛和雌螳螂有丰富的营养能将它们的后代养育长大、祖辈至今无数代、每遇婚配、依然“义无反顾”。

## 2. 客观残忍血腥的利他主义

道金斯在《自私的基因》(⑥)中惊世骇俗地提出：自然选择的单位既不是物种、也不是群体、而是基因。基因是绝对自私的。基因的自私性是各种生命行为的缘由所在。任何生物个体的性状、只有在确保其基因遗传频率最大化的条件下、才能得到进化。他认为“自私的基因”才是生物进化真正的驱动力、只有采用最大的残忍自私无情的手段、才能把优秀的基因传给后代。这也是客观残忍血腥的另一种利他主义。

森林中的猴王妻妾成群、却不允许其它公猴“染指”它的妃子；草原上新的狮王上任后、第一个行动就是将前任狮王的后代全部咬死、以便尽快地繁殖自己的后代。咬死幼小的狮子是血腥残忍的、但是这样做可以把最优秀的基因传给后代、保证其种群的健康延续。这种客观残忍血腥的利他主义、是生物进化的一种形式。狼吃羊是小孩都知道的事情。草原上的狼吃牧民的羊是很可恨的事情。上世纪50年代开始、中国政府组织牧民把草原上狼消灭的一干二净、结果发现没有狼的威胁追赶、鹿群羊群生病、种群退化、所以本世纪以来中国政府又把狼列为国家级保护动物。现在、“狼来了！”对牧民可以说是个天大的喜讯。

在此笔者是就事论事、希望不要把此观点引深到皇族和权贵的淫乱中。

## IV. 无机自然界的利他主义

无机自然界是指没有生命的自然界。本文开篇就讲到、利他主义不仅存在于人类社会和有生命动物、植物界、而是在人类生存的更广袤的、更宏观的自然界、利他主义无处不在。

由于篇幅所限、这里仅举沙漠和水的相互依存、互利互惠的利他主义现象。众所周知、沙漠是干旱的代名词、沙漠因为缺少水而生成、也因为缺水而被称为生命的禁区。但是在中国、现在人人都知道沙漠是个大水库。沙漠中、每个沙丘的干沙层下面都是湿沙层、湿沙层的含水量由中国西部沙漠(1%~3%)向东部沙漠(3%~5%)逐步增加、黎明时沙漠中的这个数据更能上升到7%。

另外、中国的沙漠里有不少沙湖(⑦)。内蒙古的库布齐沙漠有七星湖、腾格里沙漠有422个湖、巴丹吉林沙漠有144个湖、乌兰布和沙漠有130多个湖。内蒙古以外的4个沙漠里也有湖、北疆的古尔班通古特沙漠有澎湖、鱼湖、草湖等；南疆的塔克拉玛干沙漠有巴里坤湖、情人湖外、最近在“生命禁区”发现有10个湖、湖泊最深的地方大概有七八米、每个湖泊的周围都是沙漠高耸环绕、总水域面积达到200平方公里左右；库姆塔格沙漠也发现两处像敦煌鸣沙山月牙泉一样的湖泊；柴达木沙漠有裕漣湖、哈拉湖和珍珠湖、每个湖都各具情态、富有美丽的传说。

传统的说法是、沙湖的形成原因和以下三类有关：有一类的形成是地质时期留下来的；第二类形成原因是季节性河流尾间湖形成的湖泊；第三类形成原因是河道侧渗补给形成的湖泊。

但是、如果仅仅依靠这三个条件、这些沙湖一个个早成罗布泊了。有科学家算过、以巴丹吉林沙漠为例、每年的蒸发量超过4000毫米、即使按照湖泊水面1年的蒸发量2000毫米计算、5000年的时间1万米高的水柱也会全部被蒸发掉。所以湖水几千年时间里能幸运的躲过了罗布泊的命运、是因为一个怪现象——沙漠自己会制造水分。

现在科学研究说沙漠里的动物能够利用自己的皮肤制造水分、大家可能会接受、因为动物是有生命的、它要水分是为了生存。如果说沙漠能够自己制造水分、恐怕好多人接受不了。但这是千真万确的、沙漠就是利用表层的干沙层和下面的湿沙层不停地制造水分、而且、它制造水分都是在黑夜里悄悄进行、所以外人很少知道。

沙漠制造水分这和沙漠的特性有关。全球的沙漠大都是由0.10~0.25毫米的沙粒组成(⑧)、沙漠有博大的胸怀、天上下多少雨、它就有容乃大地接纳多少水、全部搂抱在怀中、不会形成径流、更形不成冲刷沟。雨过天晴、火辣的太阳一露面、沙丘表面水分立即蒸发、出现3~30厘米的干沙层、奇妙的干沙层犹如一层偌大的棉被、将下面饱含水分的湿沙丘捂盖的严严实实。沙子排列疏松、形不成毛细管、更没有毛管上升水。

沙中的水分再怎么活跃、也无条件逃逸、永远滞留在沙中。这就是有沙就有水、沙漠是个大水库之道理。

笔者为解释库布齐沙漠七星湖的成因、应内蒙古电视台的邀请、曾于2006年7月带着研究生前往七星湖进行研究。白天、我们测的沙丘地表温度是 $61^{\circ}\text{C}$ 、干沙层是13厘米、湿沙层的含水量是3%；凌晨3点、沙丘地表温度是 $9^{\circ}\text{C}$ 、温度相差竟达 $51^{\circ}\text{C}$ ！更令人不可思议的是沙丘上完全没有了干沙层！干沙层全部变成了湿沙层、在湿沙层5厘米处、含水量达到7%、手捏湿沙成团、可以不散。问题就出现在沙丘这个干沙层和湿沙层的怪现象上、沙漠是在夜晚用外人很少知道的凝结水现象制造水分。

所谓凝结水、是指当物体表面温度低于或高于周围大汽中水蒸气温度时、冷、热气体在物体表面凝结形成的水珠。其实、凝结水在我们日常生活中无处不在。小到随口对着玻璃哈气而形成的小水珠、或下雨前家里水管子上的水珠、大到下雨、下雪乃至打雷、闪电、都是冷、热气体碰触的结果。抑或、清晨数万平方公里植被叶片茎干上形成的露珠、都有凝结水的身影。

凝结水产生的原理(⑨)是、白天、由于沙漠是热传递的不良导体、太阳一照、沙丘表面温度升高很快、温度很高、但干沙层下面湿沙层是凉的。等到晚上、随着太阳落山、气温逐渐下降。也因为沙漠是热传递的不良导体这个特性、沙丘散热同样很慢。等到后半夜、沙层表面温度降至 $9^{\circ}\text{C}$ 左右、而沙层下面的温度还在 $20\sim 30^{\circ}\text{C}$ 。这样、热沙层的热气体不断向外扩散、遇到沙层表面的冷气体就凝结成水珠、成为凝结水。凝结水珠不断增大、由于沙粒的保持水分的能力极差、受重力作用凝结水珠就要下渗。如果整个沙丘制造的水分超过沙丘的持水能力、大量水分就会向下渗透、如果沙湖周围偌大的沙漠制造的水分同时下渗、不停地下渗、你就明白沙漠中为什么会有沙湖这么一景。

在干旱、半干旱地区的沙漠生态系统中、凝结水扮演着非常重要的角色。造物主是公平的、它让沙漠地区雨水资源短缺、却又让凝结水几乎一年四季都在默默地奉献着、其累计水量远远超过当地的年平均降水量。概括的说、浩瀚裸露的大沙丘是形成凝结水的前因、大量凝结水的形成又维系着高大沙丘的伟岸和壮丽、二者相互依存、互利互惠、成就了无机自然界利他主义的典范。

#### 参考文献

- ① 于轶(2009)『一个经济学家的独特视角：推进社会进步』吉林出版集团。
- ② 伯特·西蒙(1955)『理性抉择的行为模型』经济学季刊。
- ③ 稻盛和夫(2010)『干法』华文出版社。
- ④ 尔文(2012)『物种起源』(中文书名：物种源始)清华大学出版社 李虎译。
- ⑤ 国国家环保总局(2003)『中国科学院』中国第一批外来入侵物种名单。
- ⑥ 查德·道金斯(1976)『自私的基因』牛津大学出版社(原版)、译者：卢允中、张岱云、陈复加、罗小舟。
- ⑦ 马世威·马玉明·姚洪林·王林和(1999)『沙漠学』内蒙古人民出版社、呼和浩特。
- ⑧ 马玉明(2004)『风沙运动学』内蒙古人民出版社、呼和浩特。
- ⑨ 马玉明、吕荣(2014)『敢问库布其』远方出版社、呼和浩特。

**马玉明 Yuming MA:** 1949年8月生于陕西省靖边县。2009年退休前为内蒙古农业大学生态环境学院沙漠学教授、国家科普作家。第一届内蒙古城市经济研究会会长、法人。2009年退休前主编出版的专著有《沙漠学》、《沙漠学概论》、《沙漠资源学》、《风沙运动学》、《现代科学技术写作大辞典》、《内蒙古资源大辞典》、《鄂尔多斯学大辞典》等25部。退休后担任科学顾问出版的书籍有《鄂尔多斯植物志》、《鄂尔多斯花卉》、《鄂尔多斯经济植物》、《鄂尔多斯蜜源植物》、《鄂尔多斯古树名木》等书籍。2014年出版了科学报告文学《敢问库布其》。2015年出版《中国自然资源通典》(中国“十二五”重大选题、全书44卷、旭日干院士总主编、本人为副总主编和内蒙古卷主编)。

**马思聪 Sicong MA:** 1976年9月出生内蒙古东胜市。2001年毕业于东北林业大学土木工程学院、获学士学位。2004年毕业于乌克兰哈利科夫国立汽车道路大学、获建筑学硕士学位。现就职于中国建筑一局国际工程事业部、高级工程师。为本文通讯作者。曾发表论文《工程量清单计价模式下<建筑工程计价>课程教学改革探索》、发表论文《浅析建筑测量实践教学》、参与内蒙古自治区交通科技项目《内蒙古国际道路运输模式与配套技术研究》、参与《种子植物名称》一书资料收集整理编撰工作。《种子植物名称》全书5卷、编撰历时14年、4300余万字、系国家十二五重点出版图书、2013年国家第四届“三个一百”原创图书出版工程奖、2014年第三届中国出版政府奖图书提名奖。

## 第2章

### 发展文化产业、活跃都市经济、提振上海活力

(文化産業を發展させ、都市の經濟を活性化して上海の活力を高める)

蒋宏 (Hong JIANG)

**要旨：**本文通过近年来对全球文化创意产业发展的基本趋势的认识和分析、认识到当今世界、文化创意产业不仅强有力地推动着发达国家经济的提升与繁荣、对上海乃至中国的经济社会发展也起到积极推进作用、而且对整个世界的政治、经济、科技、文化事业的发展也产生着非常重要的影响。在工业时代向后工业时代转变的过程中、在全球金融危机和实体经济普遍不景气的历史时期、知识经济、互联网及新媒体等创意经济和大数据给这样的时期带来了一席新风和暖意、蕴含着巨大经济发展商机、同时也给文化及其文化产业带来了新的发展机遇、催生了新一轮技术、产业、营销模式的创新创业和文化创意产业为核心的现代服务业的兴起。本文从而进一步提出了当代文化产业发展的一个重要特征、就是“经济文化化”与“文化经济化”、迎合了大众传播、大众文化和文化市场在社会变迁中自然的发生进程；进一步提出人类社会进入到工业社会和后工业社会、文化产业成为都市经济发展乃至社会建设的重要支柱之一是势在必行；本文进一步指出在中国提出经济社会发展“新常态”的形势下、建设创新型国家、倡导创新创业不仅成为经济发展的重要引擎、也成为文化建设及其文化产业发展的的重要引擎。就全球而言、经济生产的发展已由物质领域拓展到文化体育娱乐等生活层面。从人类历史角度而言、往往物质生产与文化生产相辅相成、但有时也显示出此消彼长的互补作用。在当今市场经济条件下经济与文化的结盟形成了具有新质内容的文化经济综合体。

本文在借鉴欧美日韩等发达国家大力发展文化产业和大众文化的基础上、进一步提出上海应当充分利用其经济、文化、商业的基础优势、以及海派文化特有的海纳百川、推陈出新的传播和辐射长三角及其周边地区的引领优势、从政策的制定、门户的开放、举措的创新、环境的优化、积极发展文化事业和文化产业；充分利用政府和社会资源资本全面保护百年来独特的近现代海派文化遗产（包括老房子、旧景观、社会记忆和集体记忆场所、传统工艺等）、调整与拓展传统媒体的功能（包括纸质媒体、广播媒体、影视媒体）、同时还要大力发展和扶持文化创意产业、网络及新媒体载体+文化内容（包括在线的文创作品秀、演艺直播、影视点播、音乐点播、动漫游戏、文学与书画艺术之窗等内容）的运行平台、以及形成区域性的创意设计产业园区和文化传媒产业等产业集群、以内容、形式、渠道的创造、创新、带动文化产品的制造、引领大众参与和文化消费；充分利用产业结构转型、增长方式转型和消费模式转型的调整期、大力倡导以文化传承、活化和创新来带动、促进“以人为本”、“和谐发展”的城市活力和城镇化进程。所以、在新的历史条件下不断提升和创造上海城市的文化功能和文化实力、这是上海经济社会可持续发展的的重要途径。

本稿は、近年の世界的な文化創造産業の發展の基本的な傾向に対する理解と分析を通じて、文化創造産業が先進国經濟の向上と繁榮を力強く押し進んでいるだけでなく、上海や全中国の經濟と社会の發展にも積極的な推進作用を果たしていることを解明する。そのうえで、文化創造産業が全世界の政治、經濟、科学、文化的事業の發展にも非常に重要な影響を与えていると主張するとともに、上海交通大学のメディアやジャーナリズム及び文化産業の研究・教育者として経験から、欧米、日韓及び台湾の文化創造産業の發展歴史と現状を分析した上で、これからの上海の文化創造産業の方向性について述べる。

**キーワード：**创新发展、文化产业、都市经济、上海活力（革新的發展、文化産業、都市經濟、上海の活力）

文化建设从单一的文化事业走向文化事业和文化产业并举是人类社会的一个重要选择。如果说文化事业是以公益性非营利为目的的、那么文化产业就是以市场为导向、其本质是非公益性且以营利和经济效益为目的的、由于人类社会具有满足多元需求和追求社会向善的双重理想、就必须顾及社会效益和经济效益的平衡、不能为了经济效益而牺牲社会效益作为代价。因此文化事业和文化产业正是融合了两者的需求、前者大凡是通过国家和政府出资、用来建设公共的文化设施与项目、让市民或国民充分享受国家、地方和主流社会推崇、倡导的文化氛围和活动；而后者则是通过市场化的道路、通过社会力量、释放大众和民间的创新创意激情、创意设计开发各种益智健康的文化产品和多元文化活动、让市民和社会不同阶层根据需要购买文化产品、文化体验、文化氛围、文化享受与服务、在物质需求被不断满足的同时不断丰富日益增长的精神文化需求。文化事业和文化产业两者互为补充、它们是从不同的角度、不同的方面、不同的途径、不同的方式、推动着城市的物质文明和精神文明的建设。而且、文化产业由于能带动和促进经济的发展、能培育文化的消费群、能丰富文化市场的多样性、以满足人们日益增长的精神文化需求、所以文化产业和文化市场越来越受到国家和地方各级政府的重视、也带来社会和大众的积极参与。

### 1. 欧、美、日、韩重视文化产业的发展给我们的启示

当今世界、在后工业时期即工业化的物质丰富成果达到一定程度、传统产业上行压力不断增大、人们的休闲时间和精神文化需求随着生活水平的提高而大大增强、此时文化产业的兴起不仅是产业经济的重要补充、而且积极有力地支撑并推动着发达国家经济的发展、并已经成为国民经济及其产业结构调整、经济增长和发展模式的转变、消费内容和消费方式的转型、经济社会健康发展的重要组成部分、同时对整个世界的政治、经济、科技、文化事业的发展也产生着非常重要的影响。比如、重要的国际和地区的体育赛事直播和转播、影视大片和舞台演艺精品商业传播、书画艺术乃至工艺作品的市场拍卖、各种时尚走秀、视像音乐工业伴随时代节奏日新月异、并同步快速地辐射全球、各种休闲游乐场、主题公园、嘉年华欢乐派对等等都以不同程度影响着各国乃至全球经济和社会生活的变化。如今、人们越来越深刻地认识到、在后工业时代蕴含巨大商机之一的领域是以创新创意、休闲文化为核心的文化产业和现代服务业的崛起与发展、并伴随着经过文化改良后的制造业的同步发展。欧美日韩文化娱乐产业的繁荣发展和迅速膨胀扩散、不仅是为了满足国内人民生活质量提高的需要、而且也是在全球金融危机和经济不景气的情况下、拉动本国乃至全球经济持续发展的重要引擎之一。仅以日本为例、日本索尼和日本经济已经实现转型、从硬件做到软件、从制造业为主到服务业为主、日本已经关注必须把以硬件为中心的东京工程文化与媒体推动的纽约和洛杉矶影视演艺文化融合起来[1]。更重要的是人们已经意识到文化娱乐业的扩张、渗透与享受是可以没有物理边界的、特别是随着互联网和移动通讯的发展、新媒体的不断出现、传统媒体也在向数字化、网络化方向发展、借重数字化和网络化平台、使信息咨询、信息消费、特别是视觉、听觉的娱乐和时尚元素相结合已经成为现代文化传播的重要内容。外加之文化产业的边际化趋势即文化与其它产业相结合、就会产生新的亮点、穿透行业壁垒、增加商业附加值的机会、尤其是传统产业一旦与文化艺术产业联姻、就会产生更高的产品使用价值、审美价值和经济附加值。还由于计算机及网络、通讯技术的迅速发展、即网络电视、互动电视、移动通讯如手机的异军突起、使得网络文化产品、如网络游戏、网络礼品、网络新闻或时尚信息、多媒体贺卡发送等等、以及彩信、彩铃、手机动画和游戏、手机电视短剧等各类信息化娱乐产品的层出不穷、更使社会的文化市场趋于国际化、时尚化、娱乐化、大众化、粉丝化和生活化。正如世界顶级传媒与娱乐公司的首席顾问、美国波茨-阿伦-汉密尔顿传媒娱乐公司的创建者和高级合伙人米切尔·J·沃尔夫在其《娱乐经济》的专著中、给人们所描述的一番景象：“用娱乐因素改造我们的经济。在当代美国乃至西方社会、传媒和娱乐产业以其无所不在的影响、正渗透到经济增长、文化演进以及人们社会生活中的所有层面[2]。”

由于文化创意产业（简称文化产业）属于现代服务业的重要内容之一、所以它具有丰富的社会咨讯价值和经济价值；由于文化产业具有物质创造和内容创意、内容拓展的创造性、所以它具有重要的创新价值；由于文化产业所提供的产品具有审美和娱乐的欣赏性、所以它具有修养身心、提升情趣的美学和精神价值。美国国际知识产权研究所所长莱曼曾撰文指出、亚当·斯密在其 1776 年所著的《国富论》中写道、表演艺术家的劳动“在其生产的瞬间即逝”。在斯密看来、音乐家、演员和歌唱家的劳动为一国创造的财富甚微。然而、在 21 世纪之初、几乎再无人怀疑这个创作性产业作为国家财富的一个来源的重要性。在 21 世纪的今天、以信息为基础的全球经济中、创意创作性产业成了国家财富和国际竞争优势的一个重要源泉、美国尤其如此。莱曼在文中列举了大量的事实予以证明、甚至他认为就像非营利的博物馆、图书馆、物质文化遗产和非物资文化遗产、以及文化和观光旅游等项目对地方和区域经济的贡献、也是无可争议的。因为世界银行确认这是世界上最大的“产业”之一。

### (1) 美国的文化产业发展状况和特点。

比如,莱曼在例举闻名于世的美国电影产业时认为、以好莱坞为核心的美国电影产业统治着全球舞台、用加州前州长威尔逊在1998年说的一句话“影片、电视及其商业产业对加州经济做出了达275亿美元的贡献”。电影产业在加州超过了国防产业、成为该州最大的一个产业、而加州就占美国电影业就业人数的三分之一左右。与电影生产商业相关而且也集中在洛杉矶的是录音产业、2000年美国录音产业销售额总计达143亿美元。历史上、书籍、杂志和报纸是表达美国文化的首要媒体。2003年、美国报纸有5500万份、每千人拥有报纸196份。近年来美国平常每日销出报纸5600万份、星期日达6000万份;报纸产业1999年雇用44.22万人;该年报纸广告收入463亿美元。在美国、杂志出版是印刷出版中增长最快的、1970—2000年、杂志发行量从2.447亿本增加到3.79亿本;2000年、杂志广告收入为177亿美元、同年美国书籍销售额为250亿美元。另一位美国著名经济学家赛维克在为国际知识产权联盟撰写年度报告中指出、版权产业对美国经济和就业的贡献已经超过了任何一个制造业、1999年、美国核心版权产业对美国经济的贡献估计为4572亿美元、约占GDP的5%。1977—1999年美国核心版权产业雇用的人员数量从150万到430万、增长率几乎为整个经济的三倍。1999年底、与版权产业相关的就业人数已增加到760万。经过多年的探索、在美国已经形成了一套完善的组织和管理体系、美国的传媒也已走向了集约化和巨型化、这使得它的文化产业创造出了辉煌的业绩。

另外、随着经济全球化的发展、美国的文化产业不断向世界各国渗透、成为对外扩张的重要渠道。据美国商务部的统计、1996年、美国的文化产业的出口首次超过汽车、农业、航空和军火这些传统行业、位居所有出口产品之首。美国控制了世界75%的电视节目和60%的广播节目的生产与制作、每年向国外发行的电视节目总量多达30万小时。许多发展中国家播出的电视节目中美国的节目高达60—80%、这些国家成了美国电视的转播站和美国文化的宣传站。而美国自己的电视节目中、外国节目仅占1—2%。美国电影对全球的影响更是独一无二的。虽然美国的电影产量只占世界电影总量的6—7%、但好莱坞电影却占据了世界电影市场份额的92.3%。好莱坞现有一半的收入来自海外市场。随着数字化时代的到来、文化产业正在向数字化过渡。在美国、影片公司现在出售和出租数字光盘、供消费者在家里观看;有线和卫星电视公司以数字格式提供收费服务和每看一次都收费的节目;出版商正在与软件公司合伙出售无纸的电子书籍、数字化书籍等;新的“主流”网络、卫星等数字技术正在以版权的模式通过互联网向消费者提供体育赛事、重要演出、前卫音乐等实况图像。现在在美国、生产文化内容的公司和生产软件与上网的公司已没有什么区别。默多克的新闻公司经过美国在线公司和时代华纳公司的合并、现在不仅出报纸、拥有电视台和影片公司、还是世界上通过卫星提供服务的最大的文化产品供应商。

近30年来、美国的文化产业一直保持强劲增长、文化产业产品连同其价值观、通过市场规模不断扩大迅速覆盖全球。从消费文化的视角看、美国文化产业遵循的是“文化经济学”、“大众传播学”和“娱乐文化学”的规律、它不仅仅是一个经济系统、而且是一种几乎使每种事物都服从于此的文化。好莱坞文化大大超越了电影工业的概念、已经成为美国文化和软实力的标志。

### (2) 欧洲的文化产业发展状况和特点

欧洲有着深厚的历史文化积淀和良好的人文社会环境、还有着发达的科技水平、完备的投资政策与管理体系、因而文化产业也有了长足的发展。欧洲文化产业除了传统的历史文化旅游业外、主要是表演艺术业、音乐艺术产业、文化艺术品产业、造型设计与广告产业、音像产业、传媒产业、出版业、电影业、网络服务业等等。欧洲各国的文化产业各有所长。突出的有英国、法国、德国等。

首先、拿英国而言、因为经济的长时间不景气、工业增长值萎靡、商业利润下滑、其重视文化产业、激发创新动力可追溯到1991年、专门成立文化媒体及体育部、由部长级官员统筹“创意工业行动组”、邀请各路专家加盟并制定政策、力图把英国转型至“创意经济”、使伦敦成为“创意城市”、以此激活英国的经济。2001年文化产业为英国带来785亿英镑、出口收益达87亿英镑、聘用195万人。从1997年以来、年均增长9%、大大超过传统工业2.8%的增长。因为看到了文化产业和创意经济带来的实际好处、英国政府为进一步促进本国的文化产业发展、在政策上提供了广阔的发展空间、一方面努力培育文化产业的潜在市场、鼓励民众积极参与文化创造活动;另一方面加快新兴文化门类的建设与传统历史文化的保护、提高其经济利用价值。目前、英国文化产业直接从业人员已达100多万人、间接从业人员约45万人、文化产业的从业人员占全国总就业人数的5%。另外、英国表演艺术业的产业结构呈现多样化趋势、形成了大型商业公司和小型团体共存的局面、不仅演出的商业市场活跃度提升而且内容与形式也非常丰富多彩。英国的音乐艺术产业是其文化产业的支柱产业之一、近年来、该产业每年创造的

产值都不低于 30 亿英镑。英国在国际音乐艺术产业中的地位仅次于美国。另外、英国伦敦还是欧洲最大的文化艺术品展示交易中心、每年光顾伦敦艺术品市场的游客不下 1 亿人次。因此、英国文化产业的一大特色、就是政府推进、市场开放、激活创意人才、艺术创造、艺术品交易等文化要素市场的投入和建设。

其次、法国是文化大国、文化资源和文化基础设施齐全。法国政府非常重视文化产业资源的开发、保护和利用、传统的民族文化产业相当发达、除观光旅游业外、特别是其都市文化工业如轻纺文化工业的服装服饰文化、美容与香水文化、广告印刷业、时装模特业、时装杂志等、在欧洲文化市场上独树一帜且具有重要地位。同时、法国也是图书出版和电影工业的生产、销售和出口大国、图书出版业成为了法国的一种重要文化产业。法国有各类出版社 1300 家、年营业额超过 5000 万法郎的就有 41 家、法国的电影业因艺术品位高而久负盛名、号称“世界电影之父”。法国注重传统文化资源的挖掘与开拓、注重高贵的品牌效应、以其品位的高贵和独立性、坚守文化产业的独特性、而非完全的大众性。

再次、德国政府为提高其文化产业的竞争力、从政策和资金上给予文化产业领域大力支持、尤其是在工业和产品的创意设计领域即工业设计或产品设计、还包括其它的如建筑设计、环境设计和艺术设计等方面、始终处于全球领先的地位。德国的图书出版业是它文化产业的重要支柱、德国现有出版社 2000 多家、每年的营业额可达 73 亿马克以上、一年一度的法兰克福国际图书展已经成为全球性的品牌、号称全球出版业的奥林匹克。

在欧洲文化产业中还值得一提的是奥地利、奥地利政府把当年生活在维也纳的音乐大师的故居开发为人文旅游景点、这成了它文化产业中比较突出的经济增长点。另外、奥地利还经常举办高品位的文化艺术节、维也纳“至高荣耀”国际音乐节和国际青少年音乐节等、成为全球音乐精神的典范、以此推动音乐文化旅游经济和音乐教育的增长。

### (3) 亚洲的文化产业发展状况和特点

在亚洲、日本和韩国也正是借助文化产业、尤其是电影、电视、动画、游戏及其后续衍生产品如图书、旅游、饮食、服饰、玩具等的滚动开发、成为这些国家经济的活力点和增长点。显然、文化娱乐业——而不是汽车制造、钢铁、金融服务业——正迅速成为新的全球经济增长的驱动轮[3]。

在亚洲、文化产业最发达的国家应该首推日本。日本的文化产业被称为娱乐观光业、经过 20 世纪后期的发展、现在已成为日本国民经济的支柱产业。日本文化产业的发展极为迅速、日本娱乐业的年产值早在 1993 年就超过了汽车工业的年产值。日本游戏网和游戏业号称“一兆日元产业”、属于世界的领头羊、日本的游戏软件的销售额排世界前列。日本文化产业中最突出的还数动漫产业、日本被称为“动漫王国”、并形成了动漫影视、出版、网络、玩具、Cosplay 秀等产业链。据统计、日本动漫产业 2004 年的年产值达到 12.8 万亿日元、约占当年国内生产总值的 2.5%、再加上与这个产业有关的通信、信息服务、印刷、广告等、产值高达 59 万亿日元。截止到 2004 年、世界动画片版权交易总计 3000 亿日元、日本动画片占 65%。在欧洲、日本动画片市场份额更是高达 80%。目前、动漫产业已经成为日本的第三大产业、日本成为文化产业规模仅次于美国的第二大国。

其次、韩国文化产业在亚洲相比日本、当属后起之秀。韩国政府致力于发展文化产业、早在 1998 年、韩国政府正式提出了“文化立国”方针、随后几年、又先后制定了文化产业发展战略和中长期发展计划、推出一系列重大举措这就使得韩国文化产业得到了跨越式的发展。韩国文化产业最突出的是文化创意、影视、网络游戏业、以及现在的追星旅游观光、美容和购物业。从 2000 年起、特别是韩国网络游戏业年均增长率一直保持在 36.9%左右、2002 年、韩国企业在亚太地区网络游戏市场所占份额达 54%、2007 年、网络游戏业出口额达到 7.81 亿美元、并且已连续 5 年保持贸易顺差。韩国的电影也以它的高水平和民族特色而被业界称之为“韩流”、还有韩国的电视剧、在国外也很有市场、伴随着影视业的发展形成了以服饰、美容、饮食、青春偶像生产以及应景主题旅游等等的产业链。到 2010 年韩国已成为“世界电子娱乐大国”。这些由政府推动、市场呼应、大力提倡文化创意的政策措施、极大地促进韩国文化产业的发展、也推动了韩国经济的持续发展。

总之、我们的时代、文化作为产业已经从纯粹的、高雅的、菁英的思想文化时代进入了其与大众文化和消费文化相混合的时代、这是文化形态的社会变迁进程所致、不以人的意志为转移的客观实在、文化产品的对象在后工业时代永远是多元化的。金融、资本、科技与信息-娱乐业结合在一起、迅速并彻底改变着现代人的生活环境、方式和习俗。技术、资本、文化相结合已经成为当今世界以及人们生活中不可或缺的组成部分、也是非常活跃的社会生产力、从而形成了当今最有活力的文化工业和产业。文化产业从 20 世纪 90 年代开始、每年都以 15%-20%速度递增发展、美国的文化产业收入已占美国国民经济总产值的 25%-28%、高达每年 4000-4800 亿美元。有学者研



究指出、到 2015 年全球文化产业的总产值将是 2005 年的 3-4 倍、将达到 12000-15000 多亿美元、其中美国将占到 60%左右、将达到 7000-7500 多亿美元、欧洲将占 12-15%。亚洲也将是文化产业发展较快的地区、据估计、日本将占 8-10%、韩国占 3-5%、印度占到 2-5%。中国虽然体量很大、但是文化产业总体还相对滞后、发展潜力巨大。

#### (4) 各国发展文化产业的事实与经验的启示。

综上所述、欧美日韩大力发展文化产业的事实已非常清楚的表明文化产业的兴起并非偶然、第一、产业结构的调整、增长方式的转变具有全球趋同性、文化产业应运而生势在必行；第二、在物质生产与物质生活达到一定水平之后、文化娱乐消费将会有很大的供需市场、这是经济社会发展的重要驱动力；第三、文化产业具有丰富的资源、物质文化遗产和非物资文化遗产、以及不断创新的文化都是文化产业可供利用的资源、资源的利用和开发都离不开人和社会的文化创造性和受用性；第四、文化内容与现代技术、金融资本三位一体、可以突破各种行业、企业、产品壁垒、形成新兴产业、新产品和跨行业的新组产业链、不断提升创新点、提高经济附加值。

以上事实给我们的战略思考是：第一、文化产业越来越成为全球化的国家战略、文化的传播能力要大于物质的传播；第二、文化产业的兴起支撑和拉动着各国的国民经济发展、是重要的国家战略资源；第三、文化产业在与现代技术的结合中、不仅能带动传统产业的升级换代、而且能推陈出新、产生新的经济增长点、新的产业和新的就业机会、成为经济的发动机。

以上事实给我们的经验启示是：第一、文化产业的发展需要国家在政策上予以重视和扶持、鼓励政府和社会力量的参与；第二、文化产业的发展更需要宽松的创新环境、需要扶持和培育各种要素市场、活跃创新创业的生产力；第三、文化产业的发展、需要形成保护、挖掘、开发和活化创新的机制、重视原创性和知识产权的保护；第四、文化产业的发展不仅要聚全社会之力、充分利用和发挥自身的文化优势、而且还要借助国际合作的路径、启动开发国际市场的程序、有效实现本土文化产业和文化产品的国际化、有效体现跨文化传播和文化经济的辐射能力。

## 2. 经济、文化一体化是当今世界经济发展的一大趋势

当代文化产业发展的一个重要特征就是“文化经济化”与“经济文化化”。所谓“文化经济化”就是将文化中的商品属性剥离出去、使文化要素成为活性因子促进经济增长、成为现代生产力的重要组成部分。所谓“经济文化化”则是在经济、文化一体化过程中由于两者之间的相互作用和相互交融、经济生产的重心已由物质领域拓展到文化娱乐的精神层面、从而形成了当今市场经济条件下具有新质内容的经济综合体。

首先、经济全球化使文化产业在综合国力的竞争地位日益突显。全球化趋势不仅使各国之间的经济依存度加深、同时文化市场也日趋国际化。因为当今世界综合国力的竞争不仅是经济实力、科技实力、国防实力等方面的竞争、同时也包括文化实力的竞争、往往文化软实力竞争的渗透性、复杂性更为强烈、在此不对文化意识形态和话语权的传播学框架理论进行阐述。文化产业作为国民经济的重要组成部分已成为综合国力的重要竞争因素而不可小觑。

众所周知、文化经济已成为影响世界经济格局的重要力量。这种影响将直接来自于跨国文化产业集团的文化侵蚀和文化渗透。从经济要素的流动趋势看、文化资本的全球性流动和资源配置方面的巨大作用、将成为主宰国际文化产业格局变动、世界文化市场走向、国际文化产业秩序的新生力量。比如当今世界、以美国为首的西方文化强国依靠科技策动与市场化运作的竞争优势、将市场触角延伸到全球范围的各个角落。通过这一方式、一方面获得了文化领域中包括电影电视业、文化娱乐业、图书音像业、文化旅游业、新闻出版业、文艺演出业、体育竞技业等在内的内容创意的丰厚商业和版权利润；另一方面、还取得了电脑、软件、网络、卫星传输、显示终端等高科技文化装备的巨大市场优势和专利控制。可见经济正伴随着文化的移动和传播、影响着世界。好莱坞文化娱乐产品衍生链、伦敦的现代音乐剧、“韩流”影视、日本的动漫等等、都以文化的输出为前奏、背后却携带着巨大的经济利益。近年来谁也料想不到、随着韩剧的悄悄引入和悄悄渗透、俊男倩女的青春偶像热却带来了韩国美容业和旅游热的繁荣；日本动漫游戏的文化导入也激发了我国青少年的 Cosplay 热和小清新的纸贴热等等；各种追星族、追剧热、这个“控”那个“控”随着各种文化产品的植入层出不穷、这不难看出经济背后的文化和文化背后的经济在当今时代结合的是更加紧密且交相辉映。所以、被全球化的不仅仅是经济、还有文化。

其次、文化娱乐产品的价值随着时间递增而递增、文化影响力的扩散呈几何级数增强、况且人类所具有特殊的怀旧情结、文化认同和偏好认知倾向等、是导致文化产品区别于其它产品的最大特点、它还可以被一再挖掘、重构、跨文化传播。比如、“造一个导弹、军火商得到收入、军工产业工人得到工资、少数军官得到好处、但随后则

是这个导弹安放在发射井里、就此尘灰厚布。要是拍一部电影情形就大不相同、你可以一而再、再而三地把它租出去（你不妨在让导弹爆炸后这样试一试！）[4]”。次之电影还可以经过技术处理成为盘片在录像机上租放、可以在广播电视网、有线电视网或海外电影院线放映、可以通过互联网云储存在网络上放映和点播、还可以将影片中的特殊形象、装备、用品、服饰等制作成相关的玩具、礼品、有声像册供作纪念和礼品。当然、还能将它改编成小说和连环画、甚至设计成主题餐馆、连锁店、游乐场和主题公园等。多少年后、还能在怀旧市场上再度将一些产品拍卖出去、继续实现其流通和留存的文物价值。可见“经典娱乐资产、恰如极品佳酿、藏得越久、越有价值。此外、作为等值的替代、对成功品牌和产品在各类消费品种类上的全方位的拓展和营销、使娱乐业带给经济中其它领域的一种至关重要的技术”[5]。如今、甚至连同移动通讯、互联网、各种移动终端等等原先的IT产业、通过“互联网+文化娱乐”也均具有了文化的特质、像“苹果”等手机已经很难界定其究竟是通讯工具还是娱乐工具、显然已经是合二为一的文化工业产品、同样互联网不再是单一的通讯传播的工具和技术平台、已经成为文化娱乐内容的伴生载体和运行平台、从商业经营和经济效益最大化而言缺了“技术”和“文化”哪个要素都不行。

因此、有学者认为、通过媒介或者文化产业出售的东西大致可以划分成两类：“一类是实用性资讯、包括实用消费资讯、新闻性资讯、使用知识等等。这些都跟人的现实利益和现实选择有关、具有实用的功利性。另一类是体验性的资讯。一部好的电视剧就是体验另外一种人生、一种经历。当人们的生活进入小康水平之后、人们的社会需求就有一个极大的拓展、他涉及到人的个性化发展、人的价值选择的多样化。人的成长或者生活提升的一个基本的标志不是实用资讯消费能力的上升、而是体验性资讯的消费能力的上升”[6]。“一个社会对于体验性资讯消费能力越强、说明这个社会的生活素质越高。从我们国家进入到这样一个发展阶段之后、娱乐产业的空间实际上为人们提供了一种体验性的东西、它同人们的直接利益无关、而是一种更高层面的、丰富社会人生的产业、所以它的发展前景是很好的、发展空间非常大”[7]。为此可以见得、一方面随着社会物质丰富达到一定水平、人们的收入和富裕程度也达到一定水平、社会需求将会进一步的扩大、尤其是随着生活质量的不断提高、精神与文化的诉求也会不断提增；另一方面由于全球化的大趋势和国家综合实力竞争态势日趋激烈等等因素、都会极大推动全球性的文化产业的快速发展、尤其是经济与文化、技术与艺术、制造业和娱乐业的融合发展倾向、将是今后很长一段时期全球经济社会发展的必然趋向、我们中国也不例外。

第三、文化作为异常活跃的时代性和传承性的资源、也是传统文化可再挖掘再利用再创造的再生资源、与当代社会生活的紧密性、文化及其文化产业能在满足人们精神文化需求的同时、能引领文化消费、带动经济增长；文化及其文化产业能促进以人为本的跨业融合与创新；文化及其文化产业具有取之不尽用之不竭的丰富资源和创新活力（挖掘、保护、活化可大大激发文化资源和市场的活力）；文化及其文化产业由于其生产的产品具有特殊的商业价值、要素市场、商品交易市场、知识产权保护与版权交易等都包含巨大的市场和商业利益、全球化和网络化使大众文化及其价值的传播效果能充分及时地体现、为吸纳国际金融资本和先进技术、拓展国内外市场发挥积极作用。文化产业的发展不仅提供了生活与享受的产品、而且创造了惊人的就业岗位和商业利益；不仅创造了价值和消费、而且还直接拉动了GDP、促进了文化交往和贸易。我国的情况也不例外、上海的情况更是如此。

举例而言、上海发展文化产业的优势简而言之可以体现在六个方面：第一、历史上的传统优势、上海始终是中国的新闻报刊、印刷出版、电影工业、戏剧表演、舞台艺术的重要文化商业市场；第二、上海拥有众多高校和文化机构、从事文化产业建设的人才济济、历史上也是文人荟萃人才辈出的沃土；第三、上海是中国工业文明的摇篮、也是文化繁荣、产业基础雄厚、技术水平最高的地区之一；第四、上海的海派文化以海纳百川、中西会通为传统特色、在近代历史上就是中华文化向外传播的主要窗口；第五、上海是中国产业转型、结构调整、从工业社会向后工业社会转变最快、现代服务业和文化产业全面提升、见效最好的转型城市之一；第六、上海从文化地理位置上突出了两翼拓展与辐射的思路：一翼为长三角地区（4省27个城市构成世界级城市群）腹地广阔、经济发达、文化依存度高、文化消费层次比较高、上海作为长三角经济社会发展的龙头地位、在文化传播上具有一定的影响力、号召力和辐射力；另一翼为面向海外的文化进出口贸易、尤其是上海自贸区专门开辟国际艺术品交易中心森兰国际展示交易厅（2015年11月28日正式启用）、标志着具有国际视野和水平的东方大港“自由、可售的世界级艺术博物馆”的诞生、将极大促进和推动上海作为国际大都市的文化产业及其文化商品市场的活跃与繁荣。

近年来、随着上海经济结构的不断调整、已基本形成“三、二、一”梯度产业的发展格局、而且上海市政府及有关经济部门都已明确把现代服务业和文化创意产业当作上海城市经济重点发展的内容、近年来上海市政府提出了一系列建设任务、发展目标与政策举措、旨在打造创新型城市、创意之都、文化艺术商贸中心。上海的现代服务业所涵盖的内容十分宽泛、仅以文化及其文化产业而言、从内容分布上就涉及文化传媒产业、文化咨询服务业、

图书出版业、演出演艺业、广告会展业、影视动画产业、创意设计产业和旅游业等。从形态分步上涉及文化器材装备企业、文化产品制造企业、文化传播公司、文化商品与版权交易市场、文化投融资公司、贸易服务中介公司等企事业单位都已成为都市型文化经济的重要组成部分。从文化型的大型商业活动而言,涉及上海国际电影节、上海国际电视节、上海旅游节、上海国际艺术节、上海市书展、上海国际F1车赛、上海国际网球大师赛等等。从文化及其文化产业的市场而言,以大剧院、大舞台、音乐厅为龙头的演出市场;以港汇永华、上海影城、浦东八佰伴影城等为先锋的电影市场;以上海博物馆、上海自然博物馆、上海艺术中心为典范的文化艺术及史迹展览市场;以现代城市景观、工业旅游、江南水乡旅游为文化象征的都市旅游市场;以大型书市、综合性书店和东方书报亭等连锁经营为风景线的图书报刊市场;以东方网吧、新浪网吧、各类健身房、歌舞厅等遍布街头巷尾的娱乐市场;以新天地、莫干山路、泰康路、建国中路8号桥等老街坊和老工业区经改造为时尚生活与创意设计的时尚文化艺术市场;以各大百货商场和购物广场门前的时尚展示市场、大型高级场馆的会展市场以及遍布高级写字楼的分众媒体、城市公交车上的移动电视和遍布地铁站空间的时尚礼品市场;以各种主题公园、游乐场、嘉年华等,以及豫园城隍庙灯会、松江辰山植物园花会、共青森林演出季、金山奉贤的风筝节等活动牵引的市民文化休闲市场;由公共场所开辟的街头球场、广场舞空间、持照的街头演艺人及场所经营的日常文化娱乐活动等也间接地加入到文化市场之中。在国际化的文化合作方面,也进一步体现上海在文化产业与文化市场上的高起点,比如,与美国好莱坞合作的上海迪士尼主题公园、与美国梦工厂联合打造都市娱乐地标的“上海梦中心”、与英国默林娱乐合资联手开发在上海及上海周边地区以家庭娱乐为主题的“乐高乐园”等,旨在推进国际化。在网络与移动文化娱乐上进一步实施和打造“互联网+创意+文化娱乐”产业链,上海市政府与阿里巴巴全面合作开拓“城市生活大数据”项目的资源整合包括数据采集、挖掘、分析与应用,阿里巴巴与上海广电(SMG)合作开拓影视与娱乐频道的资源分享与运行合作,以及上海市全面启动“以人为本”、“文化引领”的“智慧城市”建设。

在大众文化、大众传播和大众消费的背景下,文化形态也发生了深刻变化、进一步释放了文化生产力。第一、由主流社会所主导的精英文化受到市场经济驱动下的大众文化的挑战,多元文化消费市场以其面对人性化的主体消解了精英文化的一元性、呈现更多更丰富的文化层面和需求,文化产品的多样性得到了充分体现。第二、“艺术与日常生活之间的界限被消解,高雅文化与大众文化之间层次分明的差异消弥了[8]、”文化艺术产品的“阳春白雪”与“下里巴人”在文化商业市场上均各自显示了自身的市场价值,其平等地位进一步凸显。第三、各种文化产品的创作者的创作欲望与激情、由于大众文化市场的平等性和小众社交群的偶像粉丝化、口味的聚类化而得到进一步的稳定发展。第四、全球化和网络化在文化传播领域导致竞争性的“非中心化”或“去中心化”、从而产生从未有过的“遍及社会领域的惊人的文化扩张,我们生活中的一切……可以说都已变成了文化[9]、”一方面在全球化、网络化和市场化的过程中,为了生存与发展传统文化与形式如何传承、创新和传播以符合市场的需要成为破解难题和不断创新的热土、重而不复;另一方面快餐式的时尚文化与形式如何维持生命力、孵化特色、能否最终成长为常青之树而不是昙花一现、面对新生力量的挑战和压力不断通过创新去推陈出、引领风骚。第五、“新型文化媒介人”即新媒体人的群体出现,突破了文化、行业、界别的层层壁垒、其自媒体、去权威的个性、“将信息在以前相互封闭的文化领域之间迅速循环传递开来”[10]、产生与传统媒体和文化娱乐表现形式迥异、展现载体和方式多样、创作周期更短、符号化创作的表现力更加新奇、独特与刺激、更能满足新生代的鉴赏口味、彻底消解了权威的文化艺术分类、从而在通过技术手段和应用软件APP的不断创新、快速掌握和强化运用、使抽象的“符号”表现形式更加标新立异、层出不穷。

总之,当今时代的文化产业可以不断通过内容创新、形式创新、技术手段创新、消费模式创新、并通过技术和艺术的结合达到可持续发展,并且可以促进大量吸纳就业者、丰富人们的精神文化生活、促进城市经济结构的调整和经济增长。有专家指出,21世纪是生物医药产业的物质生产和物质生活达到一定程度之后,人们越来越关注环境、健康、精神和文化的氛围和质量水平。于是为了不断满足精神文化多元需求,文化产业的重要性日益凸现。可以见得电影、电视、录像、流行音乐、观赏性体育、主题公园、电台、数字出版(包括传统媒体网络化的杂志、报纸、书籍)、网络 and 手机娱乐等等——娱乐业已成为世界上众多地区经济门类中增长最快的产业。

### 3. 上海加快发展都市型文化产业的探索与实践

在相当一段时期,上海作为中国最大的工业化城市尤其以轻纺化工业为重点、在进入21世纪之后上海产业结构因传统产业的老化、技术严重滞后、加之工业污染严重等因素、工业竞争力明显下滑、需要通过产业结构调整、向高科技产业和高经济附加值产业集聚、以提振上海的综合实力、确立上海在长三角区域的领头作用和提高上海

的国际形象和市民的生活质量。上海提出了都市文化产业发展战略并布局文化产业发展路径、尤其是在中国加入 WTO 之后、世界范围内高科技、互联网和知识产权保护的迅猛发展、上海要扩大对外开放、并将在更大范围和更深程度上参与经济全球化、参与综合国力的国际竞争、带动国内各地区与地区、城市与城市之间的互动与竞争、上海必须面对长三角乃至全国经济和文化双中心的可持续发展以及成为国际化大都市的现实问题、特别是改革开放三十多年来随着上海开放度越来越大、国际化程度越来越高、上海不仅是长三角经济区高速发展的龙头、也是中国经济增长最快的地区。尤其在长三角经济一体化进程发展中、必然要求上海继续成为经济发展的火车头、而且也必须增强文化的辐射力、影响力、进一步带动文化产业的发展、成为激发文化市场的发动机。

当全球遭遇经济与金融危机、我国也同样受到一定的影响、在经过二、三十年改革开放经济高速发展的时期、从 GDP 增长的两位数滑入至现在的 7% 左右、经济增长速度放缓。显然对发展的模式、增长的方式、产业结构的合理性提出质疑和反思。国家明确提出了要从“制造大国”走向“制造和创新强国”、建设创新型国家的使命进一步明确；为了活跃生产力、拉动经济、提高就业率、提升国际综合竞争力、从源头上今年又进一步提出“双创”即大众创新创业的号召、鼓励并倡导在“互联网+”的思维上、开展互联网和物联网的产业架构、技术创新和文化创意、进一步激发先进生产力和创造力拉动经济发展。从学理性思考、显然在因为在知识经济和信息经济时代、知识爆炸、信息爆炸、技术快速呈现与应用、必然会使知识、信息、技术消费成为拉动经济的重要杠杆、因此“文化的软实力”将越来越成为核心的竞争力。从现实性思考、经济的一体化、经济结构的调整与错位发展、使得上海与江、浙两地的文化交流及其产业特色的交错、联动已成为必然。一方面、上海与江浙以及长三角地区之间有相似的经济基础和发展基础和产业链的互补性、共同繁荣发展导致长江三角洲是全国经济文化社会发展速度最快的地区之一。另一方面、从地理位置看、上海始终把长江三角洲作为其经济与文化产业辐射的重要腹地、加快形成长三角文化产业的共同市场、发挥上海商业文化中心城市的作用、提升上海乃至长三角经济的可持续发展、有利于加快实现以上海为中心和前沿的文化产业规模效应和国际竞争能力。再一方面、上海也是中国乃至全球国际化大都市网络的一个重要结点和动力源、因为在这个网络中、各个大都市区域之间必然会形成频繁的交往、联系和竞争、由于其特殊的地位和经济社会发展的高度和敏感性、必然会吸引各种国际化的资源包括信息、资本、人才、货物、文化的倾向性流动等等。所以、一个城市的文化品位和文化形象、文化生产能力也必然成为这个城市竞争力的重要内容。从传播学的角度分析、城市文化的底蕴、城市文化的魅力、城市文化的创造力也决定了这个城市的辐射能力、吸引能力和享有的地位。国际化的大都市一定是具有文化魅力的都市、也一定是包括传媒产业和传媒产品在内的内容创意产业发达的都市。因为、文化底蕴和魅力是一个城市给人的第一印象。如今的上海已被国际社会看成是中国最有活力的城市、向世界展示上海、莫过于文化的传播、交流和融合。加之、物资经济发展到一定阶段、人们更关注的是物质背后所容纳的文化、就像吃饭、原先吃饭是为了吃饱、后来演变为吃好、现在或者将来人们越来越关注的是吃“文化”和吃“环境”；还比如、开车、原先人们开车是为了方便和对车这一物质形态的占有欲、更多的是用它作为代步的工具、现在或者将来更有一批购车族或车迷、购车是为了玩车和享受车文化的快乐（汽车电子视听文化、汽车室内环境文化、旅行房车的文化享受等）、文化成了“物”的品位、提升了“物”的价值、因而“文化软实力”成了硬的现实“生产力”。

为此近年来、上海积极发展文化事业和文化产业、积极保护百年来独特的近现代海派文化遗产（包括老房子、旧景观、老人文资料等）、同时大力发展和扶持文化创意产业、形成一个个创意设计产业园区和文化传媒产业的产业集群、以内容创造带动制造和消费、以及大力发展和调整开发都市、城镇商圈是发展上海都市文化产业的必由之路。在新的历史条件下不断提升上海城市的文化功能、这是上海经济可持续增长、发展的重要标志。中国加入 WTO、上海国际自贸区的特区建设等重大战略举措必然会更加开放上海乃至中国在文化产业领域的门户和市场、必将会对中国文化市场带来空前挑战和机遇。比如、近年来举全市之力开展国际性文化活动就有：年度性上海国际旅游节、上海国际艺术节、上海国际电影节、上海国际马拉松比赛等；发动民间力量组织国际赛事的有：上海劳力士大师杯网球赛、上海 F1 循环赛等；实现要素市场突破的重要标志：2015 年 11 月上海自贸区“文化贸易”蓄势发力、英美等 10 余个国家和地区的数百家展商的万余件展品集中展示、从此拉开文化授权产业的新篇章、文化授权分为艺术类和衍生品、游戏动漫和影视版权（IP）形象类、个人创意设计和民族非物质文化遗产类三大板块。

国内外经验告诉我们、文化资源的创新发展带来经济的增长：（1）具有城市特质的文化历史遗产的传承、挖掘与活化；（2）传统文化传播载体及其内容的完善与创新；（3）新技术、新媒体、大数据背景下的文化要素（人财物和市场）的创新与再造。城市功能的转型与发展模式创新带来经济的增长：以上海为例（1）小渔村—通商港口；（2）港口—中国近代工商业都市的缩影；（3）都市工商业—海派都市文化的繁荣；（4）创新—国际大都市文化、

长三角城市群文化一体化与创新型城市的定位。每一次城市功能和产业结构转型、必然带来上海经济社会的能级提升。网络化时代工作与生活方式的变化带来经济与文化的同步发展：(1) 休闲时间增多、文化享受、观光旅游、自娱自乐成为富裕起来的人们增长的文化需求；(2) 城市节奏加快、需要丰富多彩的文化生活予以调节；(3) 在泛媒体环境下的学习、工作、生活已经离不开以网络、移动终端等新媒体为主体的咨询、娱乐和文化消费模式的改变。尤其是上海正在朝着向后工业时代的趋势发展、信息消费、知识消费、文化消费、休闲消费的权重日益增大、创意产业的重要性也在日益显现。同时、上海具有广大的、理性的消费市场、上海具有良好的商业基础和文化消费层次、在上海人均 GDP 达到 5000 美元在向 7500 美元突破的时候、经济的转型和消费结构的转型势在必行、世界上任何工业化国家和地区、在工业化时代向后工业化时代转型过程中、其经济形态的最大区别即重要标志、就是比任何时期都更加重视创新创意、生产文化、享受文化。

#### 4. 从《2014 年上海文化产业发展报告》引起的再思考

随着经济发展增长模式的转型、产业结构持续向绿色环保、高科技、高附加值的产业转型、上海率先提出争创科技创新型城市和文化创意设计之都的建设目标。2013 年是上海“创新驱动发展、经济转型升级”的重要一年、上海以中国(上海)自由贸易试验区(以下简称“自贸区”)建设为契机、推进改革创新试点、实施重大项目带动、文化产业创新融合、文化“走出去”等战略、推动文化产业快速发展。2014 年上海积极落实《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》(国发[2014]10 号)、《国务院关于加快发展对外文化贸易的意见》(国发[2014]13 号)等中央文件精神、落实自贸区文化市场开放政策、推动产业跨界融合、促进传统产业转型发展、推进重点地区和重大项目建设、优化文化市场环境、加快文化“走出去”步伐、文化产业继续实现稳步增长。

根据《2014 年上海文化产业发展报告》[11] 上海文化产业发展有以下特点：

##### (1) 总体规模持续扩大

2013 年上海文化产业实现增加值 1387.99 亿元、同比增长 8.1%、增幅高出同期地区生产总值 0.4 个百分点；占地区生产总值的比重达 6.43%。文化产业已经成为上海的支柱性产业之一、成为“创新驱动发展、经济转型升级”的重要力量。

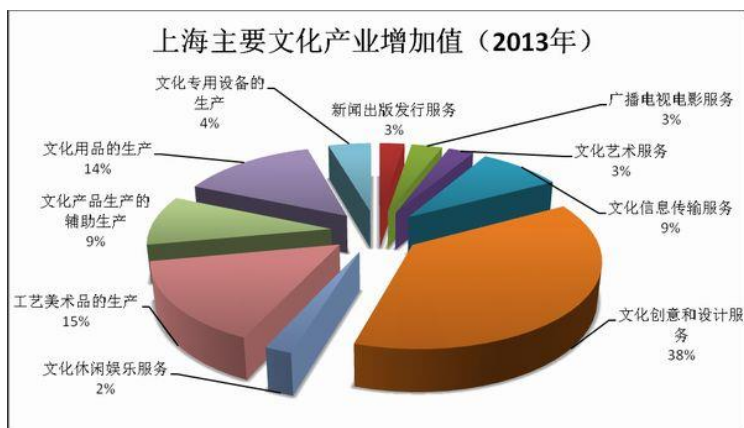
图表：2004-2013 上海文化产业增加值的增长情况



##### (2) 产业结构不断优化

1. 新兴文化产业占比大、增长快。以文化软件服务、广告服务、设计服务为主的文化创意和设计服务实现增加值 521.48 亿元、占文化产业增加值的 37.6%、同比增长 11.6%。文化信息传输服务实现增加值 120.63 亿元、占文化产业增加值的 8.7%、同比增长 15.9%。
2. 传统文化产业占比相对较小、正处于转型调整期。新闻出版服务实现增加值 36.41 亿元、占文化产业增加值的 2.6%。广播电视电影服务实现增加值 44.81 亿元、占文化产业增加值的 3.2%。文化艺术服务实现增加值 36.92 亿

元、占文化产业增加值的 2.7%。文化休闲娱乐服务实现增加值 28.2 亿元、占文化产业增加值的 2.0%。工艺美术品生产实现增加值 211.48 亿元、占文化产业增加值的 15.2%。随着互联网等新技术的发展、传统文化产业面临巨大挑战。



3. 文化相关产品生产继续保持增长。文化相关产品生产实现增加值 388.06 亿元、占文化产业增加值的 27.7%、同比增长 6.9%。其中、文化产品生产的辅助生产增加值为 130.25 亿元、同比增长 6.8%、文化产品的生产增加值为 195.87 亿元、同比增长 6.7%、文化专用设备的生产增加值为 61.94 亿元、同比增长 7.5%。

图表：上海文化产业分行业增加值情况 (2012-2013)

	2012 增加值调整 (亿元)	2013 年增加值 (亿元)	
总计	1283.86	1387.99	
一、按类别分			
第一部分. 文化产品的生产	919.06	999.93	
一、新闻出版发行服务	34.52	36.41	
二、广播电视电影服务	56.13	44.81	
三、文化艺术服务	33.88	36.92	
四、文化信息传输服务	103.59	120.63	
五、文化创意和设计服务	465.20	521.48	
六、文化休闲娱乐服务	26.97	28.2	
七、工艺美术品的生产	198.76	211.48	
第二部分. 文化相关产品的生产	364.80	388.06	
八、文化产品生产的辅助生产	122.53	130.25	
九、文化用品的生产	184.37	195.87	
十、文化专用设备的生产	57.91	61.94	

### (3) 文化贸易保持顺差

2013年、国际经济形势依然错综复杂、充满变数、世界经济低速增长的态势仍在延续。受全球工业生产和货物贸易疲弱的影响、2013年、按照上海市文化产品和服务进出口分类的统计、上海文化产品和服务贸易进出口总额为159.6亿美元、同比降低5.5%、其中、进口64.2亿美元、出口95.4亿美元、实现贸易顺差31.2亿美元。在整个文化进出口结构中、书报刊、广播电视、电影、广告会展等文化核心产品和服务占全市进出口总量比重上升、约占文化进出口总额的29.4%、较2012年提高4.8个百分点、年均增速约为13.6%。美国、日本、中国香港、新加坡、韩国等国家(地区)仍是上海主要贸易伙伴。

作为自贸区建设试点任务之一、是推动自贸区文化建设的重要内容。自贸区成立以来、截至2014年底、基地吸引新增入驻企业144家、新增注册资本51.48亿人民币、累计入驻文化企业已达300余家、文化贸易规模超过百亿。基地入驻企业涵盖演艺、娱乐、影视、动漫游戏、图书出版、印刷、拍卖、贸易、艺术品经营等文化产业各领域、吸引亚洲融创、微软、太田游艺、索尼、佳士得拍卖、倪德伦演艺等一批国际文化龙头企业在自贸区注册设立子公司或合资公司。基地推进艺术品保税仓库暨国际艺术品交易中心建设、以保税方式储存了2000余件艺术品、国际艺术品交易中心二期项目正加紧建设。2014年9月28日、国家版权局“国家版权贸易基地(上海)”在基地挂牌、作为长三角区域第一家国家级版权贸易基地、将在版权贸易投融资、质押、评估、登记等方面进行积极探索。成功举办首届中国(上海)自由贸易试验区文化授权交易会、为中外产品制造商、授权商、授权经营商、授权代理机构提供展示、交流的商洽平台。

### (4) 文化产业跨界融合深度推进、合作模式不断创新

2014年、上海贯彻落实《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》的文件精神、结合建设国际文化大都市的要求、积极推动文化与金融、科技、装备制造、教育、旅游等多领域融合发展。

1. 创新文化和金融合作模式。2014年11月、在上海市文化金融合作座谈会上、正式发布《上海市关于深入推进文化与金融合作的实施意见》、从完善文化金融合作机制、拓展文化金融合作渠道和优化文化金融合作环境三方面着手、提出16项具体举措。设立文化创投风险引导基金、连续3年、每年安排1亿元、鼓励更多专业化风险投资基金和天使投资基金投资文化小微企业。鼓励银行等金融机构与骨干文化企业深化合作、建设银行上海分行、交通银行上海分行、工商银行上海分行分别与上海文广集团、上海报业集团、世纪出版集团、上影集团等建立战略合作关系。借鉴国际先进的影视、财务管理经验、吸引海外资本和国内资本共同投建天元盛泽罗盘股权投资基金管理公司。

2. 加大文化和科技融合力度。针对影视拍摄、后期制作、舞台展演等重点领域关键环节、继续实施2014年全市文化科技领域融合示范工程。举办“2014上海文化和科技融合发展论坛——暨第八届上海国际数字媒体技术与产业发展论坛”、充分展示本市最新文化科技发展成果。张江国家级文化和科技融合示范基地(以下简称“张江示范基地”)制定出台《上海张江国家自主创新示范区促进文化与科技融合产业发展资助办法(试行)》、进一步明晰扶持方向。经过第三轮扩区、张江示范基地已形成一区二十二园发展态势、网络动漫、网络视听、数字出版等文化科技领域集聚特征明显。文化科技企业发展迅速、2014年6月、游族网络正式登陆资本市场、成为国内A股主板第一游戏股;零动数码、安畅网络、明波通信等文化科技企业实现新三板上市;上海证大喜马拉雅网络科技、三鑫科技、互加文化传播(沪江网)、幻维数码、复旦上科、张江超艺、聚力传媒等文化科技企业继续在细分市场表现出强大竞争力。

3. 探索推动文化与装备制造业融合。2014年10月、举行首届国际高科技文化装备产业发展论坛暨高科技文化装备产业联盟启动仪式。在浦东筹建国内首个国际高科技文化装备产业基地、打造集文化装备技术研发和集成创新、标准认定和应用示范、投资交易和展示推广于一体的文化装备产业高地、项目一期上海国际高科技文化装备应用示范中心正加紧筹建。百视通、三鑫科技、复旦上科、恒润科技等文化装备制造企业在机械、光电子、电气、影像、异形硬件装备等方面实现技术创新、形成可广泛用于影视摄制放映、广告会展、智能家居等领域的文化装备解决方案。

4. 形成文化和相关领域融合多点突破。文化与教育融合方面、2014年9月、上海大学与温哥华电影学院合作开办上海温哥华电影学院、以影视后期制作为核心、大力推动人才培养、学术研究、艺术创作。上海交通大学联手美国USC共建“文化创意学院”、推动在文化金融即投资和融资、文化产业资本管理与运作、文化创意和文化经纪人的高端人才培养。同济大学和美术学院、中国美术馆、浙江省广电集团共建“视觉中国协同创新中心”。

在文化与旅游融合方面、充分发挥上海丰富文化资源优势、大力推进艺术旅游、节庆旅游、博物馆旅游、会展旅游、园区旅游、工业旅游等、着力将上海国际电影节、中国上海国际艺术节、上海之春国际音乐节、国际动漫游戏博览会等文化活动办成文化旅游品牌活动。2014年、第17届上海国际电影节观众人次近30万、第十八届上海艺术博览会吸引观众约为5万人次、第十届中国国际动漫游戏博览会主展馆现场人次逾22.3万、各类文化节庆活动覆盖面和品牌影响力不断提升。

在文化与商业融合方面、2014年3月、民间机构积极探索文化商业盈利新模式、在K11购物中心主办莫奈特展、成为国内首次选址商场而非美术馆、博物馆的重量级艺术展、取得社会效益和经济效益双丰收、观展人数达40万、带动商场营业额增长20%。

### **(5) 以改革为动力、促进传统文化产业转型发展**

2014年、上海按照国家领导人关于“着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体、建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团”的重要讲话精神、积极推动传统文化产业转型发展、促进国有文化传媒集团改革创新、融合发展。

1. 大力推动电影产业发展。2014年10月、制定出台《关于促进上海电影发展的若干政策》、整合现有扶持政策、每年安排逾2亿元资金、支持上海电影全产业链发展。积极制定符合上海电影产业需求特点的投融资机制和服务模式、推进“影片完片担保模式”本土化探索。推动电影产业重点项目发展、提供高端影视声效服务的立鼎电影后期制作基地建成、专业培养影视后期制作人才的上海温哥华电影学院正式开学、影视领域产学研用多项功能综合集聚的闸北环上大国际影视产业园区开工建设、拥有4800座总座位数的上海最大影城——上海宏大影城正在抓紧施工、光线传媒“中国电影世界”主题乐园项目研究筹建。2014年、上影集团第四次获评“全国文化企业30强”、蝉联“2013-2014年度国家文化出口重点企业”、与复星集团结成战略合作伙伴关系、旗下上海电影股份有限公司上市工作正稳步推进。上海新文化传媒集团、河马动画、开圣影视等具有核心影视后期制作技术的民营企业稳步发展。

2. 积极打造新型媒体集团。2014年、上海进一步深化文化国资的改革重组、推动上海文广集团深化市场化改革与加快互联网化转型。原上海文化广播影视集团与上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司全面整合、正式组建上海文化广播影视集团有限公司、与上海广播电视台一体化运作。其旗下百视通、东方明珠实施重大资产重组、注入东方购物、尚世影业、五岸传播和文广互动等优质资产、同时定向增发募集资金、引进优质战略投资者、从而构建完整产业链布局、打造统一、高效的产业和资本平台、加大对互联网渠道和平台的投资、加快推动互联网化转型、成为国内首家市值超千亿级的新型文化传媒上市企业、跻身全球传媒娱乐行业上市公司前15强。

3. 推动建设新型主流媒体。上海积极整合传统媒体资源、推动上海报业集团与新媒体深度融合。2014年、数字收费阅读产品“上海观察”、专注时政与思想的媒体平台“澎湃新闻”、商业和财经资讯平台“界面新闻”先后上线、获得了较高的关注度和影响力。其中、由上海报业集团控股“界面新闻”实现海通证券、国泰君安、弘毅投资、小米科技、奇虎360等多元资本联合投资、总投资额5亿美金。上海报业集团继续深化与互联网巨头合作、与腾讯合资打造大申网、深耕本地市场、提供本地化生活服务；与百度合作运营“百度新闻上海频道”、开创本地运营网站的新模式。

### **(6) 以重点地区和重大项目为引领、完善产业空间布局**

上海主动对接国家文化产业战略布局、依托国家级文化产业基地和一批市级重大项目、结合城市空间发展规划和文化产业重点区域、不断完善城市文化产业空间格局。

1. 有序推进国家级文化产业基地项目建设。立足国家文化战略、上海大力推进“部市合作”、以国家级文化产业基地项目建设为抓手、有序推进国家级产业基地发展。国家数字出版基地发展势头良好、张江国家数字出版基地2014年产值预计达到300亿元、同比增长20%、企业总数480家、新增数字出版企业72家。基地内年产值1亿元以上企业达到21家、涵盖数字出版内容创作、数字出版技术研发、数字出版投放送、数字出版终端开发等上下游产业领域。国家数字出版基地(虹口园区)截至2014年9月、入驻纳税企业达到298家。国家绿色创意印刷示范园区绿色创意印刷产业集群保持平稳增长、24家规模以上企业2014年1-5月份实现产值12.45亿元、同比增长6.2%。中国(上海)网络视听产业基地完成主体建筑建设、推动网络视听企业迁入、已引进120多家企业、注册资本总计内资约7亿元人民币、外资约1.6亿美元、其中70%以上为从事网络视频、影视动漫、网络游戏、技术研发、信



息服务等新兴文化企业、包括土豆网、爱上电视传媒（央视国际与百视通的合资公司）、TCL-IMAX 合资公司等重点企业。2014 年 1-8 月、基地内注册企业合计实现税收约 1.53 亿元、同比增长约 73%。中国微电影网络剧双创中心入驻网络视听产业基地、带动优酷土豆集团移入其核心业务、打造包括自制、PGC、UGC 在内的互联网时代文化娱乐系统。国家音乐产业基地集聚索尼音乐、新汇集团、新索音乐、国家文化贸易语言服务基地、上海新汇原创文化科技有限公司、2Muse 网络信息科技（上海）有限公司、上海音像制作行业协会等一批知名机构、创作生产了一大批原创音乐作品和产品、截至 2014 年底、入驻企业 24 家、入住率已达 100%。

2. 加快推进市级重大项目建设。继续推进上海国际旅游度假区、徐汇滨江、虹桥商务区、世博区域等重点区域的文化项目建设、不断优化国际文化大都市产业功能布局。上海国际旅游度假区迪士尼乐园项目建设稳步推进、与其配套的“迪士尼小镇”完成建筑施工。徐汇滨江“西岸传媒港”的旗舰型项目“梦中心”、2014 年 3 月正式启动并首次发布总体规划、将打造成为一个融合剧场区、全球最大的 IMAX 电影院、艺术展览和时尚餐饮娱乐的崭新的文化地标和人才集聚区、“东方梦工厂”也已落户徐汇滨江。世博前滩地区新建上海最大的国际影城——上海宏大电影城、由北京时代经典院线公司和荷兰影院影展公司 Cine Grand BV 共同建设、提供包括电子游戏竞技、足球赛事直播、小型演唱会等在内的全方位娱乐活动。虹桥商务区国家会展中心（上海）项目作为目前世界上规模最大的会展综合体项目、2014 年 10 月已投入试运营、吸引一大批规模大、影响广、辐射强的国内外优质会展项目。北外滩地区的“渔人码头”一期项目、总投资达 20 亿元、将原来的旧纺织工厂区改造为上海国际时尚中心、是上海乃至全国设施最完备、配套最齐全的专业秀场、也是上海国际服装文化节、上海时装周主场。陆家嘴金融区重点文化项目按规划稳步实施、投资总资金计划为人民币 4 亿元将原黄浦江上的旧码头仓库改造成翡翠滨江艺术中心、公共雕塑公园、万国博览大道等。

### **(7) 深化落实文化产业发展政策、逐步优化市场发展环境**

为提高上海文化产业规模化、集约化和专业化水平、优化文化产业发展环境、上海制定并执行系列产业政策、旨在加快推进文化创意产业融合、提升园区发展质量能级；推进产业公共服务平台建设、鼓励和支持产业创新项目。

1. 落实产业园区融合发展任务部署。为规范上海文化产业发展环境、实现资源优化配置、2014 年 9 月研究制定《上海市文化创意产业园区管理办法（试行）》、对原 50 家市级文化产业园区和 87 家创意产业集聚区进行整合、在原有园区评定基础上提出最新标准、规范园区建设和管理、全年分两批次、评定授牌 106 家“上海市文化创意产业园”。目前、上海市文化创意产业园区出现了产业门类集聚、功能定位明晰、部市合作共建的产业基地式园区、也出现了注重与科技、创意、贸易、金融、旅游等跨界融合的园区、全市各类文化创意产业园区朝着规模化和主题化方向发展、呈现出专业化、特色化、品牌化特征。

2. 继续执行文化产业扶持政策。2014 年修订完成《上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金实施办法》、从原来扶持公共服务平台创新转变为扶持公共服务平台和产业创新项目并举。264 个项目获得上海市文化创意产业扶持资金 2.9 亿元、市区两级扶持资金总量为 4.1 亿元、撬动社会资金投入 21 亿元。其中、针对民营企业的扶持力度更加突出、民营企业的项目占全部项目总数的 68%、扶持金额占总扶持资金的 62%。2014 年上海文化“走出去”专项扶持资金扶持 32 个文化交流与贸易项目、共计 482 万元。此外、更加注重对互联网企业的扶持、以专项资金撬动、确定 13 个新媒体项目获得资助、资助金额为 4700 万元。通过落实产业扶持政策、文化产业公共服务平台建设加快、一批功能性定位明确的服务平台应运而生。其中、上海文化贸易语言服务基地作为国内首个全方位专业语言服务平台、为国内外企业、机构和个人 提供高端语言服务和专业服务培训、推进中国语言服务市场接轨国际标准。音乐制作公共服务平台为满足全球音乐产业间的相互交流、以优质的服务吸引来自全球的“音乐海漂”、2014 年全力打造一座国内最先进、世界领先的录音棚、配套建设数个小型录音棚以应对不同的录音制作需要、并将与英国合作开展国际化的专业服务。文化产业创新项目不断涌现、喜马拉雅 FM 联手 BroadLink 推出电鳗便携式 Wi-Fi 音响、首次接入了喜马拉雅 FM 的海量音频库；PPTV 聚力构建了一套大规模的视频云上传存储及分发系统；青橙推动中国首家 O2O 体验店落户上海、打通了线上线下互动销售体系；云蚁科技的“小蚁智能摄像机”实现智能家居可视化；沪江网加快建设“沪江移动学习生态圈”。

### **(8) 加快文化“走出去”步伐、提升国际影响力**

2014 年、上海共有 35 家文化企业和 12 个项目被商务部、中宣部等国家六部委认定为 2013-2014 年度国家文化出口重点企业和重点项目。为进一步优化对外文化贸易发展环境、上海制定出台《上海市人民政府关于加快发展本

市对外文化贸易的实施意见》(沪府发[2014]71号)和上海文化出口重点企业认定标准、通过创新国际合作模式、拓展国际贸易渠道、搭建文化贸易平台、积极鼓励本市文化企业参与国际竞争和合作。

1. 不断创新国际合作模式。26集上海原创动画片《泡泡美人鱼》由欧洲最大的电视代理公司德国国家电视台国际公司(ZDF)全球销售总代理、仅欧洲、北美等地区的预售金额就超过了1000万欧元、并被美剧《纸牌屋》的制作和播出平台Netflix公司收购了两年的播放授权。《泡泡美人鱼》实现了中国原创动画作品由国际团队创作、制作到国际销售的产业创新模式。《中国好歌曲》成为中国首档输出海外的原创才艺模式节目、英国国际传媒集团从中国灿星制作引进《中国好歌曲》、负责其国际发行权和英国播出权。2014年7月、格莱美合作项目落户上海、中国音乐家协会与美国国家录音与科学学会达成格莱美相关项目在上海实施的合作协议、取得格莱美音乐及录音行业标准体系授权、格莱美教育项目授权、格莱美大型活动授权、拥有每年向提名中国候选人和作品参评格莱美奖的官方渠道。11月、华特迪士尼(上海)有限公司与上海文化广播影视集团在拓展双方战略合作关系上达成一致、未来合作领域覆盖电视创意开发、电影联合制作、内容发行和营销合作。

2. 积极开拓多样化国际贸易渠道。上海积极为外向型文化企业开拓面向海外市场的主流贸易渠道、组织国内文化企业参加海外各种高端文化专业交易展会、推动一批中国文化企业、产品和服务的“走出去”。2014年、组织文化企业参加了法兰克福书展、洛杉矶艺术展、芝加哥艺术展、第十二届香港国际授权展、美国演艺出品人年会、中韩文化产业交流会、第十八届香港国际影视展、西班牙巴塞罗那国际漫画节等展会活动、作为主宾城市组织参加了巴黎书展。加强部市合作共同推动文化“走出去”、与柏林中国文化中心开展年度合作、以“海派文化”为重点、共同策划在柏林举办“2014德国·中国上海文化节”。推动和支持本市文艺院团与国际知名演出经纪公司合作、在春节期间赴美进行商业巡演、上海交响乐团105人赴德国、荷兰巡演7场、上海杂技团《十二生肖》赴法国、比利时巡演80场。2014年、在洛杉矶和温哥华举办中国上海电视周活动、集中展播外语频道制作的《中国面临的挑战1》、《城市节拍》等优秀节目、为本土节目走出去搭建平台。推动星尚频道《乐活好正点》节目在日本、新加坡主流媒体播放、经典音乐频率与芝加哥WFMT广播网络合作、大型人文历史纪录片《外滩》成功销往海外、以34种语言在166个国家播出。

3. 大力发展文化贸易平台。上海积极支持面向海外市场的专业化文化贸易平台建设、一批功能明确、市场化运作的文化贸易平台应运而生、有效提升全市文化贸易的质量和规模。数字媒体版权交易平台“秒鸽传媒交易网”依托遍及港澳台、东南亚、北美、欧洲、非洲等30多个国家和地区版权交易网络、致力于为版权方和版权使用机构搭建国际交易桥梁、2014年3月、成功吸引Stockfootage、Getty Images、Shutterstock等38家美国专业视音频和图片公司联合入驻、为平台版权仓库增加了1600多万条版权产品。中华游戏海外输出平台采用成立海外子公司或授权海外运营模式、建立了网页游戏和移动游戏的海外推广平台、为企业自身和中小企业的游戏产品提供了专业化海外推广运营服务。上海动漫游戏服务外包与出口服务平台已与17家海外运营商建立了不低于5年的合作运营、并为28款出口到欧洲、美洲、亚洲等12个国家和地区的游戏提供专业化服务。

### 面对上海文化产业建设与发展成绩中的再思考：

虽然上海近年来在文化事业和文化产业的建设投入与产出上成绩不少、但是问题依旧存在。从大处说、作为曾经的世界大都会的上海文化、如今似乎今不如昔、回顾历史民国时期的上海是新文化运动的中心、是无可争议的文学中心、电影中心、报业中心、出版中心、舞台戏剧的中心；20世纪五、六十年代还是中国文化事业的半壁江山。进入20世纪后半叶至21世纪初叶上海半壁江山的地位已经不再、仅为中国文化市场的1/4、与原来文化“双城”北京的差距越来越大。首先、北京有几十万、上百万的“北漂”、而上海几乎很少有“沪漂”的说法、说明缺少这样的“冒险”氛围；其次、民间的草根的文化创造力往往是巨大的、而上海似乎比较重视“高大上”的成熟成功的文化人士、从人才链和人才基因库的角度而言、这样的城市文化产业专门人才的结构是不完备的、缺少层次梯度的、也是缺少基础活力和持续发展空间的；第三、上海的政府力量比较强势、文化市场的发育受政府的影响较大、资源的政府垄断性较强、文化资源获得性及其文化人的自由竞争的空间和机会受到体制内的限制、僵化了风格和文化创造力、坊间有种过份的说法“上海的文化人不是在体制内闷死就是在体制外饿死”、至少说明上海的文化环境和氛围还有待进一步改善；第四、上海在文化产业建设方面借助其基础优势在规模上有了进步、但是缺少文化产业的上海特色和专门品牌、关键问题在于上海缺少非凡脱俗的创新能力。

为此、有专家指出、从历史上看上海文化中心半壁江山地位的确立、主要在于五种创造能力的综合效应：第一是文化生产力能力、基于上海基础文化工业的发达、拥有当时欧美国先进国家同步的庞大文化工业、形成了领先

整个亚洲的文化生产能力；第二是文化组织能力、对于一个文化中心而言要有充分激发从事文化创造的个体创造力和想象力的保障机制、展示平台和环境生态、能够通过市场机制整合本地、全国乃至全球文化资源、文化智慧的能力；第三是文化表达能力、文化归根到底是一种表达、无论是文学、艺术、科学、人文、建筑、产品甚至一切人造物都可以视为一种表达、只不过表达的内容和形式因人因事因物而异、表达总有深浅文野之别、但那些成功表达和经典表达总是能直指人心的独创表达、精致的表达、富有震撼力的表达、前沿的表达、以及即契合本土需要又具有世界视野的表达；第四是文化融汇能力、自上海开埠以来、中西交冲、文化融汇能力不但关乎中国文化的存废、甚至关于整个国家的命运、唯一的出路就是融汇中西、只有融化新知、才可能昌明国粹、于是上海的海派文化的特色脱颖而出、并确立了上海作为亚洲文化都会的地位；第五是文化吸附与输出能力、文化吸附能力是指能否将国内外的优质文化资源争取过来、并生根开花结果；文化输出能力是指国内外文化贸易占有量以及文化上的影响力、即能够主导全球文化雅俗的一种魔力、包括文化产品的输出能力即文化贸易量、制度的输出能力和价值的输出能力。归根到底是吸引人才的能力、何时上海成为文化艺术创意人才荟萃之地、成为国内外文化艺术创意人才衷心向往之地、成为多元文化层出不穷的创新之地、让文化能够自由竞争活力四射、就是上海文化再现名符其实的辉煌之时。

#### 参考文献

- [1] “索尼和日本经济需要转向服务业”、美国《纽约时报》(转自2005年3月14日《参考消息》第4版。
- [2] [3] [4] 沃尔夫(2001)《娱乐经济》光明日报出版社。
- [5] 沃尔夫(2001)《娱乐经济》光明日报出版社。
- [6] [7] 喻国明(2003)“传媒：从新闻、实用到娱乐的拓展”《传媒影响力》南方日报出版社
- [8] [9] [10] 迈克·费瑟斯通(2005)《消费文化与后现代主义》译林出版社。
- [11] 来源(2015): 东方文创网 选稿: 王斌 2015年1月28日。

**蒋 宏 Hong JIANG:** 1957年6月生于上海。文革后第二届大学生1982年毕业于中国纺织大学纺织化学系染整专业、工学士；1986年毕业于上海交通大学社科系哲学专业、法学士。现为上海交通大学通识教育委员会副主任、上海交通大学三级教授、上海交通大学社会认知与行为科学研究院(筹)负责人、上海交通大学城市科学研究院学术委员会副主任、上海市教育委员会交大工业设计知识服务平台执行主任、交大媒体与设计学院和交大人文艺术研究院教授。曾担任1998-2003上海交通大学新闻中心主任、2003-2006交大媒体与设计学院常务副院长、2006-2013交大文科建设处处长。学术兼职：国家哲社基金项目评审专家、教育部人文社科基金项目评审专家、教育部学位委员会评审专家、2004-至今担任上海市科技传播学会副理事长、还分别担任CSSCI源期刊《上海交通大学学报(哲学社会科学)》编委会副主任；曾任2004-2008上海市新闻记者协会理事、2003-2007 CSSCI源期刊《新闻记者》副理事长、2005-2006 CSSCI源期刊《新闻界》特约编委、2005-2010上海市职业培训专家咨询委员会“传媒类”专家咨询委员会委员。主要从事新媒体传播、科技传播、城市文化及文化产业、社会认知与行为科学的研究。发表CSSCI源期刊论文50余篇、代表作有“整合传媒经营、提升传媒素养”、“网络电视的传播特点及发展趋势”、“非典事件传播场的结构分析”、“提升广播功能价值和加强广播新闻传播效果的思考”、“新媒体环境下看传统媒体的盲点与挑战”、“技术驱动下的媒体变革”、“新媒体传播技术发展趋势的研究”；近期发表论文有“城镇化与智慧城市建设的几点思考”、“‘互联网+创新创业+休闲’：未来城市生活方式的思考”等。出版编著有《新媒体导论》、《东森(媒体集团)登峰之路》、《对话与梦想》、《中国新闻传播学高影响论文评价》等。主持科研项目有：上海市重大课题研究项目《“十一五”期间提升上海大都市文化功能、发展文化传媒产业研究》、上海市教育科研项目《大学生传媒素养教育的目标、途径与方法的构建》、上海市科委软课题重大项目《科技传播人才培养及其科技传播网络构建的研究》、上海市教育委员会委托项目《创意设计知识服务平台研究》等。获奖项目有：《先进工业国日本的环境保护见闻》电视纪录片获1998-1999年度上海市有线电视协会优秀纪录片二等奖、《科技传播与教育》获2005年中国科技传播学会年会优秀论文二等奖、《上海街道社区科技传播的现状与发展策略》获2007年中国科技传播学会年会优秀论文一等奖、“设计艺术教育应当从创新意识的培养做起”获2009年上海市高校艺术教育科研论文一等奖和教育部全国第二届高校艺术教育科研论文二等奖。



## 第3章

### “互联网+创新创业+休闲”的未来城市生活方式的思考

〔インターネット + 創造性とベンチャー活動 + レジャー〕という未来型都市ライフスタイルの思考)

蒋宏 (Hong JIANG)

**要旨:** 随着互联网和移动通讯的普及、城市智能化催生创新创业、创智创客、互联互通等城市新生力量和新生事物的发展、同时引起我们对传统和现实的城市工作与生活压力的思考、以及对创新未来城市的发展模式包括就业、工作和生活方式的思考。本文就“互联网+”条件下、“互联网+创新创业+休闲”的发展趋势进行条件论证与创新探索提出一些思考。

インターネットやモバイル通信の普及により、都市の知能化が促進され、“創智(Powerise)”(会社名)や“创客(Maker)”(会社名)および“互联互通(Interconnection)”(会社名)のような都市型新しい会社と新しいパワーが次々に生み出されている。例えば、伝統的かつ現代的に併存する都市部の仕事と生活のストレス、将来の創造都市の発展モデル、雇用や仕事・生活様式などである。本稿は、「インターネット + 創造性とベンチャー活動 + レジャー」の発展動向に関する条件的論証と革新的な模索への思考を試みたい。

**キーワード:** 互联网、创新创业、休闲、未来城市、生活方式 (インターネット、創造性とベンチャー活動、レジャー、未来の都市、ライフスタイル)

早在1923年世界建筑师年会形成的《雅典宣言》中提出城市的四个主要功能要件：居住、工作、交流、休闲。显然、前两者要件“居住和工作”是为了在城市里能安居乐业、后两者要件“交流和休闲”是为了在城市里能享受精神文化生活。四项城市功能从本质上而言、均直接面向城市人的工作、生活方式、尤其是工作和休闲能充分体现一个城市存在的特点、价值、内涵和意义。

然而、随着城市发展、城市问题或者说是“城市病”也随之成长或发生变化。有些城市病如交通拥堵、空气污染、生态环境恶化、以及人口密度过高与居住环境、工作环境不协调等等、已经引起社会方方面面极大关注。总的来说这些问题是可以通过经济转型、发展绿色GDP、常态化社会综合治理等举措的实施、并在健康和科学地建设与发展中得以逐步解决。但是、有些城市问题比如随着城市生活成本和压力增加、尤其是城市老龄化趋势、人口出生负担以及养扶老人压力的加剧、外来技术人口在城市的生活成本过高等等、从而导致城市人口结构不合理和从事城市经营的有生力量减少、久而久之必然会制约和影响城市经济社会生活的正常运转和可持续发展。正如美国前副国务卿、哈佛大学经济学系教授理查德·库珀针对未来20年世界将会有什么样的变化时所说：“首先我们正在进行一次人口革命、世界人口的年均变化速度不快、所以常常被人们忽视。因此要展望接下来的20年……把它放到一个较长的时间框架内来观察一些趋势”<sup>1</sup>。“从世界总体年龄和一些主要国家的人口年龄状况可以看到、整个世界呈现老龄化趋势。有两个原因导致老龄化、第一是人均寿命延长、人们的健康水平有所提升；第二是人口出生率下降、新生儿数量在减少、人们的平均年龄在增加。世界人口平均年龄30年间增加了7岁”<sup>2</sup>。据统计2014年我国老龄化人口、据中国民政部副部长奚玉沛在国新办新闻发布会上透露、60岁以上老年人数量已超过2

<sup>1</sup> [美] 理查德·库珀《世界正在经历一场人口革命》环球时报2015年3月24日第16版

<sup>2</sup> [美] 理查德·库珀《世界正在经历一场人口革命》环球时报2015年3月24日第16版

个亿、占总人口的14.9%<sup>1</sup>。另截止2014年12月31日上海2014年老年人口统计显示、上海全市户籍人口为1438.69万人、其中60岁及以上老年人口为413.98万人、占上海总人口的28.8%<sup>2</sup>、显然上海既是一个成熟的特大型城市、又是一个已步入老龄化的城市。所以、无论是上海还是中国的人口老龄化趋势、及其老龄化人口比例均明显高于10%的联合国传统老龄社会标准。国际上一般认为、人口老龄化是指总人口中因年轻人口数量减少、年长人口数量增加而导致的老年人口比例相应增长的动态。国际上通常把60岁以上的人口占总人口比例达到10%、或65岁以上人口占总人口的比重达到7%作为国家或地区进入老龄化社会的标准。两个含义：一是指老年人口相对增多、在总人口中所占比例不断上升的过程；二是指社会人口结构呈现老年状态、进入老龄化社会<sup>3</sup>。预计未来20年、我国平均每年增1000万老年人、到2050年左右、老年人口将达到全国人口的三分之一。目前全球老年人口超过1亿的国家只有中国一个。有关研究机构经过大概30多年的持续研究、接下来的30年里、中国人的平均年龄会增加12岁、而人口出生的年均增长速度将下降32%。另据、2014年全国老龄委预估、未来20年中国将进入老龄化高峰<sup>4</sup>、这将会严重影响我国经济社会发展、也会极大影响社会的生产方式和生活方式、这也是国家逐步调整人口出生二胎计划的主要思考点。

从理论与实际的角度上说、一方面城市“工作”的运行维系着城市经济和社会生活的运行、而城市“工作”需要有生力量的支撑与延续、这里所指的有生力量不仅仅是年龄的概念、还有职业属性和专业结构的概念；另一方面城市文化建设与休闲文化生活、包括养老事业和服务等也需要城市经济的支撑和城市有生力量的参与。如果因为城市人口结构发生变化、导致城市经济缺少活力、城市文化生态发生变化、对于城市健康和可持续发展是不利的。显然、城市功能的四要件再一次提醒我们、不管城市如何发展、城市功能的四要件唇齿相依、缺一不可。如果我们对四个要件的功能、质量进行排列组合、任何一个要件的功能、质量的缺失或不平衡、必然导致城市生活质量和幸福感、满意度的缺失或下降。这就可以解释、为什么社会的物质生活丰富和提高并不完全等同于幸福、其原因在于物质和精神并非呈线性正相关、而唯有当物质、工作、压力和快乐生活处于契合平衡态时、选择城市进行创新创业与提升生活幸福感才成正相关。

随着我国改革开放的红利不断释放、人民的生活水平不断提高、为了不断满足日益增长的社会需求、不断缩小城乡差别、当今的中国正在快速城镇化的进程中。但是、城镇化和现代城市的建设与发展也需要从粗放式、传统的经济中转型、一方面绿色GDP是中国经济发展的必由之路；另一方面追求有质量有效益的增长模式是现实的发展方向；再一方面在信息化、网络化、智能化的技术背景下、培育和发展新的生产力和生产方式、新的生活方式和休闲方式是城市发展的新增长点、也是城市适应时代健康发展的新生态。尤其是当年人均收入达到1.5万美金即相当于10万人民币时、联合国在二战后追踪各个国家的快乐指数时指出、“金钱与快乐的关系会发生质的变化。即当年人均收入低于1.5万美元时、经过实验测量、从某种程度上可以反映金钱买到快乐的可能性较大；而当年人均收入大于1.5万美元时金钱买到快乐的可能性则越小”<sup>5</sup>。这就是城镇化发展的不同阶段与城市生活幸福感相关联的一般规律、城镇化进程即是一个动态的过程又是一个不断发展的过程、所以城镇化建设重要的是过程、其建设核心就是要不断满足城市发展中日益增长的物质和文化需求、在满足一般的社会需求的基础上、必须更加重视满足更高的社会需求。就发达国家的城市化进程而言、同样经历了从城建基础设施、居住环境、工业化、商业化向公共服务设施、文化艺术、休闲形态的转换、这也恰好证明马斯洛的需要层次理论在城市发展实践中同样起着作用。城市越发展、城市生活水平越高、追求城市生活质量和个体自由支配时间、以及对于满足个性化需求、休闲文化的需求随之而增强。只有在这样的城镇化建设与发展接力中才会不断推动城市经济社会资源的有序利用和可持续发展、城市的经济形态、产业生态（产业集群和产业链）、就业方式（创新创业能力）和生活方式（消费能力）必然会从单一形态向多元形态转变。

尤其随着互联网技术不断降低互联网经济的进入门槛、互联网经济的不断发达与完善、城市的工作、生活形态必将发生根本变化。随着城市经济形态、产业生态、生产方式和生活方式的不断转型、人们工作不再仅仅是为了赚钱和生计、自由的工作和快乐的生活将促使休闲与就业合为一体、从而创造新的城市发展模式、创新人们的新职业、新生活、即“互联网+创新创业+休闲”也许能提供未来城市发展的新路径、新图景。

<sup>1</sup> 窦玉沛《中国60岁以上老年人数量超过2个亿》2014年02月19日17:29:15来源：新华网

<sup>2</sup> 依据《上海市老年人口和老龄事业监测统计调查制度》统计、2015年3月31日上海民政网

<sup>3</sup> 《2014年中国人口老龄化人口》2015-3-3 16:04:43 江苏老龄网

<sup>4</sup> 《2014年中国人口老龄化人口》2015-3-3 16:04:43 江苏老龄网

<sup>5</sup> 记者张晓鸣“哪里有创客、哪里就有创新”《文化报》2015年3月29日第7版

## 1. 围绕人口老化等城市生态变化困扰的城市思考

1. 惟 GDP 畸形发展和快速城镇化的一哄而上、无序发展、所带来的一系列“城市病”、是经济过热发展和城市急剧变化难以承受之痛。

经过 30 年经济高速增长、惟 GDP 的增长模式即粗放型低效益的经济、以牺牲生态环境和资源为代价的经济、非自主创造性的经济、导致城市环境污染、粗放型产业的产能过剩、交通拥堵、公共服务设施滞后、工作压力增大、生活质量下降、城市缺乏创新活力等一系列的城市病集中爆发、城市运行的成本也日益提高、相应的城市布局理念、城市经营能力和城市治理模式的落后、以及城市生活的压力不断增大也正在制约城市的健康发展。再加上城市人口集中、老龄化趋势、人口结构不合理等等因素、还由于产业结构不合理、城镇发展的不平衡、从而导致城市的话病已经严重的发生、为此党和政府提出的不以 GDP 为评价指标、而是通过以人为本的城镇化、智慧城市以及创新驱动转型发展、大众创业万众创新等一系列战略举措、开启综合治理惟 GDP 经济增长模式、构建绿色 GDP 为核心的和谐城市发展模式的新篇章。从理论和实践的角度而言、发展中的问题确实需要通过科学发展、可持续发展来解决。

2. 由于现代观念、社会保障压力和城市生活压力带来的选择性、致使“人口老化”和人口结构不合理趋势正在成为影响城市未来发展的严峻问题。

经过 30 年经济的高速增长、一方面我国正迈入常态化的稳定发展阶段、另一方面在转型期城市的经济发展正面临下行的压力、又加上城市还面临人口老龄化、面临适应经济转型的年经知识型劳动力明显不足。特别是城市人口结构的不合理、城市商务成本、生活成本和压力的加剧、只生一个或丁克一族、由于老龄化和少子女化、年轻人兼顾工作和生活的时间和精力的有限性、以及面对城市生活的压力和照顾老小的负担等、业已成为现代年轻人经受城市生活煎熬的一种无奈的现实的选择。因此、城市的老龄化和青年生力军不足的双重困境势必导致城市经济的负担也会随之加重、长此以往经济社会可持续性发展将面临人口结构不合理的严峻挑战。因此、如何导入新的城市人口、创造新的就业与工作模式、通过创造新的生活方式和高附加值经济来释放或减轻压力将是探索的新路。

3. 城市商务成本居高不下、创新创业成本压力过大、不利于中小创新企业的培育和发展、也不利于创新人才的生活与发展。

对于城市人以及涌入城市的人而言、由于城市的居住压力、消费水平高、其生活成本自然就高。对于小微企业而言、由于城市的土地、楼宇等商务成本高、其运行和发展压力就大。因此、对于城市的创新创业、发展高科技、发展经济和经营城市而言、如何降低高昂的综合商务成本、如何提高创新创业者的收入、降低创业者的生活成本至关重要。如果能充分、合理的利用城市和城镇空间、楼宇空间、网络空间、社区空间、通过城市中心高地的各种优质资源与周边城市或城镇副中心的特色资源的互联互通、这些资源包括人、财、物、空间等、以周边副中心低的边际和机会成本摊薄城市中心高商务成本、将资源的集中和分散作有效布局 and 合理配置。比如、基于移动社交的网络技术最适合在密度人居中产生的客观事实、依托高智力的城市中央商务区与分散在低商务成本区域的小微创新创业企业、在充分利用网络资源的环境下进行线上线下的有效对接、不仅能充分利用资源、而且能实现属地化的就业和生活、降低创新创业的边际成本、提高时间效率、减缓城市地铁和交通压力、在新一轮安居乐业的生产与生活方式的建构中、实现大都市——城镇化作为创新前沿的实验场所的引领性、市场资源合理配置的导向性、经济社会可持续发展的示范性、使“大众创业万众创新”成为可能、充分体现未来城市发展的新格局、新模式、新面貌。

4. “新常态”是思考城市发展的重要视角和立足点。

新常态是一个动态的概念、也是一个相对稳定的概念。首先、新常态作为动态的概念、城市的新常态是相对于过去的城市形态而言的、比如上海这座城市、从原先海上滩涂冲积而来、经历了捕鱼为生的渔村——集市——通商开埠——工商业都市——国际大都市；经济形态也从渔业——农业——手工业——近代工商业——现代工商业——国际科创中心为核心化大都市的变迁；土地使用性质也发生了变化、从渔场码头——农业耕地——商铺工厂——商住高楼——高新科技园区创意园区；城市人的工作劳动方式也发生了变化、从捕鱼为生——耕作为生——码头货运为生——做工经商为生——经济金融和创新创业为生。其次、新常态也是相对稳定的阶段、城市发展的每个阶段都是一个相对稳定的建设过程。

当前、我国城市建设与发展也处在“新常态”的背景下、一方面城市的经济建设处在转型调整期、经济增长速度趋缓、下行压力增大；另一方面城市的可持续发展和创新发展、又面临城市人口老龄化和有效的创新有生力量

不足的困境。在这样的常态下、唯有深化改革、创新驱动、大众创新万众创业才有出路。于是城市建设与发展必须将视角回归城市人的工作和生活的系统创新上。

## II. 发展中的问题需要发展的思路去思考

中国经济新常态的核心要义、指中国经济进入中高增长期、经济结构调整进入关键期、经济增长动力进入创新驱动期。

### 1. 告别唯 GDP 的发展模式、重视发展质量和创新驱动的发展转型。

唯 GDP 的发展模式、已经导致粗放经济产能过剩、环境污染、资源破坏、中国经济高速发展的人口红利正在消失、劳动力成本不断提增、城市人口既不断无序集聚又趋于老龄化等等因素、也正制约着中国经济的可持续发展。从城市经济升级换代、转型发展需求的生产力角度而言、人才不为所有而为所用是互联网时代乃至未来最经济也是最有可能实现的资源；从生产方式的角度而言、互联网+生产力+智能工厂、互联网+生产力+智能制造、互联网+生产力+智能物流、互联网+生产力+创新创业、互联网+生产力+金融、互联网+生产力+服务等所形成的产业链价值的提升、不仅能提高效益、效率、也能节省和整合资源、甚至还能大大提升城市的创新能力。对此中共中央国务院日前出台《中共中央、国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》、将创新驱动和促进经济转型、经济增长方式的转变摆上了核心位置、只有通过培育新的生产力、创新生产方式、改造传统的生产模式、提升都市型产业的价值链、创造新的社会需求和消费模式、才能突破经济下行的瓶颈和压力。

### 2. 告别经济增速的发展模式、契合适度发展的轨道、迈进“休闲时代”。

经过近 30 年我国经济的高速增长、我国经济总量已位居世界第二、为了更加有利于经济可持续发展和及时调整产业结构、放缓经济增长脚步、国家将 GDP 从 2 位数的增长调整至 1 位数、甚至将今年的 GDP 增幅下降至近年来最低 7%、并将放缓增长速度作为经济发展新常态。但据央视今年 3 月发布的《2014-2015 中国经济生活大调查》数据显示、中国人每天的休闲时间平均是 2.55 小时、相比 3 年前的 2.16 小时有所增长、却仍只有发达经济体的一半<sup>1</sup>。从 1994 年开始实行双休日 20 年来、休闲消费的需求迅速增长、休闲从“少数人的特权”变为大众化的普遍行为趋势、休闲生活将成为中国在 21 世纪休闲时代基本的社会需求。另外、商务部部长高虎城在今年两会期间的记者会上介绍、“我国境外购物正迅速增长、去年出境人数超过 1 亿人次、境外消费超过 1 万亿元人民币”<sup>2</sup>国务院也连续发文、将扩大和刺激信息消费、文化消费、旅游消费、卫生健康消费、以及体育娱乐消费等都列为通过电子商务、互联网服务等改造流通模式的创新领域、作为拉动需求、拉动城市经济增长的重要内容。上述这些信息表明、我国现在已经到了原创经济和高附加值经济、创新创业和休闲生活联动发展的一个重要节点。尤其是互联网经济的发展、“互联网+”的普及和智慧城市的建设、充分体现在网络互通互联的基础建设、壮大信息消费、培育创新点、网络智造、电子政务和商务、网络咨询服务、网络购物和支付等方面、可见城市经济社会发展从来没有像今天那样将生产方式、服务方式、生活方式和消费方式结合得如此紧密。

### 3. 关注民生、生态、可持续的城市发展

有资料表明、1980 年、中国只有不到 20% 的地方是城市。2012 年 7 亿人口在城市、预计到了 2023 年、全国 70% 的人口、也就是 10 亿人会住在城市。数十年的城镇化进程使得我国中产阶级和富裕人群数量急剧上升、从而正改变着城市和城市生活。尤其是城市消费能力的提升和生活素质的提高、人们追求高质量物质生活和精神文化生活的愿望日益强烈、对一个国家乃至对世界都会产生深远的影响。就中国而言、绿色和有质量的 GDP、生态环境和资源保护、以及大众创新万众创业和有质量的休闲生活是当下城市发展至关重要的课题。可持续的经济社会发展不仅需要经济增长而且需要生活质量、不仅需要工作而且需要休闲。正如、马克思所说、人的自由全面发展都存在于且只能存在于劳动和休闲之间、是劳动和休闲合理配置的产物、真正实现自由全面发展的人、是能以自己享受休闲生活的尺度来决定自己劳动的内容和数量的人。因此、人的自由而全面的发展有两个内在逻辑基点、一是劳动、二是休闲、二者缺一不可<sup>3</sup>。而且社会发展和文明社会的标志之一、就是休闲文化作为人的生命活动的组成部分而存在、是人类全面发展自我的必要条件。因为人类有了自由支配自己的时间、才能对自己的工作和生活按需进行分配和调节、这也符合未来城市生活及其家庭负担的压力导致弹性工作的呼之欲出、如果将生活和创新

<sup>1</sup>2015. 3. 2. 经济频道\_央视网 (cctv.com)

<sup>2</sup>2015. 3. 7. news.xinhuanet.com

<sup>3</sup>马纯红“休闲文化的价值面向” 2015 年 3 月 25 日 [光明日报·理论·政治]



创业集合在同一屋檐下不仅可大大降低成本、提高边际效益、而互联网和智能化的技术支撑与广泛普及、在家里甚至无论身处何时何地都可以实现移动创新、办公和工作、互联网所到之处将包括创意在内的创新要素和产品生产、销售、流通的上中下产业链有效通达、那么空间、距离、时间作为资源将会进一步促进未来社会的发展和产业的转型、也可从本质上大大改善城镇化的工作和生活质量、也可倡导一种积极的工作与生活方式、就未来发展趋势而言、“宅”在家里工作和休闲旅游在移动状态中捕捉商机开展工作将会是一种新的生活和工作方式。互联网时代和智慧城市建设为我们人类走向自由之境界提供了技术、物质和自由支配时间的可能性。

### III. 城市的未来和时尚在于整合资源、创新活力、休闲生活

当前、我国正在大力推进城镇化和文化强国的建设、作为城镇化进程中文化建设的一部分、休闲文化所带来的休闲娱乐产业同样有着巨大创新空间和经济效益、同样在吸收和调整城市就业和劳动力资源的合理配置、同样在创造新的消费市场并引领产业升级换代。正如有学者指出的那样、“在现代化和现代性背景下、休闲文化实质上是现代性的重要标准之一、其所蕴含的不仅仅是个体的一种新的生活方式、生活态度和生活理念、也是衡量一个国家经济发展水平、发展质量和生产力高低的重要标志和尺度、休闲文化也由此而成为衡量全面建设小康社会的重要指标之一”<sup>1</sup>。

在互联网经济时代、休闲文化生活正在改变传统的消费方式、生活方式、购物方式和支付方式、甚至也在改变传统的生产方式和创新创业的方式。大众创业万众创新是各行各业多层次产业链的立体结构、要使城镇化的建设充分体现以人为本的理念、就必须建立“互联网+”的思维、比如、像从无中生有、白手起家的个体而言、人们可以在 i-咖啡馆、i-茶馆、i-车间、i-社区等休闲场所谈论创意、碰撞思想火花、分享技术和经验；人们可以宅在家里通过自主设计制作的个性化糕点饮料、手工服饰制品、撰写音乐诗歌和小说、拍摄和编辑影像作品等等在网上开设微店实现个性化销售；人们还可以开辟网上各种咨询和服务网站、出售自己的闲暇时间和力所能及的知识、技能为社会提供各种有价值的服务、等等。还比如、像缺少资金和资源的小微企业而言、依托网络实现资金的众筹和产品的众创、依托网络将过剩的生产资料和生产工具进行整合并有效利用、依托网络实现创新产品的销售流通和信用支付等。总之、以“众”字带头的创新在互联网时代正在或将会成为一种工作和生活方式的常态。

1. 作为现代化城市的未来工作方式——万众创新是有层次的、也是多元的。在城市的创新创业体系里、有的服务于创新创业的空间和平台（创业园区、创新车间）、有的属于创新创业的融资机构和机制（众筹平台与机制）、有的成为创新创业的主体和组分（创客和众创体系）、有的服务于创新创业的技术服务与技术成果的转移（科技咨询服务业）等、有的创新创业属于技术创新层面、有的属于工艺创新层面、有的属于结构功能创新层面、有的属于外观创新层面、有的属于生产链服务创新层面、有的属于智造层面、有的属于金融物流创新层面、等等。作为特大型城市、上海提出要建全球创客最佳城市和全球科创中心正是迎合了世界经济的发展趋势和发达国家引领经济社会发展潮流的路径。根据“创业浦江计划”所公布的内容、到 2020 年上海将集聚 20 万人创业、创业企业将超过 3000 家、形成 100 个众创空间联盟、使创新成果层出不穷<sup>2</sup>。要实现这个目标、需要进一步清晰价值链在未来工作方式中的作用、第一、从经济效益而言、未来工作方式必须降低成本和提高附加值、提高效益、“互联网+”可以减少中间环节的价值流失、快速形成信息化生产线和提高创新实施效率；第二、从资源整合而言、未来工作方式必须实现资源利用最大化、不仅要让实施创新创业最活跃的创客、能与闲置、冰冷、孤立的机器“互联”、能与社会推送的各类生产性服务业平台“互联”、顺畅地满足创新-智造-流通无缝的需求；第三、从空间布局而言、未来工作方式仅仅与成本、效益、便利、省时和舒适环境有关、而与距离无关、属地化就业和创业应该成为常态。

2. 作为现代化城市的生活方式——城市休闲文化的发展必须以社会生产力的发展状况相适应、必须以不断满足人民的物质与精神文化需求为目的、由于中产、白领、都市化促进时尚和消费进入新阶段、开发多元休闲文化与都市经济内在相连的现代城市文化生态、调整新的产业结构、扩展新的市场空间、由此不断推进“互联网+创新创业+休闲”的新模式的建构、从而在更广泛的领域进行新的学习、探索与实践。第一、现代化城市生活方式将会深刻改变各行业的生产组织方式、要素配置方式、产品形态和商业服务模式、以大数据、云计算、移动互联网、工业 4.0、3D 打印等技术创新、势必成为拉动经济增长的新引擎；第二、现代城市生活方式围绕人的日常生活质量和健康教育卫生生态的知识链、监测链、物质链、服务链的多模态而展开、以现代都市的生活设计为核心开发多元

<sup>1</sup> 马纯红“休闲文化的价值面向” 2015 年 3 月 25 日 [光明日报·理论·政治]

<sup>2</sup> “上海要建全球创客最佳城市” 2015 年 3 月 30 日《东方早报》

化的、满足个性化的各种产业链所构成的产业生态环、使包括休闲方式和休闲场所在内的文化休闲产业成为城市支柱性产业群；第三、现代化城市生活方式是将创新创业作为谋生的手段上升为个人、大众和社会分享创新成果的一种快乐生活方式、创新创业者可以是有单位的职员、也可以是在家庭、在社区、在社会中享受快乐过程的一名创客。

3. 时间自配、弹性工作、自由创新创业、休闲生活为一体的就业模式——随着大众创业万众创新以及城镇化建设的推进、城市人支配自由创新创业的时间和能力会不断增强、并最终成为都市型时尚生活的一部分。因为网络空间足以给人创造更多的自由创新创业和工作的机会、网络的普及性与便利性也为提高生活质量和休闲创新提供更多可能性、而且随着城市的发展、消费能力的提升、休闲时间的增多、一方面能有时间和机会学习、接受新思想、新观念、新知识、新科技、新技巧、新文化、新艺术、不断改善城市人的精神生活和文化教育、使终身教育和大众创业万众创新成为可能；另一方面能通过线上线下的网络平台、不断探索自由创新创业、弹性工作、休闲生活的新模式、可极大地调动各种力量和社会积极性投身到创新创业的进程中、让创客精神分享和传播出去、使创新成为一种大众的时尚、把随时随地的创意交流、创新设计当成一种兴趣、一种生活习惯、一种理想追求、不断地激活和释放新兴的社会生产力。就现阶段而言、我们的城市创新还在培育之中、众创还刚刚开始、因此目前的创新组合应该是“兴趣、热情和利益”的统一、而今后或未来的创新组合则是趋向“兴趣、热情和自我实现”的统一。城镇化进程中的创新创业必将融入就业模式的创新、工作形态的创新和休闲生活模式的创新之中、兼顾努力工作与快乐生活、减轻社会压力与承担家庭责任的统一、通过城市四功能要素的健康、有序的组合、在城镇化和大众创业万众创新的进程中不断提升城市的硬实力和经济效益、软实力和生活品质、从而推进城市创造力的繁荣和经济社会的可持续发展。第一、有人说创新创意是闲出来的、从某种角度而言有一定的道理、弹性的工作制度与休闲生活的高度契合、可以将人从繁忙的工作时间的限制中解放出来；第二、有人说机会面前人人平等、无疑在平等、透明、讲规则的环境中是正确的、挖掘自身潜能、将创新作为乐趣、拓宽创业渠道、有政策、制度和市场配套作为保障、可以将人从单一就业工作模式中解放出来；第三、有人说“活到老学到老”、“三人行必有我师”、显然这是一种境界、在休闲生活与休闲文化的人际交互平台中、不断扩充知识、交流思想、激发创意、通过人的创造活力的延伸延长可以将人从知识、职业的局限中解放出来；第四、有人说工作是固定式的、生活是家庭式的、城市人的生活就是两点一线、随着带薪休假制度的确立、节假日和休闲时间的增多、以及青年人创新创业观念的转变、还有新的先进制造技术今后在移动中工作、在休闲中工作、即在享受生活的同时进行工作将会成为一种新模式、可以将人从原来的先工作再生活转变为边工作边生活、直至生活是工作的全部而工作仅仅是生活的一部分。

时代给了我们机会、时代又赋予我们使命、在新的一轮改革浪潮中、让我们再一次解放思想、释放能量、创造生产力。

[作者简介请参照第2章]

## 第4章

# 城市声音与上海的城市变迁及文化研究

(都市の音声と上海の都市変遷及び文化に関する研究)

刘士林 (Shilin LIU)

**要旨:**“城市声音”作为一种城市的感性符号和活动、主要属于城市诗学、城市美学和城市文化化学研究的对象和内容。“以物为本”的当代城市声音、不可能使人和世界、城市、内心发生有价值、有意义的交流和对话。不同的城市创造了属于自己的城市之声、而不同的城市之声、不仅见证着城市变迁同时也再生产着城市本身。把珍贵的城市“声音”记录、整理、研究和传承下去、可以为更全面地感知和体验城市及其更真实的历史与现实提供新的视角、方法和框架。

“都市の音声”は一種の都市感性の符号と活動のシンボルとして、主に都市の詩学や都市の美学及び都市文化研究のに属している。現代都市の音声は、人と世界、人と都市そして人と人の心の間に意義・価値のあるコミュニケーションを発生させることは不可能であろう。本稿では、三十年代の上海の都市音声である『夜来香』の分析を通して、様々な都市がその都市独自の音声を作り、それぞれの都市の音声がその都市の変遷を表現するだけでなく、その変遷する都市を再生産していることを述べる。

**キーワード:** 城市史、城市文化、声音 (都市史、都市文化、音声)

城市声音源于城市。按照一般的看法、大约距今5000年前、城市首先出现在美索不达米亚地区、接着在埃及尼罗河流域、印度河流域和中国黄河流域也出现了城市。这是人类历史上具有划时代意义的大事件、所以在学界又被称为“城市革命”、它的基本特征是“城乡分离”、其重要意义与此前的“农业革命”和后来的“工业革命”不分伯仲<sup>1</sup>。马克思指出：“城市本身”不同于“众多的独立家庭”、“在这里、整体并不是由它的各个部分组成、它是一种独立的有机体”<sup>2</sup>、最早揭示了城市作为人类聚落形态的本质属性。当代环境美学家阿诺德·伯林特提出：“工厂的声音、交通的噪声、广播和录音机的声音与人声共同构成了立体的听觉环境、这种声景广泛存在、墙壁也不能阻隔、一切事物都处于声音的包围之中”<sup>3</sup>、可以看作是“现代城市声音”研究的始作俑者。但是、在那些熙熙攘攘、瞬息万变、此起彼伏、有序或无序、“雁过留声”或“无从稽考”的城市声音中、是否具有普遍的规律和本质以及更高的价值和意义？这就是本文要讨论和交流的问题。

### 1. “声音”怎样成为城市研究的对象

众所周知、与宁静的大自然和乡村相比、城市本身是一种结构复杂、功能多样的矛盾组合体、一方面、它是理性的、人们必须遵守的法规、程序、条列、规则等不胜其多。另一方面、城市又是感性的、充满了各种各样的色彩、声音、味道和不透明的心理活动、这两方面既相互叠合、交织、缠绕、又相互排斥、矛盾、斗争、使城市不断陷入困境和危机、同时也激发出城市特有的活力和创造力。依托于听知觉并同心理、意识紧密相连的“声音”、是人在城市中每时每刻都不能脱离的感性工具和桥梁、就此而言、“城市”和“声音”的关系自然非比寻常、但我们首先面临的问题却是：“声音”怎样才能成为城市研究的对象？

<sup>1</sup> 傅崇兰等：《中国城市发展史》、社会科学文献出版社2009年版、第36页。

<sup>2</sup> 马克思：《马克思恩格斯全集》第46卷上、人民出版社1979年版、第480页。

<sup>3</sup> [美]阿诺德·伯林特著、张敏、周雨译：《环境美学》、湖南科学技术出版社2006年版、第81页。

这既涉及到“城市”、也涉及到“声音”、更涉及到两者之间的本质联系。从经验上看、西方社会学家把城市比喻为“一口煮开的大锅”、与寂静的乡村相比、人多嘴杂、五方杂处、人声鼎沸是城市显著的“声象”特征、各种声音也指称、呈现、传达着城市的存在、欲求、矛盾和痛苦、幸福和欢乐、从城市声音研究城市、在逻辑上是没有问题的。但关键在于、和人们过去习惯的“语言符号”、现在习惯的“视觉符号”相比、“声音符号”在语义上的“模糊性”和“混沌性”、在存在方式上的“易逝性”和“碎片化”、极大地增加了“识别”“保存”“传输”和“验证”的难度、不是一个理想的科学研究对象。要研究城市、有“语言符号”和“视觉符号”已经足够、还有必要再开辟这样一个既不确定又很麻烦的领域吗？

面对这种疑问、关键在于回答：在“城市声音”中、是否存在着在其他研究中无法得到、同时对于城市本身又不可或缺的“东西”？对此可从两方面看：首先、需要讨论“声音”和“语言”谁更重要。和常识相反、在中国古代有“言外之意”一说、所谓“言”是“符号”、而“意”则是以“声音”为载体的内容和意义。这表明“声音”不仅不能等同于“符号”、还往往蕴含着比后者更真实的意图和更重要的意义。西方现代哲学也印证了这一点、奥地利哲学家马赫曾指出：“感官生理学表明、空间、时间与颜色、声音一样、应该叫感觉”<sup>1</sup>。把“实体”等同于“感觉”尽管有些“过犹不及”、但至少可以使人重新认识感觉、语言和实体的关系、即包括听觉在内的人的感觉、在现实实践中绝不是无足轻重的。其次、还要讨论一下“视觉”和“听觉”谁更重要？现代科学告诉我们、人类有99%以上的信息是通过视觉和听觉获取的。和历史上的文化活动主要依赖“听觉”不同、当今世界又称“景观社会”、“目前居‘统治’地位的是视觉观念”<sup>2</sup>、“直接存在的一切全都转化为一个表象”<sup>3</sup>。这种“感觉”内部的变化、直接影响到人自身的再生产。在《变徵之音》中、我曾分析过“听的一代”和“看的一代”的区别、前者“主要发展了思维能力、想象丰富、美梦很多、很容易发展为理想主义者”、而后者“主要发展的是视觉水平与直观能力、与对象间距离消失、因此他们从小就没有什么‘神秘感’、同时也缺乏‘想象力’和理性思维能力”<sup>4</sup>。这是当代人生存“视觉化”及其多种后遗症的根源、就此而言、重建主体的“听觉”和“声音文化能力”、对于矫正正在彻底“数字化”和“图像化”当代文化具有重要现实意义。

由此可得出两条基本原理：一是“声音”比“语言”重要、二是“听觉”比“视觉”深刻。这同样也适用于城市。首先、在异常清晰、稳定的空间、政治、经济、文化等“城市符号”背后、还存在着大量以感性方式存在、不断生成又不断流失、主要同人的感觉打交道的“东西”、尽管它们长期被“熟视无睹”或“充耳不闻”、但作为城市有机体成长和变化、作为城市人喜怒哀乐最直接的记录和呈现、其价值和意义并不亚于各种“显性”表达。其次、尽管“声音”和“图像”同属城市的感性存在方式、但由于“听觉”和人的意识、心理联系密切、而“视觉”更加官能化和欲望化、特别是在视频技术和数字化图像日渐成为霸权文化的当下、研究和重建基于“听觉”的城市声音系统、有助于构建一种更加均衡和协调的城市文化生态。而以往对此之所以很少关注、主要是城市研究被实证性的地理学、规划学、经济学、管理学、社会学等垄断、驱逐了城市人文研究。“城市声音”作为一种城市的感性符号和活动、主要属于城市诗学、城市美学和城市文化化学研究的对象和内容。而它们在城市研究中长期缺席或可有可无、恰好说明为什么当代城市越来越缺乏文化特色、城市精神越来越干瘪空洞、城市生活越来越单调贫乏。当代城市文化的这一现状、从反面也证明了讨论和寻找“城市声音”的价值和意义。

## II. “城市声音变迁”的一般规律和特点

和城市的异质性相匹配、城市声音在形态上明显具有多重性。它既是一种物质现象、遵循物理学所揭示的相关自然规律、可以用声学仪器检测和分析；也是一种社会现象、表征着城市的政治、经济、交通、管理等现实内容、可以用相关社会科学方法来研究和评价；还是一种人文现象、广泛活跃在城市的剧院、电影院、美术馆、音乐厅、酒吧、卡拉OK、网站、手机、甚至有时会是白居易的“此时无声胜有声”或马尔罗的“沉默的声音”、成为一种只有“共通感”但并不具备“普遍性”、“脱有形似、握手已违”的纯粹审美经验。这就造成了“城市声音”的极端复杂性、有多少城市、就有多少城市声音、甚至是有多少城市人、就有多少城市声音印象、它可能悦耳也可能闹心、可能是冰冷的也可能是温暖的、可能是短暂的也可能是永恒的……它们究竟有没有规律可循、这是一个无法回避的问题。

<sup>1</sup> [奥]马赫著、洪谦等译：《感觉的分析》、商务印书馆1986年版、第6页。

<sup>2</sup> [美]丹尼尔·贝尔著、赵一凡等译：《资本主义文化矛盾》、三联书店1989年版、154-155页。

<sup>3</sup> [法]居伊·德波著、王昭凤译：《景观社会》、南京大学出版社、2006年版、第3页。

<sup>4</sup> 刘士林：《变徵之音——大众审美中的道德趣味》、湖北人民出版社1998年版、第133页。

和研究城市一样，这主要取决于人们的认识和态度。在西方城市研究中，有两种相反的观点：一是悲观论、认为城市本质是“无序的复杂性”、并把城市治理和更新看作是“一场注定要失败的战争”。这有一定的道理、就像现代物理学家讨论过的“上帝怎样掷骰子”、一方面、如果能够掌握世界全部的因素和参数、就可以精确预测“下一步”发生什么？但另一方面、由于因素和参数无时无刻不在变化中、人们永远也不会知道“上帝怎样掷骰子”。问题在于、由于在态度上已经绝望、悲观论者往往忽略了明显的事实：即使人们未必能掌握全部因素和参数、但只要掌握到一定的“量”、也足以在某个时期、某种范围内把握和预测事物的存在和发展趋势。现代科学的有效性、实际上就基于此。二是“有机整体”论、认为城市尽管有“很多变数、但并不是混乱不堪、毫无逻辑可言；相反、它们‘互为关联组成一个有机整体’”<sup>1</sup>。既然作为一个整体、就必有共同的本质和机制。如同在一个音叉上轻轻敲击、就会出现一圈圈涟漪般的声波一样、以“城市声音”为中心、既可见出城市空间、社会、人物的历史演变脉络、也足以了解城市政治、经济与文化之间的复杂作用关系。由此可知、“城市声音”不仅有章可循、本身也是城市发展规律的重要组成部分。

首先、“城市声音”起源于人类历史上的“城乡分离”。马克思说：“物质劳动和精神劳动的最大的一次分工、就是城市和乡村的分离”<sup>2</sup>。不同的聚落形态必然产生用以“自我识别”的声音体系。自从有了城市、也就有了城市声音。城市和乡村不仅在自然环境、生产生活方式、风俗和价值观上判然有别、也以不同的“音响”“节奏”“音乐”等特定的感知觉形式相区别。比如一说到乡村、就会想到自然风雨声、麦子拔节声、鸡鸣狗叫声、春蚕吐丝声等、而一说到城市、尽管乡村的声音可能同样存在、但已不具备代表性、取而代之的是熙熙攘攘叫卖声、吆五喝六喧哗声、酒楼歌肆歌舞声、机器轰鸣的车床声、汽车电车的尖啸声等。把这种差异描写得最生动的、莫过于中国古典诗歌、前者如辛弃疾的“平冈细草鸣黄犊”、翁卷的“子规声里雨如烟”、华岳的“鸡唱三声天欲明”、后者如白居易的“钿头银篦击节碎”、晏几道的“歌尽桃花扇底风”、袁宏道的“吴歌越舞颠如梦”。城市和乡村、是两种性质、强度、节奏、韵律完全不同的声音、它们比其他任何知识都会更直接地告诉人们：这是什么地方、以及对这个聚落形态的价值态度。比如在“回归自然”和“田园诗”的影响下、无论中西、“乡村声音”都被认为是优美、和谐和可亲的、并一直是“城市声音”的批判者。

其次、“理想的都市”和“理想的都市声音”在历史上高度一致。和常识不同、西方城市史家普遍认为、人类的理想城市、绝非当今巨无霸式的大都市、而是人口规模适当、经济条件良好、居住环境优美、精神生活丰富的中世纪城市。如韦伯把中世纪城市看作是“完全城市社区”的样板<sup>3</sup>。最具代表性的是芒福德、他把现代大都市称为“死亡之城”、主要原因有二：一是割裂了中世纪城市和乡村的有机和谐关系、二是导致了“在物质建设上的最高成就以及社会人文中的最坏状况”<sup>4</sup>。而中世纪的城市则是另外一番景象、芒福德曾写到：“在中世纪的城镇里、清晨公鸡长啼报晓、屋檐下鸟巢内的鸟儿吱喳而鸣、城边修道院的报时钟声、市场广场新钟楼发出的和谐的钟声、它们唤醒人们、宣告一个工作日的开始、或是宣告市场开门。人们随意哼起歌曲、从修道士们单调的咏唱到街上民歌手们歌词的反复回荡、还有学徒工们和家庭女仆的信口低咏。唱歌、跳舞、表演、这些仍然都是即兴自发的活动。”以19世纪的“焦炭城”伦敦为例、“在12世纪时、水车的声音在伦敦绿油油的田野中非常动听。在夜间、四野俱寂、万籁无声、只是偶然有动物的骚动声或城镇上守夜人报时的声。中世纪的城镇上、人们可以整夜熟睡、丝毫没有人们的喧闹声或机器的噪声。”<sup>5</sup>无独有偶、以古代杭州为例、据经济史学家研究、江南市镇体系的基础奠定于宋代、杭州地区人口稠密、城市空间不断扩张、商业市场经济网络逐渐形成。但这个十分繁华的江南都市并没有与安静和遵循自然节律的乡村生活割裂开、如诗人陆游在《临安春雨初霁》所写：“小楼一夜听风雨、明朝深巷卖杏花”、说明当时的杭州城市生活与周边农村地区十分和谐。无论中西、中世纪城市的本质都可以称为是“城乡一体化”、而且在“中世纪的城市声音”中得到真实的记录和表达、成为认识、判断和研究城市史的重要参考资料。

再次、当代城市声音的突出问题是“见物不见人”。以工业化为主体的现代城市化和以商业化为主体的当代城市化、直接破坏了中世纪城市“声音的平衡与协调”、反映出技术、物质、商品、欲望的胜利和霸权、不仅导致了管理混乱、交通拥堵、心理焦虑等“城市病”、也使原本自然有序的城市声音出现了严重的“无主题变奏”。这可

<sup>1</sup> [加拿大]简·雅各布斯著、金衡山译：《美国大城市的死与生》、译林出版社2005年版、第485页。

<sup>2</sup> 马克思和恩格斯：《德意志意识形态》、《马克思恩格斯选集》第1卷、人民出版社、1995年第2版、第56页。

<sup>3</sup> 康少邦等编译：《城市社会学》、浙江人民出版社1986年版、第10-11页。

<sup>4</sup> [美]刘易斯·芒福德、宋俊岭、倪文彦译：《城市发展史——起源、演变和前景》、中国建筑工业出版社2005年版、第259页。

<sup>5</sup> [美]刘易斯·芒福德、宋俊岭、倪文彦译：《城市发展史——起源、演变和前景》、中国建筑工业出版社2005年版、第317页。

以从几方面看、首先、正如德国学者乔治·齐美尔在《大都市与精神生活》中指出的“神经刺激的强化”<sup>1</sup>、在主体方面已超出了人的听知觉的自然阈限、同时、如阿诺德·伯林特在《环境美学》中指出的“机械和电子产生的噪声”<sup>2</sup>、在客观方面也超出了城市环境正常的承载力、这是很多城市不健康和城市人罹患精神疾病的根源之一。在茅盾描写上海的小说《子夜》中、吴老太爷就是因为受不了大都市的声色刺激而一命呜呼的。其次、是都市中“物”的声音过度集聚和强大、而将更重要的“心灵的声音”压抑和遮蔽了。在现代化城市中、一是“噪音”无处不在、“交通的嗡嗡声、除草机的声音、空调运转的声音、通风系统的声音、荧光灯的声音交汇在城市之中。尽管城市居民不得不生活这样的环境中、但这样的环境是令人讨厌的、人们不能避免且难以忍受。”<sup>3</sup>二是“机器发出的声响”淹没了“生活中的声音”、“卡车、轿车、公共汽车、火车、摩托车、飞机、锯和建筑装备产生大量的噪声和废气、它们弥漫在空气中、持久且无法逃避、使我们的听觉和嗅觉感官同时被污染。伴随着城市环境的还有钟声、唢哨声和警报声、车轮声和刺耳的破碎声。这一切构成了嘈杂的室外空间、这些刺耳的声音围绕着我们并压倒人声<sup>4</sup>。”如同席勒认为“近代机械生活”直接造成了“欣赏和劳动脱节、手段和目的脱节、努力与报酬调节”、最终把人“变成一个断片”<sup>5</sup>、“以物为本”的当代城市声音、不可能使人的耳根真正清净下来、和世界、城市、内心发生有价值、有意义的交流和对话。这是今天研究城市声音问题、最需要关注和发力的地方。

### III. 上海：“声音之道即城市之道”

在中国城市中、上海是一个很特殊的存在。它的突出特点是所谓“五方杂处”、不仅体现在人口上、也包括空间和文化。先说人口、语言是最直接的表征。张恂孔的《上海历史演义》曾写道：“上海之口音庞杂、不可究诘。各地混合之俗语有 27 种、游荡无业之切口有 52 种。至于方言、此乡与彼乡异、浦东与浦西异、或杂以英语、或代以反切、细言之、不致几百种。大致分为数项：第一广东话、第二宁波话、第三苏州话、第四北方话、第五始及上海本地话。除城南城西一带尚有完全土著外、其余一变再变。”<sup>6</sup>这主要讲的是国内、如果再加上英、美、德、法、意等外侨的人口和语言、就更加复杂多变。再说空间。从表面上看、上海比中国内陆城市主要多了“租界”、但作为异域人口、生产生活方式、文化审美趣味的“飞地”、实际上构筑了另一种形态和功能完全不同的都市空间、仅以休闲娱乐场所为例、开埠以来、“如跑马场、西式戏院、跳舞厅、弹子房、健身房、外国酒馆等陆续建立起来、并涌现出一批娱乐服务性的社团组织、如 1850 年成立的上海跑马部会和 1864 年开张的上海总会等。娱乐消遣日益多样化、商业和社会化、有文化性消遣如上图书馆看书、到戏园观剧、欣赏西洋音乐和西洋影戏等、也有英国式的球类运动如桌球、回力球、板球、足球等、还有赛马、狩猎和划船比赛等。”<sup>7</sup>这是中国内陆城市很难相比的。再说文化。文化的复杂性和多样性、有益于激活人的感性需求和创造力、是一个现代大都市发生和成长的必要条件。关于这一点、把上海和南通进行比较就可知道。尽管“一城三镇”的空间布局和发达的经济与社会事业、使南通在中国近代城市化进程中一度遥遥领先、但由于“高度异质化的人口与文化、滚滚而来的财富与机遇、包括在高速聚集中产生的激烈碰撞及由此裂变出的冲动、激情与创造力、是城市的本质以及城市发展的第一推动力。就此而言、张謇努力建设的南通、尽管在文明形态、社会建设、文化教育上水平很高、但由于建立在现代文明感性需要与冲动压抑与限制的基础上、因而既无法吸收到全世界的资源与资本、同时也无法获得真正国际化的视野与素质”<sup>8</sup>、因此、最后不是有“中国近代第一城”的南通、相反却是上海这样的“十里洋场”为中国现代大都市创造了最好的社会土壤和条件。

从表面上、城市越大、其声音结构也就越复杂。但城市再大也是城市、其声音再杂乱也同样有章可循、有迹可查和有规律可研究。

首先、宋代的青龙镇是上海第一个城市形态、但和城市本身一样、古代的“上海声音”主要是模仿和试探。从宋至清、青龙镇一直相当繁华、甚至有一定的国际化色彩、“镇上有三十六坊、二十二桥、三亭、七塔、十三寺院、设有官署、学校、仓库、税场、酒务、监牢、茶楼、酒肆、栉比鳞次、热闹非凡。市衢常有海外人士驻足、

<sup>1</sup> 康少邦等编译：《城市社会学》、浙江人民出版社 1986 年版、第 161 页。

<sup>2</sup> [美]阿诺德·伯林特著、张敏、周雨译：《环境美学》、湖南科学技术出版社 2006 年版、第 74 页。

<sup>3</sup> [美]阿诺德·伯林特著、张敏、周雨译：《环境美学》、湖南科学技术出版社 2006 年版、第 78-79 页。

<sup>4</sup> [美]阿诺德·伯林特著、张敏、周雨译：《环境美学》、湖南科学技术出版社 2006 年版、第 84-85 页。

<sup>5</sup> 朱光潜：《西方美学史》下卷、人民文学出版社 1984 年版、第 445 页。

<sup>6</sup> 张恂孔：《上海历史演义》（上）、大南书局 1934 年版、第 205 页。

<sup>7</sup> 熊月之、周武主编：《上海：一座现代化都市的编年史》、上海书店出版社 2007 年版、第 125 页。

<sup>8</sup> 刘士林：《“中国近代第一城”兴衰的文化阐释》、《华中师范大学学报》（人文社会科学版）、2011 年第 2 期。

是古代上海地区唯一带有国际交往的地方。南宋偏安临安、半壁河山的繁荣也促进了青龙镇的发展、使其进入巅峰状态。嘉定年间、在镇东建立镇学学宫、里面有聚星堂、敕书楼等、诗赋描绘传称内有学士三千、弦歌闻于百里”<sup>1</sup>。但由于城市地位不高、或者说周边的“江南”城市过于繁华、上海在很长时间内基本上没有“发声权”、即使偶尔发声和“呐喊”、也淹没在江南大城市的人声鼎沸中。这是在中国古代城市史上、几乎听不到“上海声音”的根源。

其次、170多年前的开埠、是个关键的时间节点。上海不仅真正有了自己的城市形态和性格、也开始有了“城市声音”和“城市形象”、此后经过近百年的摸索、在20世纪20年代以后逐渐稳定为以海派文化为基调的上海城市声音。与其他城市相区别、上海城市声音中最重要的新元素是西方声音、从开埠后以上海土话模仿英语发音、简便易学、商务通用的“洋泾浜英语”<sup>2</sup>、到作为近代工商业城市的“制造局的机器轰鸣声”和作为现代工作生活作息节奏的“海关钟声”、再到作为近代远东第一大都市生活方式象征的纸醉金迷、醉生梦死的“百乐门爵士乐”、这些典范性的“异域声音”、开启了上海与传统中原城市、与周边江南城市完全不同的“上海新声”。如果要举一个例子、就是以《夜来香》为代表的1940年代上海流行音乐作品——

那南风吹来清凉、  
那夜莺啼声细唱、  
月下的花儿都入梦、  
只有那夜来香、  
吐露着芬芳。  
我爱这夜色茫茫、  
也爱这夜莺歌唱、  
更爱那花一般的梦。

以后、不管城市怎么变迁、历史怎样反复、只要一听到这种软绵绵、轻飘飘、醉意朦胧、甚至有些颓废灰暗的歌声、直觉会告诉每一个人：这里就是上海。尽管不少人一直想抹去或淡化这层殖民色彩、但具体效果非常有限。因为这实际上等于对上海实施文化基因改造、不成功则已、一旦成功、上海也就不复为上海。如何正确认识和对待这个出身和基调、不仅需要转变观念也需要有新的智慧。

再次、正如城市越大形态就会越复杂、充满内在矛盾和冲突一样、如果仅仅将“海派声音”看作上海的唯一、则未免过于简单化和孤陋寡闻。上海之所以被称为“大上海”、就在于它不是只有一种“腔调”或“主流声音”。这需要从上海文化结构的特殊性来了解。我曾提出上海城市文化主要包括三种要素、即中国内部的北方中原文化、区域内部的江南文化和外来的西方现代文化、同时也是三者的有机结合体。这以现代上海独创的月份牌为代表：“从月份牌的要素分析看、以所承载的公司广告和赠阅形式为中心、月份牌再现了西方现代文明的商业实用主义；内容上以“二十四孝”图为中心、月份牌延续了北方与中原文化圈的伦理实践理性；艺术形式上以时髦美女为中心、又与江南诗性文化的精神与趣味十分贴合。……以西方实用主义、北方实践理性与江南诗性文化为代表、感性地呈现了上海现代文化的生命形态与精神要素、它们为上海现代都市文化的复制、生产与传播提供了一个跨越式发展的深层结构<sup>3</sup>。”在城市声音方面也是如此。可以代表上海城市声音的东西很多、如黄浦江的汽笛声、外滩海关大楼的钟声、南京路的电车声、杨浦区文革时期的战鼓声等、它们均有一定的代表性、但同时也各有各的局限性。从上海城市文化原理的角度看、在当代真正能代表上海声音的、无疑应该是小提琴协奏曲《梁祝》。和“月份牌”相仿、首先、这是一个类似于汉乐府《孔雀东南飞》的“中国故事”、集中揭示了中华民族忠贞不渝而又含蓄深婉的爱情观、这属于中原文化的实用理性；其次、这是一个发生在中国江南地区的“爱情故事”、再现了不同于齐鲁伦理文化的理念和价值、这再现了江南诗性文化的审美气质；再次、这是以小提琴和协奏曲等西洋音乐器具和形式的艺术创造、为这个在中国反复出现的“音乐文化素材”增添了现代性的情愫和感受；最后、它的作者是“草根”阶层而非贵族、这和“上海城市的起源与发展、很像一部小人物痛苦、坚韧的奋斗史”<sup>4</sup>也高度一致。

<sup>1</sup> 熊月之、周武主编：《上海：一座现代化都市的编年史》、上海书店出版社2007年版、第6页。

<sup>2</sup> 李长莉：《老上海：阴影下的多元空间与多元性格》、《中华读书报》、2010年5月26日。

<sup>3</sup> 刘士林：《上海城市的生命历程与文化创造——刘士林教授在上海交通大学的讲演》、《文汇报》、2010年8月7日。

<sup>4</sup> 刘士林：《上海城市的历史演进与文化模式——纪念上海开埠170周年》、《中国城市科学》第4辑、上海人民出版社2014年版、第

今天、无论走到世界各地、只要《梁祝》那充满忧伤、缠绵、跌宕起伏、用力抗争的旋律响起、差不多每个人都会知道、这是上海在新中国时期伟大的艺术创造。

《乐记》曾指出：“声音之道与政通”、在今天也可以说：“声音之道即城市之道”、不同的城市创造了属于自己的城市之声、而不同的城市之声、不仅见证着城市变迁同时也再生产着城市本身。如在近现代时期、工业化是上海城市发展的主导机制、所以从19世纪洋务运动开始直到20世纪的大多数岁月、日夜轰鸣的机器声、繁忙的交通汽笛声、一直是上海的主流城市声音、也是现代化进程中最美最动听最令人向往的“音调”。但到了20世纪90年代以后、随着后工业社会和消费文明时代到来、取而代之的便成为超级市场中嘈杂声、股票交易所的喧闹声、甚至是科研院所和总部经济中那种静悄悄的“声音”。但原理一样、是因为不同时代的人们可以从不同的声音形态中听出城市变迁的节奏、城市生活的脉动、城市未来的序曲。把这些珍贵的城市“声音”记录、整理、研究和传承下去、可以为更全面地感知和体验城市及其更真实的历史与现实提供新的视角、方法和框架。

#### IV. 如何寻找和保护我们的“城市声音”

城市既是由建筑物和生产生活活动组成的实体、也是存在于感觉和体验中的“意象”和“声音”。与前者主要作为城市规划学、城市地理学、城市经济学等研究对象和领域不同、只有借助城市诗学、城市美学、城市史学、城市文化学等理论与方法、才能发现城市声音特有的形态、结构、谱系和价值。以人文科学的眼光关注上海城市声音、不只比规划师、建筑师多了人文情怀和艺术感受、因为那些感性的城市声音不限于物理学意义、而是以诗性和直观方式再现和表达了中国城市的历史进程和当下鲜活的生命律动、同时也为从理性到感性、从语言到感觉、从视觉到听觉重新发现城市开辟了新的路径。

寻找和研究城市声音、不纯是发思古之幽情、也不应满足于抽象的问学求道、同时也不是像其他文化遗产所做的那样、以数字化技术把它们“芯片”化、那就把题目做小了。关于发现和研究城市声音的重要性、主要可以从两方面来看：首先、马克思曾指出：“人不仅通过思维、而且以全部感觉在对象中肯定自己”<sup>1</sup>。所谓“全部感觉”包括“视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉”等、“这些器官同对象的关系、是人的现实的实现”<sup>2</sup>。在视觉文化占据主导的今天、人类面临的一个突出问题是“形象异化”、即在画面上消费得越多、在生活中就享受的越少；人们创造了画面、却使自身变得畸形；他奉献、凝聚在形象世界中的劳动越多、他们生命本身就更加匮乏与无力。<sup>3</sup>在这个背景下、以发现和研究“声音”平衡人的两种主要感觉、必然要成为“以全部感觉在对象中肯定自己”的首选策略。其次、马克思还指出：“对于没有音乐感的耳朵来说、最美的音乐也毫无意义”、而只有“有音乐感的耳朵、能感受形式美的眼睛”、才摆脱了“囿于粗陋的实际需要的感觉”层次、成为“确证自己是人的本质力量的感觉”<sup>4</sup>。当今世界又称消费社会、“城市化进程越快、城市化水平越高、城市的空间与人口规模越大、其社会生产总体上的消费性特征就越明显<sup>5</sup>。”这直接导致了“文化消费异化”、即“人们消费的低俗文化对象越多、他们实际上享受到的精神价值就越少；人们对这种粗放文化消费品占有得越多、他们人性中的文化就更加苍白”<sup>6</sup>。实际上、在高负荷、快节奏的现代都市生活中、包括听觉在内的人的其他感官都在急剧退化、这是人们在城市中听不到“价值和意义”、看不见“幸福和快乐”的主要原因之一。就此而言、寻找和研究城市声音、最基本也是最重要的作用、就是要修复和重建已被恶性损耗了的文化审美听力。

目前、包括上海在内的很多中国城市、已开始重视城市的硬件建设和保护、如传统街区、城市天际线、优秀传统文化建筑、有些甚至延伸到城市色彩、对城市的非物质文化遗产保护也不断加强、但在“城市声音”保护方面才刚刚起步。话题已开、怎么深入？以上海为例、在此提出几点建议：

一是“分类”。声音作为一种分布散乱又极易流失的城市文化资源、需要建立一个科学的分类标准、进行系统的梳理和编辑、摸清上海有哪些“城市声音家底”、为实施较为全面的保护提供参考框架。既可以按照不同的城市空间形态、历史阶段、社会形态、把不同时期的城市声音当作文化遗产加以梳理和分类、也可以按照不同的城市

26 页。

<sup>1</sup> 马克思：《1844年经济学哲学手稿》、人民出版社1985年版、第82页。

<sup>2</sup> 马克思：《1844年经济学哲学手稿》、人民出版社1985年版、第80-81页。

<sup>3</sup> 刘士林：《阐释与批判——当代文化消费中的异化与危机》、山东文艺出版社1999年版、第244页。

<sup>4</sup> 马克思：《1844年经济学哲学手稿》、人民出版社1985年版、第82-83页。

<sup>5</sup> 刘士林：《都市消费文化研究的马克思主义理论基础》、《学术研究》、2008年第11期。

<sup>6</sup> 刘士林：《超越粗放的文化消费方式》、《解放日报》、2005年4月5日。



环境、政治、经济与文化、从城市声音的形态、性质、功能和价值去研究和保护。

二是“比较”。在已有的资源上、开展横向和纵向上的比较鉴别、把中国城市都有的和上海独有的区别开、建立“上海声音”重点保护目录、给予重点支持。比如、最不应忘记的是“扈”的捕鱼声。上海曾有“半是海底、半是海滨”的城市演化史、“沪”的繁体字“滬”由“扈”衍变而来、其中“扈”是一种捕鱼工具。南朝顾野王《舆地志》记载：“插竹列于海中、以绳编之、向岸张两翼、潮上即没、潮落即出、鱼随潮碍竹不得去、名之云扈<sup>1</sup>。”比如古代的“沪城八景”、目前其他七景（海天旭日、黄浦秋涛、吴淞烟雨、野渡蒹葭、江皋霁雪、石梁夜月、凤楼远眺）已不复存在、唯有“三月十五春色好、游踪多集古禅关；浪堆载得钟声去、船过龙华十八湾”的“龙华晚钟”仍在<sup>2</sup>、也是不应该忘记的。其他还有记录了上海城市现代化的海关大楼钟声、严重干扰上海现代化进程的“一·二八”事变的炮火声、这些有重要城市历史节点和集体记忆的“城市声音”、都应该给予重点保护和传承。

三是“创新”。保护的目的在于创新。什么是创新？贺麟在《五伦观念的新检讨》中指出：“必定要旧中之新、有历史渊源的新、才是真正的新。那种表面上五花八门、欺世骇俗、竞奇斗异的新、只是一时的时髦、并不是真正的新<sup>3</sup>。”“城市声音”具有浓郁的感性审美性质、在保护发展中很容易被利用和“胡乱开发”。这就要求各种新探索和新创造一定要以继承上海“城市声音文脉”为基准、而不是“跟着感觉走”。从制度建设上着眼、可以考虑把城市声音纳入到城市规划体系中、通过合理选择和控制保持城市声音的“上海性”。白居易在《与元九书》中曾说：“感人心者、莫先乎情、莫始乎言、莫切乎声”。城市声音作为一种承载着城市空间、社会、历史和文化的感觉表达系统、在培养居民对城市的认同感、消除人与城市的疏离感和陌生感等方面、具有更直截了当、通俗易懂和更低成本等明显优势。现在、国内已有不少城市开始做色彩规划、我们希望“城市声音”能成为城市规划中的“下一个对象”、以实现人不仅以思维和视觉、同时也以更多地以听知觉的方式发现和肯定人在城市中的存在。

**刘士林 Shilin LIU:** 1965年6月生、河北曲阳人。1987年毕业于郑州大学中文系、文学学士。2002年毕业于南京师范大学、文艺学博士。现为上海交通大学城市科学研究院院长、首席专家、媒体与设计学院教授、博导、上海交通大学斐讯智慧城市研究中心主任、上海数字化城市与交通研究所执行所长、兼任教育部哲学社会科学发展规划《中国都市化进程年度报告》负责人、《中国城市群发展年度报告》主编、《中国城市科学》集刊主编、中国文化传媒集团大运河文化研究院副院长、上海教育发展基金会专家顾问、中华美学学会理事、北京大学图书馆《中文核心期刊要目总览》评审专家、中国人民大学书报资料中心《文化研究》编委会委员、山东大学等高校客座、兼职教授。主要从事城市科学、文化战略、智慧城市研究。近五年来、发表论文百余篇、《新华文摘》、《中国社会科学文摘》、《高校文科学术文摘》及人大复印资料《区域与城市经济》《社会学》《文化研究》《文化创意产业》《文艺理论》《美学》《中国哲学》《伦理学》等全文转载60余篇次。主要著作有《江南城市群文化研究》《中国丝绸之路城市群叙事》《都市文化原理》《中国都市化进程报告》(2007-2014)《中国城市群发展报告2013-2015》《中国脐带：大运河城市群叙事》《中原文化城市群建设研究》《风泉清听——江南文化理论》《江南文化精神》《江南文化读本》《刘士林中国诗性文化系列》(含《中国诗学精神》、《中国诗学原理》、《中国诗性文化》、《中国诗词之美》四种)《20世纪中国学人之诗研究》《苦难美学》等。先后获第12届中国图书奖、教育部第三届中国高校人文社会科学研究优秀成果奖、上海市曙光学者、教育部新世纪优秀人才支持计划等奖励与荣誉称号。

基金项目：本文系2013年国家社科基金项目《江南文化资源研究》(批准号：13BZW024)暨2014年度上海交通大学文理交叉项目《长三角城市群四维文化体验创意与图像支持系统研究》(项目编号：14JCY07)的阶段性成果。

<sup>1</sup> 熊月之、周武主编：《上海：一座现代化都市的编年史》、上海书店出版社2007年版、第3页。

<sup>2</sup> 熊月之、周武主编：《上海：一座现代化都市的编年史》、上海书店出版社2007年版、第42页。

<sup>3</sup> 贺麟著：《文化与人生》、上海书店1991年版、第13页。



## 第5章

### 关于阿米巴经营、稻盛哲学和利他主义在中国的解读

(中国におけるアメーバ経営、稲盛哲学と利他主義について)

潘 山海 (Shanghai PAN)

**要旨：**自从稻盛和夫的《阿米巴经营》一书于2009年进入中国以来，在中国引起了一场学习和推广阿米巴经营的热潮。与此同时，稻盛哲学也在中国社会受到一定的推崇和传播。本文通过阐述阿米巴经营及稻盛哲学的主要内容来推及利他主义对中国社会的意义。

稲盛和夫の「アメーバ経営」という著作が2009年に中国に入った以来、中国では“アメーバ経営”に関する学習と推進のブームが起こっている。同時に、“稲盛哲学”もまた中国社会において尊敬と普及の対象となっている。本稿は、アメーバ経営と稲盛哲学及び利他主義の主な内容を解説し、利他主義の中国社会における意義を考察する。

**キーワード：**阿米巴经营、稻盛哲学、利他主义（アメーバ経営、稲盛哲学、利他主義）

自从2009年“盛和塾<sup>1</sup>”在中国建立和稻盛(2009)在中国问世以来，有关阿米巴经营和稻盛哲学的书籍不断在中国翻译和演义出来。2010年稻盛和夫<sup>2</sup>接受日本首相的邀请拯救日航，他将“阿米巴经营<sup>3</sup>”导入日航后仅一年的时间就使重病缠身的日航扭亏为盈。为此，在中国又掀起一股学习和推广“阿米巴经营”和稻盛哲学的热潮。紧随其后，稻盛和夫的原创企业日本京瓷公司系列的KCCS管理咨询公司也于2012年4月落地上海，展开面向中国企业的阿米巴经营咨询业务。那么，阿米巴经营和稻盛哲学到底是什么呢？它跟利他主义有何关系呢？本文旨在解读这些问题的基础上来探讨其对中国社会的启示。

#### 一. 什么是阿米巴经营

##### 1. 阿米巴经营的诞生

根据稻盛(2009)的介绍，稻盛和夫1959年创立了京瓷(Kyocera)公司，当时只有28人。第二年招聘了10个高材生(当时的高中毕业生)。他们工作了一年，突然跑到稻盛那里要求改善待遇，还写下了血书。如果不能保障他们的未来，他们就辞职！于是，稻盛和夫坐下来将心比心跟这些员工谈话。谈判持续了三天三夜也未能达成满意的解决方案(即希望谈判的员工们信任他留下来继续工作)。最后，稻盛和夫为了表达自己的诚意和决心把刀子往桌上一拍说：“我要用我的生命作保证，为了大家能过上好日子我会用生命去维护好这个公司。如果你们发现我是

<sup>1</sup> 1983年京都一部分青年企业家希望稻盛向他们传授经营知识和经营思想，自发组织了“盛友塾”，不久改名为“盛和塾”，取事业隆盛的“盛”，人德和合的“和”两个字，又恰与“稻盛和夫”名字中间两字相一致。目前，盛和塾在中国大陆北京、大连、青岛、无锡、上海、广州、重庆等地设有分塾。

<sup>2</sup> 日本的世界著名实业家、哲学家。1932年出生于日本鹿儿岛、毕业于鹿儿岛大学工学部。27岁创办京都陶瓷株式会社(现名京瓷Kyocera)，52岁创办第二电信(原名DDI现名KDDI、目前在日本为仅次于NTT的第二大通讯公司)，这两家公司又都在他的有生之年进入世界500强，两大事业皆以惊人的高效成长。他又于2010年2月1日应邀出任破产重建的日航董事长，用大约一年的时间使日航扭亏为盈又一次创造了稻盛经营神话。

<sup>3</sup> 稻盛和夫通过经营实践开发的一种经营模式。所谓的阿米巴经营就是以各个阿米巴的领导为核心，让其自行制定各自的计划，并依靠全体成员的智慧和努力来完成目标。通过这样一种做法，让第一线的每一位员工都能成为主角，主动参与经营，进而实现“全员参与经营”。

为了自己的私心杂念而经营公司，你们可以随时砍死我！”对如此的行动，员工们也信服了稻盛的诚意和决心。从此，经营目的做了调整，稻盛与员工之间就明确为一种合作伙伴关系。

创业时 28 个人，他处处冲在第一线，充当研发、制造、技术服务等的当头兵，可以说是阵阵不落的。但是随着业务量的增加，公司人数逐步扩展到了 100 人、200 人、300 人。这样他再能折腾，再阵阵不落，也忙不过来了。他开始思考：公司经营管理到底靠什么？靠一两个人的智慧和能力能行吗？显然不行了。他甚至想到了中国的《西游记》！这给了他很强的启示：孙悟空一遇险情，就会拔出一把毫毛来一吹，每一个敌手面前便都会出现一个孙悟空在那里迎敌对阵。真是太妙了！稻盛就没想到：我能不能也学学孙悟空，也拔出一把毫毛来一吹，这样每一个业务现场不就有个稻盛和夫在奋斗？基于这种设想和其他因素的综合，稻盛有一天突然产生一个想法：既然我一个人能够管理 100 名员工，而一些中层人员还只能管理 20 人、30 人。为什么不把公司分解成若干小集体呢？何不放权给这些小集体让他们自成一体自己管理呢？这样的思考，让稻盛和夫联想起在鹿儿岛大学学习的阿米巴。阿米巴又称变形虫，属原生动物变形虫科，虫体赤裸而柔软，其身体可以向各个方向伸出伪足，使形体变化不定，故而得名。变形虫最大的特性是能够随外界环境的变化而变化，不断地进行自我调整来适应所面临的生存环境。想到这些稻盛很兴奋，于是就决定用阿米巴来形容他公司的小集体管理单元/小组。这样阿米巴经营这一概念也就诞生了。

## 2. 阿米巴的划分及核算制度

后来，京瓷大约有 13000 名员工，共被划分为 1200 个阿米巴。也就是说，平均每 10 个人当中就有一人是阿米巴领导人。每一个阿米巴是一个独立核算单位。一个销售团队，一道工序，都可能被划分成一个阿米巴。所有阿米巴采用“单位时间利润”这个指标进行核算、对比。具体计算公式为：

$$\begin{aligned} \text{总附加价值} &= \text{总收入} - \text{人工费以外总费用} \\ \text{每小时贡献价值} &= \text{总附加价值} / \text{总劳动时间} \\ \text{小组劳动贡献} &= \text{每小时附加价值} / \text{小时工资} \end{aligned}$$

通过单位时间核算制度公式，使各个部门、各小组，甚至某个人的经营业绩变得清晰透明。一般来说，大公司的员工很难对自己工作的具体成果有实在的感觉，他们常常只是公司庞大系统中的一个小小的齿轮。从这点上看，单位时间的附加价值激励员工的动力。因此，阿米巴经营是一种全员参与型的经营体系，每位员工都要充分掌握自己所属的阿米巴的组织目标，在各自岗位上为达到目标而不懈努力，在其中实现自我价值。公司会按月公布各小组每单位时间内的附加价值，各个小组当月的经营状况、每个组员及小组所创造的利润及其占公司总利润的百分比等等，都一目了然。

## 3. 阿米巴小组的激励方法

每个小组的成绩当然有高下之分，但公司并不因此在此工资、奖金上有差别待遇。对成绩好的小组只是做些表扬，颁赠纪念品，京瓷公司始终坚持只给予他们“对公司有贡献”的荣誉。对经营业绩不佳的阿米巴，公司会严格追究责任，但所谓“经营业绩不佳”并非单看附加值，也会从附加值来考察经营内容。有时单位时间附加值较高的阿米巴干部反而得到较低的评价，因为他可能为了自身利益，而不顾其他阿米巴的状况如何，从而被认定为“经营业绩”不佳。这样做是为了避免各个阿米巴之间恶性竞争局面的出现。即阿米巴经营强调关注人心，让人学会用心经营而不是只顾自己而忘记他人。也可以说，阿米巴经营就是一种基于现场的注重人心的管理会计体系。它将公司组织分为一个个的“阿米巴”小集体，而各个小集体，就像是一个个的小企业，在保持活力的同时，以“单位时间核算”这种独特的经营指标为基础，彻底追求附加价值的最大化。

## 4. 阿米巴经营不是成果主义<sup>1</sup>

2009 年 11 月初，稻盛和夫与张瑞敏在中外管理恳谈会上对话。两个人讲话的主题是一个，稻盛和夫讲阿米巴经营，张瑞敏讲自主经济体。张瑞敏说：标准利润留归公司，超额利润归自主经济体分配。稻盛和夫说：你那是成果主义！那样是行不通的！我搞了几十年的阿米巴，我知道其中的窍门。成果主义会激励各经济体去争抢资源，

<sup>1</sup> 成果主义：是欧美普遍采用的一种劳动报酬制度。就是将个人当年的年薪跟当年的业绩挂钩。如果绩效指标达到并超过，就能获得相当丰厚的年薪。在这种薪酬模式下，个人的收入与绩效是密切关联的，两者之间有直接的数学关系。

结果使得整体配合的效能不好。而阿米巴经营要的是整体效益。阿米巴并不把考核结果和个人以及团队的收益挂钩。阿米巴的奖励是做得好的领导人得到提升，承担更大的责任，有更大的事业舞台。阿米巴考核的作用是让各阿米巴经营单位了解自己的经营状况，找出改善问题的方法，提高经营业绩。是业绩改善的工具，是发现人才的方法，却不是奖金分配的依据。阿米巴经营不是成果主义！如何避免放任自流？阿米巴经营既然把决策权下放给了现场，就会面临放任自流、失去对现场控制力的危险。企业需要采取一些具体措施来防止此类问题的发生。单位时间核算指标正是链接决策层和现场的纽带。通过这一纽带，决策层和现场具有了共同的经营目标。单位时间核算指标可以让现场员工感觉到决策层对自己工作的关注，这种感受可以大大激活现场的活力。有了这一指标，决策层也可以随时介入指导和监控各个阿米巴的经营情况，防止各阿米巴随心所欲、偏离主旨。降低经营难度，逐步培养人才经营一个大公司是一件非常困难的事情。但是，谁都可以从经营一个8-10人的小团队开始。小团队面临很大的经营压力，如果有人在其中偷懒，一下子就能反映出来。就因为团队太小，所以每个人都必须竭尽全力，都能发挥作用，才能保证小团队的经营在竞争中不会落后其他阿米巴。经营一个阿米巴和经营街边的一个杂货铺差不多。没有人天生就是领导者。自信是在不断积累成功经营之后一点点建立起来的。先经营最小的阿米巴。等员工积累了一定的经验之后，再分一个大一点、复杂一点的阿米巴给他。阿米巴经营模式正式通过这种方式为员工创造了一个谁都可以轻而易举地经营一个阿米巴的环境，并能最大限度地挖掘出员工的潜力。

综上所述，阿米巴经营就是稻盛和夫通过经营实践创立的以各个阿米巴的领导为核心，让其自行制定各自的计划，并依靠全体成员的智慧和努力来完成目标经营方式。通过这种经营手法，让第一线的每一位员工都能成为主角，主动参与经营，进而实现“全员参与经营”。具体地稻盛将其总结为阿米巴经营的三个目的：a. 确立与市场挂钩的部门核算制度；b. 培养具有经营者意识的人才；c. 实现全体员工共同参与经营。第一个目的很关键，保证每个小单位都没有次品，都合格，公司整体产品就是合格的。这种方法比绩效考核更进一步，每个阿米巴的绩效是放到市场上去衡量的，这很重要也更绩效。另外可以全天候触摸市场脉搏，随时调整，规避风险。第二个目的说明，通过诸多的阿米巴小单位为大量的员工提供了当领导的机会，也就培养了大量的有经营意识的领导。现在无论大公司，小公司，都会遇到人才培养的问题，这就是有效的解决办法之一。第三个目的，全员参与。通过阿米巴小集体的经营，给每个员工创造了发挥自己能力的场所和机会，各抒己见各尽其能使全员参与经营成为可能。

另外根据稻盛的实践经验，他还强调了实现阿米巴经营的两个前提条件：a. 企业经营者的个人魅力。经营者必须具备“追求全体员工物质和精神两方面幸福，并为社会做贡献”的明确信念；b. 所谓的“哲学共有”，即共同的经营价值观和哲学。把“做人何谓正确”这一基准作为公司经营的原理原则。以此为依据对所有事情做出判断。德才兼备是阿米巴成功者的必备条件，缺一不可。

那么，什么是稻盛所说的经营哲学呢？下面我们就来探讨一下稻盛哲学的内涵。

## 二. 什么是稻盛经营哲学<sup>1</sup>

### 1. 关于企业经营哲学

企业经营哲学，是指导企业进行生产经营、资本运作和管理活动的一种经营理念。它贯穿于企业经营管理活动的全过程，是企业经营管理和全体员工自觉从事各项工作的思想基础。应用正确的经营哲学将企业引向发展壮大之路的成功范例当属日本京都陶瓷公司。该公司的创设者（现任日本京都陶瓷公司名誉会长）稻盛和夫应用其“以心为本”的利他经营哲学，将京都陶瓷公司由创设时的仅有28人、300万日元资本金的小企业发展成为举世闻名的世界500强大企业之一。该公司的经营哲学（即稻盛哲学）不但在日本得到了广泛地传播，推动了日本一大批中、小企业的发展，而且在日本国以外也有相当数量的企业、研究机构推崇、研究它。在中国，稻盛经营哲学也以其独特的魅力与广泛的适用性，得到了中国众多企业界、学术界人士的认可。从1995年稻盛和夫应中国国家计委学术委员会和中国投资发展促进会联合邀请，到中国介绍他的经营哲学至今，稻盛经营哲学在中国的传播已有十多个春秋。目前，他的这一经营哲学已在中国企业界、学术界产生了巨大的影响，做出了不容忽视的贡献。

### 2. 关于稻盛经营哲学

a. 稻盛经营哲学的形成过程：根据稻盛(2011a)的介绍，他在27岁的时候，在几位朋友的援助下，创立了京瓷公

---

<sup>1</sup> 是指稻盛和夫在长期的经营实践中，总结出的一套独特的哲学理念。稻盛不仅是一位卓越的企业家，还是一位企业思想家，从企业家上升到思想家是成功之根本。他的经营哲学集中到一点就是：“敬天爱人”，这对企业家们很有启发，深受教育。

司。京瓷创业时的产品是电视机显象管所使用的绝缘零部件，这是用他在此前工作过的松峰工业一家制造电子绝缘产品的企业所开发的陶瓷材料制造的产品。当时他很年轻，刚从大学毕业不久，在松峰工业负责了从产品的研发、生产制造到销售的一系列工作。就是说，不仅仅是研究新材料，而且从使用这种材料开发产品到制订生产工艺，设计生产设备，从日常的生产过程，到与客户打交道的营业活动，有关这个产品几乎全部的工作都由他来承担。这为他熟悉产品经营活动的全过程创造了学习的契机。但是就公司经营而言，他当时还没有太多的经验和知识。因此，在京瓷公司成立之初，三百万日元资本金的筹措，为购置设备等，从银行借贷一千万日元等工作，这是创建公司的准备工作，应该如何进行他一无所知。同时从创业后的第一个月开始，虽然只有28名员工，但为了向他们支付工资、奖金等资金的周转应该如何运作，他也摸不着头脑。同时产品唯一的客户是松下电子工业，他忙于去交货，忙于收取货款，努力工作。但作为经营者，到底应该怎样经营企业，从一开始他就对此烦恼不已。应该如何经营企业？从想法到做法，他每天都在认真加以思考。就是在这个过程当中，孕育出了稻盛经营哲学的雏形。

其实，据他说：时时从根本上思考事物应有的状态，这种思考的习惯从松峰工业时期他已经具备了。松峰工业连续亏损，到发工资的时候，工资付不出，常常拖延一个星期，甚至两个星期。奖金更不用谈了。企业与工会总是纷争不断，公司内红旗招展，一年到头罢工不停。当时他曾想离开这个公司，但却不能如意。公司分配给他的工作是开发新型陶瓷材料，他不得不投入这项研究。当时公司待遇低，缺乏像样的研究设备，条件恶劣。在这种情况下，要想做出出色的研究成果，该抱有一种什么样的心态投入工作呢？这个问题他每天都在思考，烦恼不已。从这时起，为了做好工作，必须具备怎样的思维方式，必须抱有怎样的心态。每当他有所感悟时，他就把自己的想法记在研究实验用的笔记本上。这样，当他开始经营京瓷公司的时候，他常常把记录了以前工作要诀的笔记本拿出来，然后添加上经营中新的体悟，将这些工作和经营中的要点重新加以整理。他自己投身于工作，埋头于经营，在实践中反复思考究竟该怎么做，工作和经营才能顺利开展。在这一过程当中，终于领悟了有关工作和经营的理念、思维方式以及具体的方法模式，归纳起来就形成了稻盛经营哲学。并且，稻盛把经营哲学的概念总结如下：所谓哲学首先应该是经营公司的规范、规则，或者说是必须遵守的事项。经营公司无论如何都必须有全体员工共同遵守的规范、规则或事项。这些作为哲学必须在企业里明确确立起来。所谓哲学用来表明企业的目的，企业的目标，也就是要将这个企业办成一个什么样的企业。同时这种哲学还要表明为了实现自己希望的理想的企业目的，需要有什么样的思维方式，因此这种哲学在企业经营中是必不可少的。哲学可以赋予企业一种优秀的品格，就像人具备人格一样，企业也有企业的品格。企业经营需要非常优秀的哲学，这是因为这种哲学可以赋予企业优秀的品格。人要具备优秀的人格，企业要具备优秀的品格，要做到这点就要明白做人应有的正确的生活态度，而哲学就像前面所提到的一样，它就是用作为人何为正确为基准进行对照，从中归纳出正确的为人之道。这种正确的为人之道在普遍的伦理观之上，所以这种哲学超越国界，在全球性经营中也能有效发挥作用。

#### b. 稻盛经营哲学的主要内容：

根据稻盛(2004)的叙述，稻盛经营哲学的主要内容可做以下总结。

##### ①工作是磨炼灵魂的道场

无论做什么工作一定要先把心灵打扫干净，把自己的思想变得纯洁起来一心应对眼前的工作。这不是为了别人，而是为了自己的人生乃至企业经营。人为什么活着？经营为什么需要哲学？这是人生乃至企业经营中最基本的问题。企业家要在企业内部确立正确的思维方式，确立正确的哲学，并不懈努力与员工们共同拥有这种思维方式和哲学。这样的话，企业就一定能发展，一定能保持长期的繁荣。同时，还要努力提高自己的心性。人生，就由人们的心灵来创造的。

##### ②人生和工作结果方程式

从年轻时起，稻盛就通过工作和思考推演出了一个关于人生和工作结果的方程式。即“人生即工作的结果=思维方式×热情(努力)×能力”。观察许多的人生，有人幸福，有人痛苦；企业经营亦是如此，有人做得繁荣昌盛不断前进，有人却做的门庭冷落以失败告终。如此大的差别究竟从何而来？他从年轻时就不断思考这个问题，结果推演出了上述这个方程式。人们一般认为，人与人之间的差别取决于个人能力的不同，包括智商、体能等，并认为这些与生俱来的能力决定着人生和事业的成败。但稻盛认为事实并非如此。他发现，能力或许占了很大的比重，可所持的思维方式、哲学、思想，其实发挥着更重要的作用。他毕业于日本的地方大学，绝对不是才能出众的人。

为了鼓励自己奋发图强，他不相信只靠能力就能决定人生或经营的成败的成见。反而认为不管能力是否出众，只要竭尽全力、一丝不苟地去生活，充满热忱地去生活，付出不亚于任何人的努力，就一定会收获好的结果。的确，他的近80年的人生之路，完全证明了他的这一方程式的正确性。

公式中的几个要素不是做加法，而是做乘法。能力和热情(努力)相乘因人而异。但如果是思维方式不正确就会产生难以想象的巨大差别。举例来说，若思维方式正确即为正数，那么，思维方式 $80 \times$ 热情 $80 \times$ 能力 $60 =$ 工作结果 $384000$ 为正数。相反，若思维方式不正确即为负数，那么，思维方式 $-80 \times$ 热情 $80 \times$ 能力 $60 =$ 工作结果 $-384000$ 为负数。而且，在不正确的思维方式引导下的努力和能力只会产生更多的负面结果。由此可见，做任何事情思维方式是很重要的。

### ③思维方式决定人生和经营

所谓“思维方式”就是哲学，也可以叫人生观或判断的基准，即人心中抱有的思想、所持有的价值观。上面公式证明，人因持有的“思维方式”不同，其人生和工作的结果就会迥然相异。也许有人会想，“有一丁点消极的想法没关系吧”。可事实是，哪怕只有一点负面的想法，其与努力和能力相乘的结果就会全部变成负值。因为几个要素之间是相乘的关系，所以“思维方式”哪怕只是负的1分，结果都变成负值。并且越是热情足、能力强，就越会造成大的负面结果。而且，如果是带领众多下属的领导人或经营者抱有一点负面想法，那么造成的负面结果影响就更大了。结果不仅影响到自己，也会把周围的人带入不幸的深渊。作为实例，稻盛说他没有杰出的能力。正因为如此，他必须具备超出常人的热情，必须付出不亚于任何人的努力。同时，掌握比常人更优秀的“思维方式”，也就是优秀的哲学、卓越的思想、高尚的人生观、正确的判断标准。为此，他努力学习孔子、孟子、阳明哲学等中国古代典籍，同时钻研佛陀教海的宗教精华，努力把这些圣贤们的哲学根植于自己心中以不断产生正面的思维方式来指导经营实践。

### ④以善恶而不以得失来做判断标准

人是“思想”的主人，人格的创造者，自己环境和命运的设计和践行者。在心里种下美丽的花草种子然后精心照料，就可以结出丰硕的成果。反之，如果疏忽了照料，就会招致杂草丛生不能结出美丽的花果。因此，一定要把心灵打扫干净，把自己的思想变得纯洁。这不是为了别人，而是为了自己的人生和经营。人既有善良之心也有邪恶之心。所谓善良之心，就是把自己的事情搁在一旁，而祈愿周围人幸福的、充满着温情的利他之心。所谓邪恶之心，就是只要自己好就行的利己之心。所以尽量抑制只要自己好就行的这种利己的想法，而让善良的利他之心更多地占据我们的心灵。这就是做修行、修养，就是塑造善良人格。而且，这样做还可以帮助我们对事情作出正确的判断。

企业经营者在日常工作中需要对各种事情作出判断。此时如果放任自己，不思向善之念，结果就会不以善恶而以得失来作出判断。考虑得失，属于本能，就是凭算计损益，自己赚还是不赚，由此作出判断。不仅如此，还有感情用事，以自己是否受到侮辱来作出判断，或者以无谓的虚荣心来作出判断。要以一颗善良之心作判断，必须经过严格的训练，否则就很难做到。例如，稻盛在青年时期，从自我戒勉的角度曾经常对干部和部下这么说：“发生了问题，需要对事情作出判断时，瞬间浮现在脑海中的想法，几乎都出自于本能。因此，不可以用刚刚冒头的想法立即对事情作出判断。‘稍等一下！’先把这个判断暂时搁置，然后运用理性进行思考，或者用善恶来衡量。不是看对自己是否有利，也不从感情出发进行判断，而是动用理性，用善恶去判断。暂且放入一个‘缓冲器、’待考虑好以后再下决断，这一点很重要。”这正是稻盛哲学不以得失而以善恶来做判断标准的真实写照。

### ⑤作为人，何为正确？

在稻盛哲学中，有“作为人，何为正确？正确的事物要正确地贯彻”这个条目(稻盛2015)。稻盛时常将这样的问题抛给自己，为维持正确的判断基准而不懈努力。所以说，稻盛哲学既作为企业经营的判断基准，同时也是他自己生活的规范。

企业经营中，往往会有不体面的事件或者丑闻发生。人员多了，其中难免会有思想错误的人，因一时冲动而做错事坏事的人。为了不让这些人走向错误的道路，企业需要有规范、有理念，其实这就是企业经营哲学。在企业内确立正确的规范、理念，使其成为人们的共识，就能防患于未然。例如，几年前在中国，乳制品巨头三鹿集团因发生了三聚氰胺毒奶粉事件，导致资不抵债而破产。这样的事例，起因都是企业忽视了经营企业必须遵守的规

范规则。企业舞弊丑闻之所以发生，都是因为企业没有明确确立自己的“哲学”，或者说即使有这种“哲学”也没能在企业里面渗透消化。在多数企业里，没有经营者会向员工们提出“作为人，何为正确？”而稻盛思考的所谓“哲学”却正是针对这个问题的解答。同时，这也是孩童时代父母老师所教导的做人的最朴实的原则，例如“要正直，不要骗人，不能撒谎”等。这么起码的东西还需要在企业里讲吗？或许有人感到惊奇。但是正因为不遵守上述理所当然的做人的原则，才产生了各种各样的企业丑闻。换句话说，经营者没有将依据哲学的规范、规则和必须遵守的事项当作自己日常生活的指针、当作经营判断的基准，才导致了各种各样的企业丑闻的产生。

因此，仅仅从“作为人，何为正确？”这一句话中引申出来，并用它来说服教育员工，结果就可以避免各种各样企业丑闻的滋生。“把作为人应该做的正确的事情以正确的方式贯彻到底”，虽然是极为简朴的判断基准，但正因为遵循由此得出的结论去做，京瓷从创立以来长达半个世纪，经营之舵从未偏离正确的方向。后来京瓷进军海外，这样的判断基准更成为全世界普遍适用的哲学，当然这种哲学同样适用于中国的企业吧。

#### ⑥人生是磨炼心灵的道场

稻盛经常说：如果你想把自己公司经营得很出色，那么提高你的心性很重要。你的心性提高了，你拥有了一颗美好的心灵，公司也会相应变得出色。如果作为经营者的你拥有美好的心性，那么公司员工也会效仿，心灵也会得到净化。如此心地美好的人们团结共事，公司就会取得令人难以置信的成功。归根到底，就是“提高心性，拓展经营”。如果想拓展经营，首先要做的就是提高经营者自身的心性。然后，在提高自己心性的同时，也努力使周围员工的心性得到提高。这样结果便不言而喻了。不仅事业会取得成功，而且这种成功也能够长久地维持下去。“提高心性”不仅对于企业经营，而且对于整个人生都非常重要。“提高心性”就是磨练心灵或者磨练灵魂。所谓磨练心灵或者磨练灵魂，换言之，就是提升人格，丰富人性，塑造美好的人性。也就是塑造一颗诚恳的、优雅的、充满关爱的心。人们与生俱来的灵魂，经过现世生活工作波涛的洗刷和磨炼，会变得更加美好。这就是人生之所以存在的意义。在迎接死亡时，人们应该拥有比出生时略微美好的灵魂，拥有充满关爱之心的灵魂。否则，活在现世毫无价值。所以人生就是磨练灵魂、磨练心灵的“道场”。为了磨练灵魂，首先需要的是拼命工作。拼命工作对磨练灵魂最为有效。

#### ⑦稻盛哲学的核心——敬天爱人

所谓的敬天，即敬畏上天，意思是说，我们虔诚的遵循宇宙意志和客观规律，追求共生共存（稻盛 2011b）。所谓的爱人，即热爱众生。包括热爱大自然、热爱人类、热爱工作、热爱自己、热爱公司、热爱祖国等等。而“敬天爱人”的理念，落实到人们的思维和行为当中来，就是要求人们“恪守正确的做人准则”。所谓的“正确的准则”一般指：积极向上，具有建设性；善于与人共事，有协调性；性格开朗，对事物持肯定态度；充满善意；能同情他人，宽厚待人；诚实、正直；谦虚谨慎；勤奋努力；不自私，无贪欲；有感恩之心，懂得知足；能克制自己的欲望等等。与此相对的便是“错误的准则”，比如：态度消极、否定，缺乏协调性；阴郁、充满恶意，心术不正，想陷害他人；不认真，爱撒谎，傲慢，懒惰；自私、贪心、爱发牢；憎恨他人，妒忌他人等等。

“敬天爱人”、“恪守正确的做人准则”，其本质就是利他，利他行为和利他思想。当人们以利他作为行动的指针时，实际上就抛弃了很多人所采用的只要对“对自己有利”就行、只要“对本公司有利”就行的自私的利己的行为准则。因为利他的“正确性”，所以既能够被全员认同并共有，又能得到合作伙伴的认可和支持，也能得到社会各界的理解和鼓励。稻盛认为，京瓷的成功，不是因为很多人认为的拥有先进的技术、赶上了时代潮流，而是因为有着正确的判断基准和行为准则。即所谓的“敬天爱人”、“恪守正确的做人准则”等的利他主义思想。

那么什么是利他主义思想呢？本文的第三部分就来解读一下利他主义。

### 三. 关于利他主义

#### 1. 什么是利他主义

根据屠(2001)的研究，19世纪法国实证主义哲学家、社会学家孔德借用拉丁文 alter 来表示同利己倾向对立的乐善好施，最早在伦理学上提出利他主义(altruisme)一词。在社会心理学领域内，绝大多数的心理学家是从行为上对利他主义加以定义的，认为利他主义是一种不指望未来酬劳而且是出于自由意志的行动，即是出于自愿和自



择的助人行为。另根据林啟禎的描述<sup>1</sup>，利他主义(altruism)一词源自于法语 altruisme，字源可溯自意大利语 altruismo 及更早的拉丁语 alter，泛指其他、别人的意思。可见二者关于利他主义的一词的来源判断是一致的。利他主义是一种无私的为他人福利着想的行为，在道德判断上，别人的幸福快乐比自己的幸福快乐重要。利他主义在许多思想和文化中是一种美德。是一种形式上与利己主义相对立的道德原则和道德标准。道德中的利他主义是指自己的幸福与快乐建立在他人的幸福与快乐之上。以他人的幸福快乐为自己的幸福快乐，以满足他人的需要为自己行为的准则。其实这种思想与稻盛的“敬天爱人”、“恪守正确的做人准则”也是一致的。

## 2. 利他主义的主要理论分类

a. 利他主义的生物学理论。Wilson(1976)在社会生物学一书中就提到了有关利他行为的生物学观点。在他看来，利他行为的表现是由基因安排的，目的就在于最大限度地复制和保存其自身的基因。根据郭(2005)推崇的Hamilton的亲属选择论公式，在“ $K > 1/r$ ”这样一个不等式成立的情况下，一个生物个体就可能做出有利于另一个生物个体的行为，有时甚至会牺牲自己。这里的K表示行为之后接受者所得的获益同利他者所受的损失的比率，r则是二者所共有的基因比率。而个体与亲代、子代或同胞个体至少有50%相同的基因。根据这样一个不等式原则，个体如果能够以自己的牺牲拯救两个以上（不少于两个）的同胞兄弟的生命，那么他虽然牺牲了自己，但自己的基因仍然得到了保存。在Hamilton看来，成为社会中的一分子对群居动物有很重要的生存价值，天生的社会动机比以自我为中心还要重要。个体生活在一个合作的社会里，能够更好的抵抗自然环境中的敌人，也有利于基本需求的满足。合作、利他的个体更容易存活并且将这种利他基因传给下一代。如此，经过数代的繁衍，人类的进化过程也就保存了这种利他动机。

b. 利他主义的社会交换理论。根据路(2002)推崇的美国心理学家Homans的学说，该学说用社会交换理论来解释利他主义行为。该理论认为，人与人之间的交往遵循“社会经济”原则。人类不仅交换金钱和物质产品，也交换社会性物质，如爱、服务、信息和地位等。社会交换理论认为虽然人类并非有意识地对收益与代价进行权衡和监控，但可以以此为依据来分析人们的行为。即使是完全着眼于他人的福祉的利他行为，社会交换理论分析认为：对于利他者而言表面上只有付出没有收益，但实际上它的收益是内在的奖赏，是利他者实施利他行为后对自己的肯定和满意，它给利他者带来了快乐。

c. 利他主义的动机论。根据时(2001)，斯托布首先提出动机理论来解释利他行为的产生。他认为人们在社会化过程中逐渐发展起来的价值观，特别是利他行为的价值观，是人们做出利他行为的主要动机。卡利罗斯基则认为利他行为有两种动机源，一种是指向个体的内心世界，用以个体积极的自我形象的维护和提升，称为内倾的利他；另一种指向外部世界，用以改善处于困境中的人的条件，称为外倾的利他。

总而言之，诱发利他主义行为的动机可以分为：(1) 无私的利他主义的动机，其目的在于帮助他人不图回报；(2) 内化的道德观念的动机，其目的在于坚持道德规范。(3) 同情移情动机，同情移情作为利他行为的动机源，是指能够知觉、体验、分享他人的情感并能引起利他行为的能力感受。

## 3. 利他主义的表现形式

a. 生物学上的利他主义表现形式：即有血缘（基因）关系的生物个体为自己的亲属提供帮助或作出牺牲的利他主义行为。例如父母与子女、兄弟与姐妹之间的相互帮助。一般情况下，这种以血缘和亲情为纽带的利他行为不含有功利的目的，因此有人把它称为“硬核的利他”（hard-core altruism）。但生物学的研究业已证明，“亲缘利他”对生物个体来说并非没有回报。根据“亲缘选择”理论，生物的进化取决于“基因遗传频率的最大化”，能够提供“亲缘利他”的物种在生存竞争中具有明显的进化优势。因此，“亲缘利他”不仅在人类社会，而且在整个生物世界都是一种非常稳定、非常普遍的行为模式。例如，当幼鸟遭受攻击时，许多鸟类父母都会挺身而出，用伪装受伤的方法把猛禽引向自己，使子女得以逃脱。所以，无论在人类社会或生物世界，“亲缘利他”在父母与子女关系上表现得尤为动人和充分。而随着亲缘关系的疏远，“亲缘利他”的强度也会逐步衰减。

b. 互惠的利他主义表现形式：即没有血缘关系的生物个体为了回报而相互提供帮助。生物个体之所以不惜降低自己的生存竞争力帮助另一个与己毫无血缘关系的个体，因为它们期待日后得到回报，以获取更

<sup>1</sup> <http://ortho.clmed.ncku.edu.tw/~cjl/othernote/286.html> (台湾國立成功大學醫學院林啟禎教授 关于利他主义)

大的收益。从这个意义上说，“互惠利他”类似某种期权式的投资，所以有人把它称为“软核的利他”（soft-core altruism）。例如，一种生活在非洲的蝙蝠，以吸食其他动物的血液为生，如果连续两昼夜吃不到血就会饿死；一只刚刚饱餐一顿的蝙蝠往往会把自己吸食的血液吐出一些来反哺那些濒临死亡的同伴，尽管它们之间没有任何亲属关系。生物学家发现，这种行为遵循着一个严格的游戏规则，即蝙蝠们不会继续向那些知恩不报的个体馈赠血液为食。显然，这是一种非常典型的“互惠利他”。根据“边际效用递减律”，当施惠者与受惠者互相换位时，同样数量的血液将产生更大的边际效用，从而使这类行为具有明显的经济学含义。不过，由于施惠与回报存在着时间差，从而使这种期权式的投资具有很大的不确定性。因此，“互惠利他”必然存在于一种较为长期的重复博弈关系中，而且还要求形成某种识别机制，以便抑制道德风险和个体的机会主义倾向。

c. 献身型利他主义表现形式：即利他主义行为者不追求任何针对其个体的客观回报。如人类社会的战争中的英雄主义行为，英雄不图回报地牺牲了自己却保护保存了战友有生力量。这在动物界也不乏其例，如汤姆逊瞪羚（Thomson's gazelles）的利他主义行为：当狮子或猎豹接近时，往往会有一只瞪羚在原地不停地跳跃向同伴们发出警告。生物学家观察到，这是一种非常特殊的行为方式，它只发生在最早发现危险的汤姆逊瞪羚身上。按照一般的行为原则，最早发现危险应该最早逃跑才是最佳生存策略。但汤姆逊瞪羚的“英雄主义”却放弃了第一时间逃生的机会，并以此代价向同伴报警，使自己暴露在捕食者面前。

综上所述，我们可以看出稻盛经营哲学的本质就是利他主义。稻盛所独创的阿米巴经营模式起源于对员工即他人生活得关爱和责任心，然后发展为具有普遍意义的稻盛哲学体系即利他主义体系。稻盛主张“利他”是经商的出发点。在从事经营活动中，必须用大家都认同的正确的方法追求利润，而且最终目的一定是有益于他人及社会才能实现可持续性发展。“奉献于社会，奉献于人类”的利他精神——即谋求公共利益甚于私利的精神——曾经是初期资本主义的伦理规范。对己以严格的伦理自律，对外则以利他为自己的义务。其结果，就是资本主义经济得以飞速地发展。

中国处在社会的变革期，作为经营者或者是每一个人都必须要不断地做出正确的判断，做事情要想想是仅仅对自己有利，还是对他人及社会也有利。这个答案不同，会导致结果不同。以私利私欲作为基准来判断还是以利他主义基准来判断，结果截然不同。在变革期，要进行什么样的变革，完全是由这个人的人格理念来决定的，这非常重要。牟利之心是经商或其他人类活动的原动力。所以，任何人都可以有赚钱的“欲望”。但是，欲望不能只停留在利己的范围内，同时也要有利于他人的“欲壑”并谋求公共利益。因为利他精神终究也将有利于自己，而且，该利还将继续扩大。就拿经营公司这一行为来说，行为的本身就包括为了自己、为了社会、为了他人的“利他行为”。为了公司、为了家庭的行为中，同时也包含利他之心，但那种认为“只要自己公司赚钱就行”，“只要自己家人好就行”的观点，就已经转变成自私，并将有可能永远停留在自私层次上了。为了公司的“利他行为”，如果只是为了公司，从社会看来也就是公司自私。为了家人的个人意义上的利他，如果眼里只有家人，从另外的角度来看，也反映了以家庭为单位的自私。所以，为了不停留在低层次的利他上，重要的是养成更广视角看事物，立足更大范围对待自己的个人行为。例如，从事经营活动，不要以为只要公司赚钱就可以了，应该也为合作方获取利润，还应该为消费、投资方、区域性利益作出贡献。而且，从个人、家庭、地域到国家、世界、地球、宇宙，将利他精神尽可能扩散、延展开来。这样，就能从渺小的自我扩大到更大视野，就能关注到周围各种各样的事物。这样，就能客观地做出正确判断，同时也能规避失败。避免了自己和公司的失败就是对他人对社会最好的利他主义行为。这也许就是稻盛经营哲学给予中国社会的最好启示吧。

#### 参考文献

- 郭永玉(2005)《人格心理学》中国社会科学出版社。
- 稻盛和夫(2009)《阿米巴经营模式》陈忠译，中国大百科全书出版社。
- 稻盛和夫(2011a)《经营为什么需要哲学》曹岫云译，中信出版社。
- 稻盛和夫(2011b)《敬天爱人》曹岫云译，万卷出版公司。
- 稻盛和夫(2014)《活法》，[日]著，廖月娟译，东方出版社，2014年5月。
- 稻盛和夫(2015)《作为人，何谓正确？》周征文译，东方出版社。
- 路海东(2002)《社会心理学》东北师范大学出版社。

时容华(2001)《社会心理学》上海人民出版社。

屠文淑(2001)《社会心理学理论与应用》人民出版社。

Wilson, E.O. (1976) *Sociology: The New Synthesis*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.

**潘 山海 ShanghaiPAN:** 大阪市立大学特任准教授、博士(Global Business). *City, Culture & Society* 的助理编辑。1985年毕业于中国内蒙古林学院。1999年10月自费留学来到日本。2000年3月考入大阪市立大学研究生院经营学研究科连续读完硕士(MBA)和博士(DBA)课程并于2005年3月获得全球商务博士学位(Doctor of Global Business)。2005年4月起担任宝塚造形芸術大学媒体内容学院专职准教授并兼任该大学研究生院的多文化商务沟通讲师。2014年4月起被聘为大阪市立大学特任准教授(现职)。主要著作:『中国中小企業の発展状況と経営特性に関する考察』(2005年、博論、大阪市立大学)、Development Features & Recent Trends of China's VTE (『経営研究』第55巻第3・4号, 2005)、「中国の広報学:公共関係学について」(2006年『日本広報学会関西西部会報告書』)、A Preliminary Study on the Evolution of Design Management (『宝塚大学紀要』ARTES, No. 20, 2006)、Discussion on Globalization & Localization Roles Played by Service Design (『宝塚大学紀要』ARTES, No. 21, 2007)、Sur Les Problemes De La Communication Et De La Globalization (『宝塚大学紀要』ARTES, No. 22, 2008)、On the Causes of the Global Financial Crisis & its Countermeasures (『宝塚大学紀要』ARTES, No. 23, 2009)、「グローバル時代の異文化コミュニケーションについて」(『宝塚大学紀要』ARTES, No. 27, 2013)。



## 第6章

### 都市創造性とレジリエンス

大阪の都市創造性とその源泉としての利他主義

(城市的創造性和恢復力：大阪的城市創造性及作為其源泉的利他主義)

岡野 浩 (Hiroshi OKANO)

**要旨：**都市創造性とレジリエンスは密接な関係を有している。本稿では大阪の創造性の源泉が他の地域との文化的ネットワークによるものであることを示すとともに、国を跨いだ（トランスナショナルな）文化遺産や記憶遺産の重要性を説き、そのベースには利他主義があることを主張する。

城市的創造性和恢復力有着密切的关系。本文揭示了大阪城市创造性的源泉是来自其与其他地域的文化网络作用的结果。另外、本文在阐述跨国(Transnational)文化遗产及记忆遗产的重要性的同时、强调了利他主义作为其基础的重要作用。

**キーワード：**都市創造性、レジリエンス、植物社会デザイン、UNESCO、記憶遺産、文化遺産、メタセコイア  
(城市創造性、恢復力、植物社会的设计、联合国教科文组织、记忆遺產、跨国文化遺產、水杉)

#### I. 序

近年、エネルギー、資源、食糧、人口、気候変化、宗教対立など、文化の流動化や不安定化など、解決すべき多くの問題が生起している。普遍的な価値としての文化や芸術などの創造性を認識し、それらの連携を高め、人類全体に資する方向を考える必要がある。各々の都市に根付いた歴史的価値と地方を含む文化圏とのつながりを明らかにし、市民が各々のレベルで自らの文化的・創造的な活動を持続しなければならない。

本章では、都市の創造性の源泉が他の地域との文化的・学術的ネットワークにあることを示しながら、文化遺産や記憶遺産のあるべき方向性や、そのベースとしてのレジリエンスや利他主義について検討することとしたい。

#### II. 都市の創造性：4つのケースから

以下では、これまで筆者が行ってきた、空堀・八尾・交野・信楽の4つのエリアの分析から抜粋して、都市の創造性について考察する。

##### 1. 空堀（大阪市）

楓ギャラリーは、1994年に「木と風の見える」をコンセプトとして、大阪・空堀の地にオープンした、都市空間の場である。代表の三島啓子氏は、戦後の育った状況を振り返って次のように回想する。「自宅が前庭のある築100年が経過した和風建築で、空堀が戦災を免れたこともあって、両親は激しい時流を生き抜く人達を招き入れていた。……記憶にあるのはいつもいろんな人が家に来ていて、大した御馳走ではないのに賑やかな夕食の風景や笑い声。そんな中で私は他人にも大変可愛がられて成長した」（岡野・三島2012）。

戦災から免れた空堀の町屋がオープンスペースと位置づけられることが大きな意味を持ち、オープンスペースの心地良さ、多くの人々とのかかわりから成長していくという原体験をすることになる。徒歩5分のところに空堀商店街があり、五十件筋と言われる屋敷の多い、閑静な場所にある。2001年には熊野街道として大阪市より特定され、和歌山県・三重県・奈良県の部分はUNESCO世界遺産（文化遺産における「遺跡および文化的景観」）に認定された。

普通科から芸術系の大学に移った三島氏は、当時、作品の制作とともに画廊周りが日課であったという。高校時代の美術の恩師のアトリエに頻りに立ち寄り、下塗りを手伝う日々が続いた。「木の枝のような膠を折って土鍋にいれ電熱で煮てとかしていく」経験は「周りに漂う独特なおい。異臭ともとれるが私たちにとっては至福の時間であった」と振り返る。目に見えない匂いや雰囲気は、都市空間を理解するためには重要なアクターと位置づけられよう。恩師は、パリへ旅立つ前も着いてからも、芸術家の生き様やメッセージなどを送り続けたという。

こうして、1994年10月23日、楓ギャラリーがオープンすることになったが、年が明けた1月17日に阪神淡路大震災が起こる。多くの人が大阪に避難してくる中、少しでも早く展示物を鑑賞してほしいという願いから、翌々日に再開した。学生時代、活動を共にしていた「村田肇一陶展」であり、すぐに作家との意志の統一がはかられた。終了まで1週間を残すのみであったが、幸い多くの人が来場し、中には神戸から大阪に一時避難してきた人もいた（三島2012）。

次の企画は、京都芸大卒業生による「生命のフォルム」であり、震災後の状況に符合したものであった。色彩に溢れエネルギーを放つ格別な展覧会であったと評価されている。

楓ギャラリーを訪れる人の多くは、①アート関連の人達、②街に魅力（戦火を免れ古い民家が多く残っている）を感じてくる人、③画廊と街に人のつながりを求めてくる人である<sup>1</sup>。西田幾多郎が言う「空の場」や「絶対無」として、自分がそのスペースを埋めるためにヒトが集まるといえるのである。オープン当時の状況については、他の多くの都市と同じく精彩を失くしていた。2000年前後から若い人たちが移り住み、町おこしに真剣に取り組みだした。彼らにとって大きな資本投入はできないが、店やオフィス、稽古場などを立ち上げ、エネルギーを文化活動を展開していった。「上町台地の一角に位置する商売の街が若者によって、またかつての勢いを取り戻していった。目前に日々画廊の周りに展開する光景は、小気味良いものであった」と当時を振り返っている。

こうして、街と楓ギャラリーがコミュニティを共有しはじめることは必然となったといえよう。本稿の観点からすれば、「道がアクターとして文化を発信している」、「記憶と活動の重ね」と捉えることができる。展覧会の内容は、概念的な限定・制限をせず、自分の視野に焼きついた作家とともに共感できるレベルと感性を、選ぶ時の主軸にしようと考えていた（三島2012）。「ヒト」との出会いが良い仕事につながる大切な要素となっていた。しかし、この時点では、著名な現代美術家との出会いは未だない。日本のアートシーンは世紀末に差し掛かり、大きな動きをはじめていた。沢山の現代美術の作品が街の画廊でみられるようになった。日本のアートの流れをパリのポンピドーセンターで「前衛の日本」という展覧会で開催したのが1986年であるが、「大阪でもその頃には現代美術の画廊はすでに沢山あって、作家も優れた人達が既に活躍していたからである」というように、大阪美術の先進性を示している。三島氏は美術館や他の画廊を周り、国内外の芸術家による作品の迫りに強く衝撃を受けた。

2000年に入ると、画廊の動きに変化が見えはじめる。「画廊のネットワークにおいて、個人的つながりからもっと多方面に、またジャンルも幅広く出会いがあるようになっていった。抽象的表現をする現代美術作家との出会いもこのころのことである。……私自身の個人的興味もその魅力を感じだしていたのだ」（三島2012）。この時期において、ギャラリーに隣接する庭園部分も開放し、展示が可能になり、自然の生み出すモノとともに、重要なアクターとなる。もちろん、作家も重要なアクターである。漆作家との出会いがあった。縄文時代にすでに用いられていた樹木のエキスである「漆」から、祈るような形のオブジェ、表現力豊かな壁面作品があった。「日本の原点を、そして自然を大切にしていくことこそ今の時代にいちばん重要なのではないか、の作品にはそれらに答えとなる要素がつまっていた」（三島2012）。抽象的な表現物だけでなく、日常的に使われるモノまでを大切に伝えていくことを通じて、アイデアが収斂していく。また、「このころのかたち」と題し、薄いシルクの布と日本古来の水引とで作り出される作品を展示した作家がいる。空堀界隈の近隣にアトリエも住まいも引っ越してきた<sup>2</sup>。三島氏は、日本の文化の歴史には、湿度、はかなさ、強さなどがその美意識の中に組み

<sup>1</sup> 文人・水上勉氏との出会いは1996年であったが、家門のそばのカリンの木の逞しさをほめ、「竹紙に遊ぶ2人展」を開いたという。モノとしてのアクターとして重要である。

<sup>2</sup> 同様に、楓ギャラリーの母屋と長屋の修繕を行った建築の柳本氏も、偶然に迷い込んだ空堀の魅力にとりつかれ、その日に不動産屋に飛び込み、物件情報入手し事務所を建てたという。

込まれていると感じてきたが、ここにも存在していたという。

2009年前後には楓ギャラリー独自の方向に視点を定めて活動していたと自覚するに至る。来廊する人の年齢層と職業も様々であり、リピーターが増え、多くの助言を受けるようになる。「遠慮なく言葉を伝えられる場所」となる。風が通り抜けていくように、心地よく、この場所の過去と未来がリンクして時を刻んでいった。そこには作品というアクターがあり、強い刺激を与えたり、和ませたり、主義、主張、モラル、国を超え、人と人が繋がっていけるという認識であった。また、海外のビエンナーレに何度か他の画廊や作家と行ってカルチャーショックを受けた。アートの中での暮らしを意識し、楓ギャラリーと自分とが一体化していたと思わせる段階であった<sup>1</sup>。

楓ギャラリーは現在、個展、グループ展、企画展で運営しているが、その特色として地域の街おこしやその一環である「空堀街アート」との関わりが大きい点があげられる。多くの運営委員、サポートスタッフによって開催され、たくさんの他地域の人たちをこの街に呼び込むことになった。ここに「まちおこし」の活動との連動の形をみることができるといえる。建築家、不動産業、学生、企業の社員など様々な人の協力で活動が拡大していった。「消失を免れた」「歴史の街」に集まった人は、ネットワークを広げていき、この地域に暮らすようになり、重要なステークホルダーとなり、アクターとしての役割を果たしたといえよう。

また、町屋建築を使ったこともさることながら、アーティスト（の卵）を育成するための、いわばインキュベーター（孵卵器）の役割を果たすべく、長屋を改装し、段階的に芸術家（の卵）に住居を提供した。母屋と長屋との関係性の変化が、日々の生活実践のなかで様々な影響があることは注目されることである。

## 2. 八尾（大阪府）

### (1) 「ヒト・モノと創造性」

大阪の証券業界をリードし、文化活動にも精力的に活動した野村証券の創業者・野村徳七（初代）、そして、八尾地蔵にちなんだ創作オペラが紹介される。徳七の久宝寺寺内町での幼少期のエピソードや大阪の大弥両替店での丁稚時代での経験について興味を持つとともに、日本舞踊とオペラやフラメンコなどとの親和性、コスモポリタンの視点と地域に根ざした視点および伝統芸術との融合など、非常に大きな意味がそこに埋め込まれているといえよう（岡野 2003, 2009c, Harvey 2009）。

八尾に関わる人々について考察するためには、ステークホルダー（利害関係者より広義）だけでなく、世界市民としての視点を組み込むことが必要となる。ここにおいて地元の市民の背中を押す役割が重要となる。すなわち、いかなる「物事」も、推進したい市民とブレーキをかける市民との狭間になって、前進できないということが起こりうる。世界市民としての観点をいかに持つかが求められるのである。このことは、ブータンの農業指導に一生を捧げたダショー西岡氏についても、現地のキーパーソンとの関係や「ヒトとモノ」との融合によるアクターネットワーク分析の枠組みによって解釈できよう<sup>2</sup>。1953年、第一次マナスル登山の年にネパール西北部学術探検隊が京都大学生物誌研究会（FFRS）に提出され、今西錦司氏は中尾佐助氏（大阪府立大学教授）と共に「ブータン計画」を始めた（川喜田 1992）。

西村市郎右衛門と講念仏踊りとの関係も、地元住民の西村氏への想いと関わらせて理解することができるのであって、個人の信頼から地域間や国家間の信頼へ展開させるなど、重要な文化交流のプロセスの問題である。

### (2) 「知と創造性」：知の中継地・編集地・発信地

八尾に知の拠点を創設し、教育基盤を築いた私塾「環山楼」が重要である。環山楼に招聘された京都の伊藤東涯とその父親で古義学を打ち立てた伊藤仁斎については、朱子学の解釈文献を見るのではなく、儒学の原典（孔子や荘子など）そのものに立ち戻ろうとするものであった。伊藤親子は、幕府から弾圧される可能性もあったにもかかわらず、あえて、当時の権威ともいえる朱子学に反対する説を八尾という場所で講義することは、創

<sup>1</sup> オープン時、近隣に住んでいる芸術家によるサポートが得られた。絵本の製作や、空堀の街おこしにも深くかかわり、ドイツ家庭料理も上手な作家が手料理の差し入れもあった。作家も顧客の方も感激して和やかな画廊で作品の雰囲気に入りながら時過ごしたのであった。いわば「家庭の雰囲気」がその作家を引き寄せたといえよう。

<sup>2</sup> 西岡氏の師匠である川喜田二郎氏（大阪市立大学）や中尾佐助氏（大阪府立大学）との関わり、さらには京都大学生物誌研究会、今西錦司氏による「ブータン計画」などについては川喜田（1992）の巻末・座談会に詳しい。

造的な行動であるとともに、かなりのリスクを背負っていたことであろう。伊藤親子を講師に迎える環山楼の人々にとっても、とりわけ「寛政異学の禁」の発布以降、大きな決断であったのではないだろうか。

また、環山楼の運営や教授法などについての文献は今のところ見出されていないが、今後見出される可能性もあり、非常に興味深い。知の連携・文化の連携の実践と、その背後にある武士だけでなく商人も学問や文化を通して何を掴もうとしたのかについて、一層の考察が求められる。とりわけ、医学と農学との関わりが重要である。大坂の代表的町人学者で大物産家、本草学者であり画家でもあった木村<sup>けんかどう</sup>兼葭堂などと八尾の町人学者との関係を通して、知のネットワークとそれを推進させた八尾(河内)の特質を浮き彫りにできるであろう(山中2012)。

それに先立つ江戸時代中期における農業研究も重要な意味をもっている。河内木綿を栽培し、その復活・研究に努力したヒトについては、大学と民間との研究の在り様や個人および団体の橋渡しのプロセスについて学ぶことができるし、八尾の郷土食を保存・革新についても、日常生活でもっとも重要な生命の維持・再生産である食に関する保存の知識、体への影響など食に関する様々な知は風習のなかに受け継がれ、日々の経験による革新の積み重ねが見て取れるであろう。

また、大正時代の能率増進運動への関心の高まりについても、大阪が他の都市と比べても先駆的であることも、農業研究の歴史と合わせて考慮する必要がある。すなわち、三河木綿と河内木綿との関係、明治における紡績業の発展、そして、紡績生産システムから自動車などの生産システム(トヨタ生産方式、JIT)への発展プロセスのルーツとして、木綿生産が重要な意味を持つことも想起される(岡野1995, 2002, 2003)。

さらに、小学校教育の新たな可能性については久宝寺小学校の試みが語られている。地域住民を巻き込んだカリキュラムの策定(小学校2年から6年までの)は全国的に見ても高く評価できる。「教育とは『共育』であり『協育』である」という言葉はまさしく至言である。

### (3)「場・みちと創造性」

久宝寺寺内町のまちづくりについては、「まちを愛する心づくり」の重要性が主張され、具体的な取り組みがなされている。地域間、世代間の垣根を越えたネットワークづくりのための取り組み(灯籠まつり)も注目に値するのであり、「まちがひとをつくり、ひとがまちをつくる」こと、そして、幼いときの「心づくり」の重要性を示されている。さらに、久宝寺寺内町と八尾寺内町とを結ぶ「お速夜市」の伝統を復興した事例も重要である。様々な地域からの商人の役割と生業との関係、宗教行事としてのお速夜からそれを「差し引いた」市への変容、ハレとケの峻別とそれに見合った生活風習など、残していくべきものは多い。

シルクロードを経由して中国から入ってきた散楽高安山麓で発祥したといわれる高安能についても、様々な意味合いが隠されていると思われる。高安と京都との関係もその一つであり、京都言葉との親和性をよく耳にする。地域毎に神社が存在し、高安流の様々な能集団が存在したようであり、今後の研究が待たれるところである。

大和川付け替えについては、最近でもシンポジウムなどが頻繁に開かれており、多くの関心を持たれている。付け替えによって変わった部分だけでなく、付け替えられた後も変わっていないものの存在も重要であろう。講念仏踊りが生まれる契機として、この大和川の付け替え後の日照りによる干ばつから逃れるため、弓削村の庄屋・西村市郎右衛門がお上に背いて水を通したことで処刑されたが、これを悲しんだ村人が念仏を唱えていたところを通りかかった僧が踊りを教えたことといわれる。文化の道と念仏の場との交わりによって講念仏踊りが生まれたともいえるが、まだ明らかにされていないコト、あるいは言説には上せないモノが埋め込まれている。

### (4)「集り・交流と創造性」

これまで伝承されてきたものを復活し、後世に伝えるという作業は見えない様々なものを創造する。講念仏踊りもその重要なものの一つであり、また、常光寺の片岡英逸前住職による『流し節正調河内音頭考』も重要な意味が隠されているといえる。

「八老劇団」は、いまほど高齢社会の問題が深刻でなかった1973年に立ち上げられたものであるが、目的



とされる「痴呆予防」からは大きくかけ離れた試みであろう。自らを「いちびり」と称して邁進する姿こそ、八尾の創造性を示すものであろう。「高安城を探る会」の草創期から探索を始め、高安城倉庫礎石群の発見に至るストーリーは、非常に参考になる。発見のために一役買った「探索棒」そして「トレンチ棒」は発見のシンボルとして重要な役割を担ったに違いない。「やお文化協会」による郷土誌『河内どんこう』の発行は、八尾のヒト・モノ・コトをまとめ、その関係性を高める重要な「エンジン」であろう。いかなる団体でも、設立に尽力したヒトが存在し、そのヒトを支えた人々がいる。やお文化協会が推進したのは「モノを調べ、書き、舐める」ことにつながるものであったといえる。

### 3. 交野（大阪府）：私市植物園の創設期

岡野（2014）は、交野市の大阪市立大学理学部附属植物園の創設期に焦点を当て、「市民知」による創造的な空間づくりの類型を示し、文化的な地域間の交流の在り様を示すことを意図したものであった。とりわけ、大阪市立大学・理学部（植物園）、香川大学、そしてジョモケニヤッタ農工大学に至る植物学者・庵原遜教授<sup>1</sup>の歩んだ道程を通して、自然と学問、そして行動の諸関係を明らかにし、自然と都市の創造性についての一端を表出させようと試みた。都市における様々なアクター（行為する者・物）のネットワークのあり方が、いかにして「市民知」を創造する「場」として重要な役割を果たすことに繋がるのか、また「市民知」を生み出すメカニズムやそれを促進するための政策やサポートのあり方、海外を含めた他の地域との連携（ネットワーキング）の在り様、などについて考察した。

より具体的には、都市の創造性、とりわけ文化の創造性と持続性に関連するものとして個々人の「記憶」を取り上げ、その記憶を呼び覚ませるものとしてヒトが歩んできた、多様な「道」（海の道、川、街道、そして精神的「道」）を遡上にあげる。ヒトとモノ、コトとを結び付け、「記憶」を蓄積したり除去したり埋めたりする「複合物」として、海の道、空の道とともに「文化の道」として位置づけ、重要なアクターと捉えたいのである。なお、ここでいう「市民知」とは「市民による実践知」として捉え、「市民が持っている実践・理論の相互浸透から長い年月をかけて形成された知」と定義づけたい。

都市や地域の創造性は、その都市に住んできたあるいは現在住んでいる人々だけで維持できないであろう。都市を訪れ、関わり、当該都市のことを他の都市に伝えた人々などとともに、何にもまして自然の役割が重要である。山と川、道の背後にある、見えない様々なアクター（ヒト・モノ・コト・道）の関係性・ネットワーキングを感じ取っていただければ幸いである。とりわけ本書では「メタセコイア」が重要なアクターであった。

### 4. 信楽（滋賀県）

岡本太郎が制作した芸術作品であり建造物である太陽の塔は、大阪万博のテーマ館のシンボルとして建造され、万博終了後も引き続き万博記念公園に残されたが、メタセコイアがその周りを取り囲んでいることは様々な意味において象徴的である。縄文という型を「出土」させ、個人や社会の自由度を獲得し、伝統の中に拘泥する（法隆寺を維持することを一義的に考える）のではなく「自分が法隆寺（のような存在）になる」（岡本 2005、51 頁）という方法の提示である。

また、「血の赤」を出したい岡本の願望とそれを可能にした信楽の伝統、および、独自の釉薬を編み出すことによって「血の赤」を実現に導いた近江陶業の技術陣の即興性に注目すべきである。

太陽の塔の裏面に付された「黒い太陽」（「お祭り広場」に集う観客から見ればこちらが表面となる）は、信楽で採れたメタセコイアなどの化石や養分が含まれた「土」によって創られた「信楽焼」であるという点である。

岡本太郎を信楽に招き入れたものは、彼が求めていた「脈動する心臓の血の」色であり、「生命を凝縮した太陽の色」であった。これを完成させるための信楽の木節粘土（メタセコイアを含有する）とそれに合致したガラスを使った低火度釉とは異なる深みと光沢のある釉薬、そして、こうしたイノベーションを達成しようと試みたヒトの存在である。

<sup>1</sup> 庵原教授の貢献の高さは『私市植物園 50 周年記念集』における登場回数多さからも客観的に証明される。

## 5. 文化編集をベースとした都市創造性

「制度」と人々の活動との「双方向性」の歴史（連続性と非連続性）を記述するためには、単に経済活動における「事実」の記録・報告のための中立的な装置として「制度」を捉えるのではなく、今日われわれが生活している世界や社会的現実の類型、企業や個人に開かれた選択肢を見出す方法、多様な活動やプロセスを管理し組織化する方法、他人や自分自身を統治する方法などに影響を及ぼす一連の「実践」<sup>1</sup>として理解すべきである（岡野 2008、2009a、b）<sup>2</sup>。

「実践の歴史」を叙述するためには、社会史や文化史の様々なアプローチからの知見を受容しなければならないこと、とりわけ、「文化」は個人や集団が創り出し、また享受するものであり、創り手、文化財、およびそれを享受するものの三者の相互関係に配慮しつつ文化の発展を追跡するのであるが、それが生み出された社会のありかたと切り離して論ずることはできない（阿部・西垣 2002）。ここにおいて、「創り出す」アクターと「享受する」アクターとのコミュニケーションが緊要点となる。文化編集はこの局面に作用するのであり、「翻訳」によって従来含まれることのなかったアクターが含まれ、アクター間の役割が変わるのであり、「翻訳」の中身が文化編集であるといえる。

さらに、経営手法は計算「実践」の制度化された「構築物」として理解され、経済的現実を映し出す「鏡」（技法）としてではなく、現実を構築する「テクノロジー」であると認識しながら、各自が持っている知識、場の認識、および社会が「当然のこととしている」認識によって制度が「社会的に構成される」とみなされるが、どのように構成されるかは状況依存적であるといえる。こうしたプロセスの歴史的記述についても、上述した特質を相互に関連させることによって、主体的なテクノロジーを構成するプロセスの記述が必要となるのであって、このプロセスの記述そのものが「新たな歴史」となる<sup>3</sup>（岡野 2002、2003）。

ここで、ワイク(1979)によるイナクトメント（保持された過去の経験）、さらには加護野(1988)による「組織の慣性」の議論が深く関係するといえる。すなわち、環境の変化に対応して変化すべき組織行動が変化することなく、旧来の行動パターンが継続されてしまう現象であるが、ワイクにいわせれば「適応が適応可能性を排除する」ということであろう。「適応が適応可能性を排除する理由としては、最近有効であったやり方をヒトが記憶しているからである。記憶はイノベーションを殺ぐ」（Weick 1979）。

これに対して、加護野(1988)は、ワイクと同様、組織の認識（認知）レベルに着目し、「見る、見分ける、感じる、分かる、信じる、考える、解く、選ぶ、学ぶなど」（p. 60）の動詞が「概念を知識の利用と獲得にかかわる心的な活動である」としている。その上で、「日常の理論」を通じて情報の意味を読み取る主観的認識が存在することを強調する。新制度主義における同型化プロセス、さらにはデカップリングの状況が起こらないようにさせることが重要であろう。同型化で一見すると同じ形態で体裁が保たれているために安心することが頻繁に起こる。このことによって問題の発見が遅れ、明示的になったときは手遅れということが起こる。こうした逆機能の長期的な潜伏を止めることが重要であって、実践コミュニティはこれを未然に防ぐものになりうるのである<sup>4</sup>。

<sup>1</sup> 実務についてド・セルトーは次のように述べる。すなわち、「こうした『モノのやり方』は、幾千もの実践をつくりなしており、そうした実践をとおして使用者たちは社会文化的な技術によって組織されている空間をふたたびわがものにするのである。それらが提起する問題は、フーコーがあつた問題と似てもいるし、またその逆である。似ているというのは、数々のテクノクラシーの構造の内部に宿って繁殖し、日常性の『細部』にかかわる多数の『戦術』を駆使してその構造の働きかたをそらしてしまうような、なかば微生物にも似たもろもろの操作を明るみに出すことが問題だからである。また、逆だというのは、秩序の暴力がいかにして規律化のテクノロジーに変化していくかをあきらかにするのはもはや問題ではなく、さまざまな集団や個人が、これからも『監視』の網の目のなかにとられ続けながら、そこで発揮する創造性、そこここに散らばり、戦術的で、ブリコラージュにたけたその創造性がいったいいかなる隠密形態をとっているのか、それを掘り起こすことが問題だからだ。消費者たちが発揮するこうした策略と手続きは、ついには反規律の網の目を形成していく。それこそ本書の主題である」（ド・セルトー 1987, p. 17-18）。

<sup>2</sup> 実務史と理論史との相互関係については岡野(1995)を参照。

<sup>3</sup> 制度的特質と変化：適応・変態・進化・革新の異同関係については、Meyer, Brooks & Goes (1990)に詳しい。彼らは、連続と非連続、そして組織と組織フィールド（組織・人が置かれている関係のネットワーク）の4つの関係性によって、適応（組織内の連続的变化）・変態（組織内の枠組みを超越するような変化）・進化（確立済の組織内の連続的变化）・革新（創発・変容・フィールドの衰退）に分けた。

<sup>4</sup> Sternberg (2003)は、創造性の類型として、「写し取る」、「再定義する」、「前進させる」、「さらに前進させる」、「方向を変える」、「再構築する（逆・分岐）」、「再始動する」、「統合する」という8個の動詞を提示する。

### III. レジリエンス

#### 1. レジリエンスとは

レジリエンスは、ラテン語の“resilire”という反動で跳ね返る、跳び戻るといった意味の動詞に由来し、弾性、弾力性、跳ね返り、復元力、回復力、などと訳される。その研究のルーツとしては、精神疾患（たとえば統合失調症）、貧困、トラウマなど発達やメンタルヘルスのさまざまなリスクを負いながらも年齢相応の発達を遂げた子ども・若者の研究に遡ることができる。近年、他の領域にも広がっており、とりわけ東日本大震災との関わりから危機管理に関するものが多数みられる<sup>1</sup>。これら弾性、弾力性、跳ね返り、復元力、回復力など、レジリエンスの訳語として掲げられた言葉のすべてに植物は適合したものである。

文化という言葉は、西洋では“cultivate”からの派生語として「耕す」ものであると解されることが多いが、「耕す」というよりも、意味や時間をずらし<sup>2</sup>、（イメージを）重ねながら範囲や奥行を広げ、これまで見えなかった新たな意味を繋ぎ合わせながら展開していくダイナミックな「動き」として理解すべきであろう。ここでは、①定型性と自由度とのバランス、②即興性、③リズム、といった文化編集という視点から、メタセコイアとレジリエンス、文化の創造性の要素、について考察していこう（岡野 2012、2014b）。

#### 2. メタセコイアとレジリエンス

##### (1) 定型性と自由度とのバランス：メタセコイアの樹形復元力

定型性とは、型を創り出しながら、個人および社会の自由度を獲得することを意味する。自然や人から、過去の文化的なエッセンスを消化し、過去の様々な遺産や思考法を借りながら、文化編集によって定型化して自由度を獲得する方法がこれである。すなわち、一方において、メタセコイアが埋め込まれた信楽焼の定型性が見られるものの、他方において自由度が見られる。この差異が、新たなダイナミズムを生み出す源泉になるのである。

たとえば、信楽焼＝タヌキという定型性ととも、信楽の陶板技術が西洋絵画と結びつくことによって、大塚国際美術館で見られる複製絵画が実現することになる（岡野 2014b）。色彩の不変性によって常に劣化していく実物を超えることもできるかもしれない。これは時間のずらしを実現するテクノロジーであるともいえよう。キトラ古墳への応用や空襲で焼けたゴッホのひまわりの再現によって、歴史遺産の保存や学習目的などにも使う道が開けるのである。

ここで、大阪万博の芸術面を指揮した岡本太郎が縄文に惹かれ、なぜ「芸術の本質が爆発である」と主張したことを想起すべきである。定型性を残しながらこれを打ち破るといふ、相反するものを同時に達成しようとしたのであった。また、風水および陰陽道の影響も見逃せない。鬼が出入りするとされる北東-南西の「鬼門」

（および裏鬼門）を避けるため、「南天<sup>なんてん</sup>」を植えることによって「難点<sup>なんてん</sup>」を避けることも行われてきたが、道そのものを鬼門の方向に据えて各家の鬼門を逃がしていたというのも重要であろう。これも「文化編集」の一つといえる。

さらに、生活の中での「利便性」や「心地よさ」が生まれている。「都市の軸」を形成する長い歴史の積み重ねが都市の創造性にとって重要である。もちろん、今の生活に影響を与えているのも多いが、見えなくなっているモノやコトが多く、それらに気づくのは難しい。埋め込まれた創造性を見抜く目をいかに養うかが課題である。メタセコイアとバランスの関係性については、対生という属性により、遠くからでも一目で認識できる定型性を持っていることは自明である。樹形の復元力も関連している。

これに対し、欧州で見られるメタセコイアについてはこうした定型性のみならず、パリ植物園のメタセコイアの自由闊達さに見られるような「自由度」を有するものが存在するのであり、多様性の観点からも興味深い。

<sup>1</sup> また、ゾッリ(2013)は、生態学と社会学からの議論を援用し、レジリエンスを「システム、企業、個人が極度の状況変化に直面したとき、基本的な目的と健全性を維持する能力である」と定義する。

<sup>2</sup> 日本的な文化編集の典型として、「ずらし」や「差し引き」、「リバースモード」などがある（岡野2014b）。

## (2) 即興性とメタセコイア

第二の要素としてあげられるのが即興性である。即興 (improvisation) とは「構図 (作曲) と実行 (演奏) の行為が不可分であり、構図 (作曲) / 実行 (演奏) のそれぞれが過去のそれらとは異なること」、「自発的な方法で行為を導く直感」などと説明され、アドリブと同義とされる<sup>1</sup>。

岡本 (2008) は、根源的に疎外されている人間が、それを悟り己を取り戻す場が「祭り」であり、日常の自分を抜け出して「生きる喜び」がそこに生まれるとする。「勤勉で純粹だが、底ぬけの豊かさに欠けている」日本人を解放させるもの、これが大阪万博のシンボル「太陽の塔」の理念にも関わっている。

また、河内音頭の、伝統をベースにしながらも、現在性をアピールし、「即興性」を交えながらダンスと共に物語を語るという手法は、伝統的な社会への抵抗や社会批評のようであった (岡野 2013)。「即興性」の分野ではジャズ音楽が引き合いに出されることが多いが、ジャズの象徴への接近は避けることができず、ジャズは即興がさらに大きく洗練されたものに発展した静かな現象の一つとなった事実がある。探究へと進歩させた団体の有効性は、学者が徹底的に調べた比喩的なアリーナと交響楽団の演奏会ほどの違いが見られる。

「即興による創造性」とは、価値の創造、効果的な新製品、もてなし、ひらめき、行動、また複雑な社会的組織の中での個人の働きによるプロセスに関係するのである (Woodman *et al.* 1993)。メタセコイアの木節を含む粘土で作られた信楽焼の出す多様な色や形、そして木節そのものによって生まれる「穴」などは、メタセコイアの醸し出す即興性による創造性の賜物であろう。信楽焼の持ち味であるとしてこうした風合いを楽しもうとする人々の存在がある。

## (3) リズムとメタセコイア

リズム<sup>2</sup>と拍子という2つの似通った言葉がある。リズムとは、時間軸における二つの点を置くことにより、その二点間の時間に長さを感じるようになるが、その「長さ」をいくつか順次並べたものである。拍子は、たとえば弦を一様に叩くこと、あるいは弾くことである。

このリズムと拍子との対比については、あるものが「リズムカル」なものとして体験されるためには、拍子がそれに加わらねばならず、リズムの決定的要因としてとどまる。リズムと拍子が本質的に異なる源を持つにもかかわらず、互いに融合しうることを示している<sup>3</sup>。

メタセコイアのリズムは、並木として、「点」や「線」でなく「面」を形成することにより、境界面を作り上げることと関連がある。さらに、メタセコイアを繋げることによって、単調にならず、並木にその外形からの「リズム」が生み出されるのである。

クレストン (1968) は、リズムの要素として、拍子・速度・アクセントおよび型をあげ、アクセントがリズムの生命であるとする。メタセコイアの並木においていかなるものがアクセントとして機能するかが緊要点になる。

リズムと拍子、そして都市の創造性との関係性については、時間的および空間的に「ずらす」(文化編集) ことによってリズムが生まれ、創造性が生みだされるといえよう (岡野 2014b)。すなわち、異なる地域における文化の重なり、時間の重なり、「ずらし」の文化編集によって、新たなリズムが生まれ、創造性に繋がっていくのである。世代の感性の違いにより文化に変容が加えられる。問題はその変容に対して支持が得られるにかにかかっている。

<sup>1</sup> 即興演奏は「演奏の過程において作品が創作されること、あるいは演奏過程において作品に最終的な形が与えられること」と定義される。

<sup>2</sup> 岡 (1987) は、リズムが音楽・芸術・文化をはじめ、日常生活の隅々にまで浸透しており、東と西の文化が各民族の「リズムの風土」の上にはっきりと根付いていると主張する。

<sup>3</sup> クラーゲス (1971) は、昼と夜、明と暗、夏と冬、生長と衰弱、生誕と死亡、貯蔵と分配、逗留と放浪、拘束と放逐のリズムの交替のなかに、また、天と地、太陽と太陰、火と水、男と女、上と下、前と後、右と左のリズム的交互性においても、生成と消滅へと対極化する万象の姿を明らかに見出そうとする。

このような諸現象のリズム学は現象世界の領域内にとどまり、直接現象するリズムの本質的特徴を拡大することによって、原則的に測定可能な中間ではなく、上がり下がりや下がり上がりの質的対立によってリズム的な交替現象になっているという。

#### IV. デザイナーとしての植物<sup>1</sup>: 植物的社会デザイン<sup>2</sup>

##### 1. リンネの高弟ツンベルグと大坂

スウェーデンの植物分類学の祖リンネの高弟ツンベルグが江戸の後期にオランダ東インド会社の社員研究者として日本を訪れ、当時の緑あふれた大阪を「日本のパリである」と述べたことはあまり知られていない（ツンベルグ 1928, 128 頁、飛田 2012, 152, 186 頁）。ツンベルグが大阪の植物のこういった側面からそう述べたのかに思いを馳せることが、自然と都市との創造性の研究を開始した契機の一つであった。

レイブンは、クレイン (2014) の「まえがき」のなかで、「メタセコイアがそうであるように、イチョウは自生していたが近隣に住む人々によって保護され生き延びた」とし、おそらく数千年前からヒトによって崇められ、大事にされてきたが、1000 年前ごろ、自生地から寺院の庭などへの庭などに移植され始めたとする (10 頁)。

クレインも、中国、日本、韓国ではイチョウは古くから文化と結びつき、北京臥佛寺（現在は北京植物園内にある）にも、孔子の故郷・曲阜の孔廟にもイチョウがあり、仏陀が菩提樹の下に座っていたのと同じように、孔子はイチョウの下で読書したり熟考したり、教を説いていたとする。また、道教の開祖の老子が植えたのは、よく言われるように「アンズ」ではなく、「銀杏」から来る誤謬で、実はイチョウであるとした（クレイン 2014, 40, 400 頁）。

上述したツンベルグの言葉による自然と都市の関係性ととも、アカデミズムと樹木との関係性に関心を持ったことが、本書のもう一つの契機であった。これは、エルゼビア社のロゴマーク（大樹の下に哲学者）の中にラテン語で記された「一人ではない」というフレーズとも繋がるものである。学術文化における樹木の多様な含意を読み解くことによって、都市の創造性やレジリエンスの解明に資するであろう。これは三木のいう植物の「本性」（進化の各ステップを見据えた *nature*）にも関わる点であり、その背後には仲間やネットワークによる相互依存性が隠されている。背後のものを想像する力が創造力の源泉の一つといえるかもしれない。「一人ではない」のである。

クック (1982) は、次のように植物と創造性との関わりを記している。

創造性は「植物が持っている特徴」であるといえる。それは天才の生命力あふれる根より恣意的に湧き起こるものである。それは生長するものであり、作られるものではない。植物が植物であるのは、それ自身の行為によってではなく、無意識の行為によってであり、あなたもそうあらねばならない（クック 1982, p. 75）。

都市の創造性とそれに関わる社会デザインの在り様を考える場合、植物のアナロジーとの関わりに焦点を当てることは重要であろう。日本の社会デザインの嚆矢ともいえる「式年遷宮」も植物の含意<sup>3</sup>が埋め込まれている。

##### 2. 国を跨いだ文化遺産と記憶遺産

大阪市立大学都市研究プラザは、2006年の創立以来、大阪や周辺の各都市に「現場プラザ」、および海外の都市には「海外サブセンター」というサテライト施設を設け、市民とともに活動できる状況を作り出してきた。大学の知的創造機能と都市の経済、行政、文化、市民生活の接触・交流をより深め、アジアを核として欧米のリンクを張りながら「まちづくり」に飛躍的に貢献できるように、学問的、社会的価値だけでなく、事業の実

<sup>1</sup> バトゥリ (1980) は、「驚異のデザイナー」としての植物の役割に着目し、「化学者」、「建築家」など様々な役割を果たすとともに、生存のための適応能力の高さを記している。

<sup>2</sup> ここでいう「社会デザイン」とは、「都市と地域の文化を発展させ、生態系、社会、人々との調和を目指す都市・地域のデザイン（立案・実施・評価）を担う人材を育成すること」と定義する。とりわけ、マネジメントの仕組みに焦点を当てながら、政策立案者や都市計画家、技術者、住民など様々なアクター（主体）との間の「インターフェース」・「文化的差異」などをマネジメントするための技術やツール、仕組みなどを設計・運用・管理できる人材の育成に焦点を当てる。

<sup>3</sup> 三木茂がいう「本性」の議論とも関連するといえよう。

行可能性に主眼を置いたプロジェクトに取り組んでいる。

その中心的な役割を果たすものとして、大阪市立大学教授で植物園長を歴任した三木茂教授が日本の化石から発見し命名した「メタセコイア」、日本では「学問の樹」と称される「榿」(かい)の樹、漆や柿渋、竹など植物由来の素材として生活用品を中心とする文化産業や芸術など、様々な目的で活用されてきたものを取り上げる。それらの植物の由来や各国における文化的な意味の共通点や差異を中心に、その樹木を守ってきた市民や農民、世界に伝えた日本・中国・韓国・アメリカなどの研究者間のネットワークについて、時空を超えた創造的空間としての都市を仏教や儒教の文化において捉え、都市の生活からもたらされる文化の広がりや研究してきた。その一端は『メタセコイアと文化創造』(2015年)や上で紹介した4冊のレポートシリーズに集約されている。

銀杏とともに「生きた化石」とされる「メタセコイア」は、中国では「水杉」と称され、上海や南京、杭州などにおいてアカデミックなシンボルとして大学の本部棟の中心に植えられてきた。これに対して、日本の場合は恐竜時代に絶滅したこともあって、中国の生きたメタセコイアを上述のようにアメリカを經由し、大阪市立大学附属植物園を生産基地として西日本に広げられた。成長のスピードが速いため「すくすくと健やかに育ててほしい」という願いから小・中学校の校庭に植えられたほか、古墳の発掘の終了後にその周辺を囲むように植えられ「太古の森」の象徴として位置づけられてきた。これに対し、「孔子の木」として日本では位置づけられている榿の木は、中国ではそのようには位置づけられていない。

近年、ユネスコ文化遺産や記憶遺産などの審査プロセスや認定後において、国際的な紛争や対立が散見されてきた。これは一つには「ユネスコの国内委員会で決定したものしか審査のテーブルに載らない」という手続き的な問題にも起因している。さらには、教育制度や教育内容が硬直化し、遺産や文化に関する理解や寛容性が低下していることも大きく影響しているであろう。

こうした状況において、東アジアの文化やその背景にある仏教や儒教等の宗教や風習、伝統などとともに、文化の伝播や変容などの理解や文化多様性の必要性に関する理解を深めながら、協調やコミュニケーションの深まりを支援する教材として重要な意味合いを持つ。本事業では、国を跨いだ国際連携型の「文化遺産」や「記憶遺産」を増やし、2004年から同じくユネスコが実施してきた「創造都市ネットワーク」との連携を推進するため、(仏教・儒教などをベースとした)東アジアの文化と樹木・植物との関係性を中心として、文化の多様性や異文化を持つ人々とのネットワーク増進を示すカリキュラムを構築する。

このカリキュラムは、植物に関する知識だけでなく、文化産業や芸術関連など、非常に多様で学際的なものが含まれている。たとえば、約1億年前の中生代白亜紀の温暖期には、グリーンランドまでメタセコイア林が分布し、その後の寒冷化で、北アメリカ、アジア、ヨーロッパ東部にまで南下した。そして、日本からは約100万年前に消滅したが、中国では生き残っていた。超大陸パンゲア時代には、生きたメタセコイアが発見された南中国と日本やカリフォルニアは一直線で結ばれていたことも重要な意味を持っている。つまり、日本やアメリカでは絶滅したメタセコイアが、なぜ中国で生き延びたのかという問題は、古生物学、植物学、地質学、地形学、民俗学を統合した学際的研究が必要である。

さらに、戦前から育まれていた三木教授と胡教授、そしてチェイニー教授の専門家としての相互信頼の存在がいかにして醸成されたのか、また中国の農民たちが「神木」としてメタセコイアを守ってきたのはなぜか、といった点などを解明したい。

また、第二次大戦中にシンガポールを日本軍が制圧したが、同行したシンガポール博物館長の田中館氏や植物学者の郡場寛はイギリス人捕虜のコーナー教授(その後ケンブリッジ大学教授)とともに植物園の研究として同植物園を戦禍から守ったことなどの歴史的事実を組み込んだカリキュラムが必要である。2015年にシンガポール植物園はユネスコ文化遺産に認定されたが、戦後70年にしてようやく実を結んだのであり、一つの文化遺産を構築するためには長い時間と労力がかかることを示している。

仏教や儒教の伝播とともに重要な植物として、仏像や寺院に使われる樹木の種類の比較や発展プロセス、さらには各地域の民族や宗教と仏教・儒教との融合や独特な文化の醸成の理解と寛容性との関わり、それらによるビジネスのあり方への影響、なども重要な論点である。仏像というモノが、異民族の文化や技法の変遷に影響を受け、それぞれの民族の生活において独自に変化し伝播していったとみることができるのであり、商業(ビジネス)と文化の密接な関わりとシルクロードなどモノの道と宗教の道との関係性なども教材に盛り込む必要

がある。また、歴史の断面の一つ一つが現代のわれわれの生活に直接的な関係性を持っていることも重要な問題意識である。

「メタセコイア」は、都市研究プラザがこれまで提案してきた「持続的で包摂的な創造都市」の在り様を表現している。すなわち、発見した人々とそれを学術的に検証し、世界的なネットワークでその存在を知らせるとともに、中国の内戦下にアメリカの市民団体である「レッドウッド保護団」の資金的援助を受けて採取した種を持ち帰り、終戦後、生育環境の類似した日本に苗木を大量に送るというチェイニー教授（カリフォルニア大学バークレー校）の行動力と、生きたメタセコイアを神木として信仰の対象にしてきた四川省の農民家族（少数民族）と地域のネットワークなど、持続的で包摂的な社会の在り様を観察し、現状の社会と比較し、多様な知見を得ることができる。

まず、四川省（現在の湖北省）磨刀溪で地元住民に祭られていたメタセコイアを観察し、現地の民俗学や植物学の研究者や地元の方々との意見交換をしながら、民俗誌として纏めたい。周辺の重慶大学や浙江大学、中国科学院の研究者などと連携し、セミナーや意見交換会を現地にて開催する。これによって「文化遺産」として様々な国籍の人々を結びつけるプロセスを知り、国を跨いだ「文化遺産」や「記憶遺産」として申請するために必要なデータを揃える方法も理解する。また、どのようにして都市と地方を連結し、文化体系の中で保全されてきたのかを明らかにできるであろう。

アジア各国における漆や茶、竹など植物由来の素材を用いた文化産業化の歴史や現状を観察する。一例をあげれば、杭州に拠点を持つドイツ人や中国人の芸術家チームによる、竹の紙を使った本や椅子などを制作している拠点である。紹興は治水で有名な禹王による夏王朝のお膝元であるが、紹興酒（原料は米）の醸造所が多数あることで知られている。この周辺の食文化と（文化）産業との関わりを観察する。さらに、青島のビール産業と文化との関わり、とりわけ青島に滞在していたドイツ人ビジネスマンが1920年代にメタセコイアを植樹し、新天地アメリカに移住する際に移植した事例も検証したい。日本への仏教文化の伝播にとっての拠点ともなった寧波やその他の都市の文化多様性についても重要であろう。この上で、ユネスコ文化局が推進する「文化遺産」・「創造都市ネットワーク」・「記憶遺産」の連携の在り方を探り、メタセコイアを用いた記憶遺産と創造都市ネットワーク（上海・杭州）との連携などの可能性と、日本の仏教都市である京都や奈良との連携の方向性についての提案を行いたい。

ここでは、植物と文化、とりわけ産業との関わりに焦点を当てたい。両者の近代的な関わり探索は、植物分類学の泰斗であるカール・フォン・リンネに遡ることができる。その弟子であるカール・ツンベルグは徳川時代に「オランダ東インド会社」の医師として来日し、日本の植物をオランダや本国に持ち帰り、その学問的成果を世界で初めて出版した。リンネのネットワークに基づくユネスコ世界文化遺産としてウプサラ市を中心として、箱根や長崎（出島）、パリやケープタウンなどを含めた連携型の形で提案され、昨年、暫定リストに含められた。すなわち、世界の都市が運営する植物園の歴史的役割や市民との関わり方の変化など現在の状況を調査し、ウプサラ大学内にあるスウェーデン国立先端研究コレジウム（リンネの分類による庭園、弟子のツンベルグの標本館）を社会科学と自然科学との融合と日本の学術社会のネットワークについて焦点を当てながら、本研究の課題を解決に導くための植物園の在り方を提示する。

## 国際ネットワーク型の世界遺産の例

「リンネが構築した体系的生物学の生成による世界遺産」(世界遺産暫定リストより)



ウプサラ (リンネ記念プレイス・ツンベルグの館)、パリ植物園、チェルシーフィジックガーデン (ロンドン)、パートラムガーデン (フィラデルフィア)、ケーメイボタニー湾国立公園 (シドニー)、テーブル山国立公園 (ケープタウン)、長崎・箱根 (日本)、ホータス植物園 (ライデン)

こうした事例は、決定後に国際的な紛争や対立が起きている最近の文化遺産や記憶遺産の状況に一石を投じるものであろうし、インドを発祥としながら東アジアを核とする仏教や儒教と樹木・植物との関わりについてのエピソードなども永く人々に伝えるべき事柄である。上述したように、昨年に文化遺産に認定されたシンガポール植物園は、戦時中、郡場寛氏 (元京大教授、メタセコイアの三木茂の指導教官) 等が E. J. H. コーナー氏 (後年、ケンブリッジ大学教授・ロンドン・リンネ協会幹部) とともに観察・研究し、園を破壊から守ったものであるが、時を経るにしたがってそれを知る人も少なくなってきた。また、科学博物館や自然史博物館では植物学や地質学など自然科学の学問そのものに焦点が当てられ、国を跨いだ文化的意味合いなどについては取り上げられないことが多い。

このプロジェクトの中長期的な視野としては、文化遺産と都市における文化産業の総合的な研究拠点を構築し、ユネスコやWTO (世界貿易機関)、UNCTAD (国連貿易開発会議) など文化産業や都市経営に関心を持つ組織のシンクタンク機能を兼ね備えた研究センターやコースの設立を目指したい。すなわち、多様な人々・仏教などの宗教・植物の相互関係から、文化多様性の大切さを示し、都市と都市、都市と地方の創造的なネットワークの在り方を提示する。

また、アジア各国における植物由来の創造的産業化の歴史や現状を観察し、ユネスコ文化局が推進する「世界 (文化) 遺産」・「創造都市ネットワーク」・「記憶遺産」の連携の方向性を探りながら、国を跨いだ協調・連携体制についての提案を行う。

上記のコンテンツを再構成し、コース化し教育コンテンツを作成する。具体的には、水質と樹木との関係、米を用いた酒 (日本酒・紹興酒・マッコリなどの発酵酒) の多様性と栽培環境の影響、楽器の材料としての樹木と倍音などの状況などの応用事項なども含めたい。

さらに、メタセコイアを含む化石植物は石炭の元になったことが確認されており、信楽焼の「木節粘土」に含まれ、信楽焼の独創的な色や風合いにメタセコイアなどの圧縮化石が影響を与えてきたこと、また、大塚国際美術館の陶板絵画は信楽焼の技術を用いながら信楽の大塚オーミ陶業(株)により制作され、この技術はキトラ古墳などの復元にも用いられている。この技術は1000年以上も変色しないことから、文化遺産の保存などや教材にも用いられる可能性を持っている。

すなわち、28年は三木教授がメタセコイア属を設立して75年、胡教授が「メタセコイアが生きていた」との発表を行って70年目の年に当たる。これらを記念し、大阪市立大学の「博学連携事業」として、大阪市立自然史博物館と共同でメタセコイアの講演会や観察会などを行う計画である。三木教授は、在職中から大阪市立自然史博物館の設立に関わり、友の会会長も務めるとともに、三木教授の研究によって出来上がった標本は「三木コレクション」として自然史博物館に収蔵されている。記念事業では市民向けに提示する予定である。



また、メタセコイアを校庭に有して教育の軸としている高等学校からもぜひ参加したいという要望が来ている。とりわけ夕陽丘高校高等学校は、メタセコイアの命名者である三木茂教授と共に実験などの研究を行った元学生がその後教諭となり、長きに渡ってメタセコイアやセコイアが持つ文化的・教育的意義について生徒たちに語ってきたという。共に「樹木文化マップ」や教材などを作成することは次世代への文化の継承として重要である。ユネスコとUNハビタット（国連人間居住計画）との共同で文化および居住に関する国際コンファレンスの開催が本年にエクアドルのキトで、来年にはバンコクで予定されており、報告するとともに、各国の文部省や各市の教育委員会に働きかけ、各国の教科書にも掲載されるなどカリキュラムに含めるよう調整を進めたい。

さらに、文化遺産や記憶遺産の審査マニュアルやガイドラインにおいて、本事業の成果を反映させ、国を跨いだ文化遺産や記憶遺産を進展させるように働きかけるとともに、文化遺産の審議を行うICOMOS（国際記念物遺跡会議）にも進言したい。また、林野庁や日本植物園協会、市役所の戦略、公園整備、教育委員会の施設や文化財などの諸部門とも連携を推進する。

次に、利他主義、およびそれと親和性を持つと思われる経営家族主義についてみていこう。

## V. 利他主義と市民知

### 1. 武藤山治の経営家族主義

近年、京セラの稲盛氏は、「利他の心」の重要性について説かれており、技術者として稲盛氏自らが管理会計システムを提唱したことはよく知られている。とりわけ中国では「稲盛哲学」は高い人気があり、セミナーや講演会には多くの中国人が詰めかける状況である。筆者も中国財政部直轄の上海国家会計学院（SNAI）内に設置された「アメーバ経営研究センター」の共同センター長として、稲盛氏の右腕として京セラはもちろん、JALの立て直しに尽力された森田和行氏やスタッフの方々の助力を借りながら、中国でのアメーバ経営の理論と実践の研究に着手した。たとえば宝鋼金属では稲盛氏のサポートを得ることなく、単独でアメーバ経営システムを立ち上げ、実施している。ここでの課題の一つとしても、アメーバ経営の特長であるできるだけ最小の組織にバラスことによって、組織構成員の一人一人が経営者であるかのように思考し行動に移すということで、個人主義的な行動になってしまわないかという点が問題となる。ここで重要な理念こそ「利他の心」いわゆる利他主義である。

以下では、戦前、30年以上にもわたって鐘紡の舵取り役として、後年は政治家として活躍した武藤山治氏の科学的な管理手法や経営家族主義を題材に取り上げたい。

科学的管理法に関する理論および実務レベルの検討については、わが国でもかなり早くから行われていた。すでに1911年には「無益の手数を省く秘訣」として紹介され、1913年にはテイラーの『科学的管理法の原理』の抄訳が出版された。1920年には倉敷労働科学研究所、1922年には協調会や産業能率研究所、1923年には日本能率研究会も設立され、機関誌『能率研究』が発行され、また、1925年にはテイラー協会日本支部が、1928年には全国的な能率増進機関である日本能率連合会が発足するなど啓蒙・普及運動が展開された。企業における科学的管理法の導入そのものについては、三菱電機、東洋紡績、福助などで実施されたが、その導入も「日本的な色彩」を帯びたものであったとされる。

たとえば、三菱電機の場合、ウェスティングハウス社で実施していた差別的出来高給制度をそのまま採用せず、日本的労務管理、なかでも賃金管理の一つの特徴ともいえるべき「標準的生活費保障」を加味したものに変更され、その実施に当っては、現場労働者を含む全員参加型の委員会を設置し、そこで「各自の意見を協議せしめ、協力これを審議し、改善を立案」させるといった、戦後のQCサークル活動に酷似した手法を挿入したところもあった。

このことは、当時のわが国における労使協調のあり方、すなわち、労使双方の経済的要求条件の充足のうえよりも、むしろ「経営家族主義」の実現の上に求められていたことを見なければ、その意義は理解できないであろう。ここで経営家族主義とは、企業を一つの家族的共同体とみなし、経営者は従業員に対して家長的な温情主義による諸施策を実施し、他方、従業員はそうした温情に応じて企業の存続と発展に献身しなければならないとする、労使協調の考え方である。

とりわけ、わが国におけるテイラーシステムの導入については、いわゆる日本の経営の形成の時期と連続していることに注意しなければならない。すなわち、「家族的温情主義」、「中枢的労働者に対する終身雇用制・年功序列制の適用」といった日本の経営の特質が、不況、労働運動の高揚、合理化の追求など、明治末から大正時代にかけての経済的状況からもたらされたのであり、テイラーシステムもこれを促進させるモノとして機能したといえよう。

アメリカにおけるテイラーシステムは個人主義を基礎とした機能的合理主義に立脚していたのに対し、日本の経営は日本的な共同体意識に支えられているものであるが、両者はそもそも異質のものである。ここにおいて、生成の背景を異にしているものを、敢えて導入しようとする意気込みとはいったい何であるのか、その底流にある理念あるいはロジックを見出す必要がある。

ここで注目されるのは、紡績業におけるテイラーシステムの導入例として早かった東洋紡績である。大正初期において、旧三重紡と旧大阪紡の2つの系統が融合することなく、それぞれ独自の操業法で製造されていたため、規格がばらばらで欠陥品が多く発生していた。そこでまず、1917年には四貫島工場で動作研究を実施し、「工程別標準動作」の設定を行い、新入工員の育成方法、機械器具の保全、石炭・電力の消費量、糊材料の標準化などを再検討した。各工場から主席や優良社員を選んで四貫島工場に集め、社内の専門部署から集められたスペシャリストが講義をしたわけであるが、実地試験と筆記試験の双方を経験し、現場に戻って標準動作の普及活動を自ら行った。この推進体制の中において上述した「共同体意識」を増進させる意図を見出すことができる。

大正から昭和（1920年代～1930年代）において、大阪府・大阪市・大阪商工会議所（大阪府立産業能率研究所、大阪商科大学教授などを含む）や市民の協力によって、アメリカのテイラーらの科学的管理運動の実施がなされ、日本能率連合会をはじめ愛知・神奈川・満州・東京などを含む全国レベルの産業合理化運動への展開の火付け役となった。地元大阪の企業である福助や中山太陽堂などが先駆的に科学的管理法を導入するだけでなく、市民からの寄付によって「臨時能率技師養成所」の開設など、市民サイドの貢献が際立っていたことは大阪の能率運動の特徴であった。

しかし、アメリカでの生活経験を持つ鐘紡の武藤山治が、テイラーシステムを積極的に導入する一方、当時浸透しつつあった経営家族主義を背景として、心情的・精神的態度の必要性を力説する「一大キャンペーン」を展開したが、その際、「作業場の心得」についての諸規則を設け、温愛の情と相互の和の精神を尊び自己抑制的に勤労すべきことを提唱する。1920年代の終身雇用的な経営家族主義状況下において、労働者は現実的な能率でなく潜在的な能力が重視され、年齢に応じて増大する出費を配慮した年功で賃金が支払われたのであり、能率賃金の原理にとってかわる、努力への圧力のメカニズムを必要としたのである。すなわち、当時の実業家は、西洋の技術や経営システムを用いることによって近代的な企業経営者となりえたものの、私的な生活信条や生活様式は近代的合理主義とは無縁であり、これによって家族主義の精神性がそのまま存続したとするのである。

武藤の温情主義とは、家族主義の名の下で「温かい情を示す」というものであり、温情主義と家族主義を同義的に用い、この温情思想を広げれば平和な、幸福な社会が営まれるとした。また、思想の輸入や西洋の模倣を否定し、「日本特有の美風」としての温情主義による解決を強調した。他方で、資本家には労働者に対して利己主義に陥らないように求めている。他方で、経営者としての立場から、「労働時間の短縮や賃金アップは要求するべきではない」とするなど、武藤の資本家観もかいま見ることができる。こうした考え方は吉野作造や河上肇などの思想家によって批判されることになるが、「科学的操業法」（1911年）、「精神的操業法」（1915年）、「家族式管理法」（1921年）などを提示した。いずれも労働者本位による合理化を促進しようとする意図が見られるのである。すなわち、「科学的操業法」は、彼流のテイラーの科学的管理の利用法を示し、仕事の段取りを分解し、ムダ・ムラ・ムリを改善しようとするものである。「科学的操業法」が仕事の量を合理化するのを目的としたのに対して、「精神的操業法」は従業員の心の持ちようや集中力の大切さや管理者の部下に対する責任を問うものであった。また、「家族式管理法」は、これまでの日本の家族制度における良い部分を引出し、会社組織を家族のように協和的なものとすることを目指すものであった。

## 2. 稲盛和夫氏の利他主義

これに対して、稲盛和夫によれば、自然の理に学ぶということは足を知る生き方であるとする。大量生産をし自然を破壊してきた人類は自然に対して傲慢になり、果てしない欲望を拡大したとする。人類は自らの欲望をコントロールする術を身につけなければならないと破滅に突き進む。このためには足を知るということで、経済のあり方を根本的に変え、新産業を生み出す活力を重視する。成長から成熟、競争から共生への転換が起こった時に「利他」という徳を前面に出す「文明」を生み出すことを強調する。そこにおいては、もっと相手をよくしてあげたい、もっと他人を幸せにしてあげたいという思いやりや愛をベースにした利他の文明が開くというのである（稲盛 2004）。

稲盛和夫の信仰の源は浄土真宗である。とりわけ小学校に上がる前に経験した「隠れ念仏」が大きかったという。夜、村のはずれの一軒家を訪れ、お坊さんらしき人がいて、子どもたちも数人並んで“検分”を受けるといふ。その場で「合格」と言ってもらえばいいのだが、常に「なんまん、なんまん、ありがとう」を唱えなさいといわれたという。これは徳川時代、薩摩藩では浄土真宗は禁じられ、報恩講を各村々の洞窟や大木の地下などに洞を作って藩権力から隠れて祈っていた。浄土真宗は、人々の暮らしのなかで地下に潜ったのである。薩摩の門徒は、民衆の行事や慣習に深く根をおろして、網の目を張り巡らせることによって信仰組織を作り、村のなかで「講」という組織形態を形成し、村を越えたネットワーク網を作る。報恩感謝の精神は、隠れ念仏の子どもの通過儀式として体に浸透し、隠れ念仏講は、感謝という子どもの道徳観の形成に大きな役割を果たしたといえる。上述した八尾のお逮夜市もその形態の一つであろう。ここでは、月に2回の市のため、店を出さない時には業者達が八尾の民家の軒先に設営道具を置かせてもらい、市が開かれている間は（屋台が大きく）通りに住んでいる八尾の人は家に入るものもやっとの隙間しかない場合が多かったようである。

なお、利他主義についての研究は、社会科学だけでなく人文科学、自然科学など多方面からのものが多くなっている。その検討については次稿で行う予定である。

## VI. 結

ここまで、創造性とレジリエンスについての関係性について検討してきた。4つの地域の創造性の基底として共通に挙げられるものとして利他主義 (altruism) があげられる。これは他人の幸せ (welfare) に関心を払う主義ないしそのための行動を指すといえるが、利己心 (selfishness) を持つ一方で利他心も共に持ちあわせるものであり、多元的な動機を有すると理解できる（岡部 2014）。

本稿の文脈でいえば、植物由来の素材（柿渋や漆）を用いた芸術家と素材の生産者との連携により地域と地域を結びつけ、都市や地域のレジリエンスを高めるいわばソフトパワーとしての役割に繋げることができる。そのプロセスが植物社会デザインのサイクルとなり、その中に「他を利する」という「利他主義」が生まれるといえよう。伊勢神宮などの式年遷宮や春日大社などの式年造体もその先駆的事例として考えることができる。

その主体は地元市民や他の地域の市民・業者の参加があって初めて可能となるのであり、利他主義が埋め込まれていることが必須となる。こうした連携の知識をここでは「市民知」と呼ぶ。「市民知」とは、「市民による実践知」として捉え、「市民が持っている実践・理論の相互浸透から長い年月をかけて形成された知」と定義づけている。こうした作業によって、都市の創造性についての理論的・歴史的考察を行い、4つのレポートシリーズを提示したわけである。すなわち、UNESCO 創造都市ネットワークの7つのカテゴリーを統合したり拡張したり、それぞれの関係性をよりダイナミックなものとする「粹組み」を示し、都市の創造性の源泉は、こうした市民の方々の日々の活動とそれを集約し、発信するための「世界の人々に開かれた」オープンスペースと様々な「道」を理解する能力であるといえる。また、そうした有形・無形の文化財を維持し、発展させ、ヒトやモノを総体として尊重する感性が重要であり、文化を社会が編集するという認識の必要性を示す必要がある。

## 参考文献

- 阿部 猛・西垣晴次(2002)『日本文化史ハンドブック』東京堂出版。
- 稲盛和夫(2004)『生き方: 人間として一番大切なこと』サンマーク出版。
- 岡 利次郎(1987)『リズム考: 東と西の文化の源流』草楽社。
- 岡野 浩(1995, 2002)『日本の管理会計の展開: 「原価企画」への歴史的視座』(初版)(第2版)中央経済社。
- 岡野 浩(2003)『グローバル戦略会計: 製品開発コストマネジメントの国際比較』有斐閣。
- 岡野 浩(2008)「日本の管理会計史の断層面: 文化の重層性とアーキタイプス」『会計』第173巻第5号、2008年5月。
- 岡野 浩(2009a)「日本の管理会計の連続性と非連続性」『会計』第175巻第3号、2009年3月。
- 岡野 浩(2009b)「管理会計戦略の実践的射程」『企業会計』第61巻第6号、2009年6月。
- 岡野 浩(2012a)「原価企画の文化史的含意: 動詞化・述語的包摂による文化編集の視点から」『会計』第182巻第4号。
- 岡野 浩(2012b)「都市創造性と文化編集: アクター(ヒト・モノ・コト)による集合体と動詞化・述語的包摂の視点から」岡野 浩・三島啓子編『都市文化プラットフォームとしてのアートギャラリー: 大阪空堀・楓ギャラリーをめぐる文化ネットワークの形成』大阪市立大学都市研究プラザ・レポートシリーズ No. 25。
- 岡野 浩(2013)「都市のリズム・即興性・定型性: 都市創造性の源泉」岡野 浩・西辻 豊 編『大阪・八尾の都市創造性: 市民知による文化実践分析と文化編集』大阪市立大学都市研究プラザ・レポートシリーズ No. 28
- 岡野 浩(2014a)「自然と都市の創造性: 「都市文化デザイン・コレジウム」の創設」岡野浩編『大阪・交野の自然と創造性: 大阪市立大学・私市植物園と庵原遼のコスモロジー』 No. 29
- 岡野 浩(2014b)「都市・自然・文化: 都市のあいだを繋ぐ社会デザイン」岡野 浩編『信楽の都市創造性と社会デザイン: 自然と都市と市民知に関する文化編集分析』 No. 30
- 岡野 浩・塚腰 実(2015)『メタセコイアと文化創造: <sup>ポタニカル</sup>植物的社会デザインの招待』大阪公立大学共同出版会。
- 岡野 浩・三島啓子(2012)『都市文化プラットフォームとしてのアートギャラリー』(レポートシリーズ)大阪市立大学都市研究プラザ。
- 岡部光明(2014)「利他主義(altruism)の動機と成立構造について」『SFC ディスカッションペーパー』SFC-DP 2014-002.
- 岡本太郎(2008)「万国博に賭けたもの」平野暁臣編『岡本太郎と太陽の塔』小学館。
- 加護野忠男(1988)『組織認識論』千倉書房。
- 川喜田二郎(1992)『鳥葬の国: 秘境ヒマラヤ探検記』講談社(初版1973年)。
- クック, R. (1982)『生命の樹: 中心のシンボリズム』(植島啓司訳)平凡社。
- クラークス, L. (1971)『リズムの本質』(杉浦實訳)みすず書房(原著出版年1923年)
- クレストン, P. (1968)『リズムの原理』(中川弘一訳)音楽之友社。
- ゾッリ, A. (2013)『レジリエンス 復活力: あらゆるシステムの破綻と回復を分けるものは何か』ダイヤモンド社。
- 高口恭行(1996)『都市のたくらみ・都市の愉しみ: 文化装置を考える』日本放送協会。
- 武田清子(2004)「まえがき: 日本文化のかくれた形」加藤周一ほか(2004)所収。
- ツンベルグ, G. P. (1928)『ツンベルグ日本紀行』(山田珠樹訳)駿南社。
- ド・セルトー, M. (1987)『日常実践のポイエティック』(山田登世子訳)、国文社。
- パトゥリ, F. (1980)『驚異のデザイナー: 植物を織りなす不思議な世界』白揚社。
- 三島啓子(2012)「楓ギャラリーの設立と経過」(岡野・三島2012所収)。
- ロジャース, R. (2002)『都市: この小さな惑星の』鹿島出版会。
- 山中浩之(2012)「近世の医家と学芸」『文化財講演会記録集』(八尾市文化財紀要17)八尾市教育委員会文化財課。

山折哲雄(1983)『神と仏：日本人の宗教観』講談社。

Harvey, D. (2009) *Cosmopolitanism and the Geographies of Freedom*. New York: Columbia University Press, 2009 大屋定晴ほか訳『コスモポリタリズム』作品社、2013年。

Meyer, A.D., G.R.Brooks & J.B.Goes (1990) "Environmental Jolts and Industry Revolutions: Organizational Responses to Discontinuous Change," *Strategic Management Journal*, Vol.11.

Okano, H. (2008) "The Cultural Significance of Management Accounting in Asia: India, China and Japan," *Congress Proceedings, Vol. 1, 12<sup>th</sup> World Congress of Accounting Historians, July 20-24, 2008, Istanbul, Turkey, Avciol.*

Okano, H. & D. Samson (2010) "Cultural Urban Branding and Creative Cities: A Theoretical Framework for Promoting Creativity in the Public Space," *Cities*, Supplement No.1, June 2010.

Sternberg, R.J. (2003) "The Development of Creativity as a Decision-Making Process," in Sawyer (2003).

Weick, K.E. (1979) *The Social Psychology of Organizing* (2<sup>nd</sup> ed.), McGraw-Hill. (遠田雄志訳『組織化の社会心理学(第2版)』文真堂。)

Woodman, R.W., Sawyer, J.E. and R.W. Griffin (1993) "Toward a Theory of Organizational Creativity," *Academy of Management Review*, 18(2).

**岡野 浩 Hiroshi OKANO:** 大阪市立大学・都市研究プラザ・教授、同大学院経営学研究科併任教授。中国・上海国家会計学院(財政部)アメバ経営研究センター長。経営学博士(大阪市立大学)。専門は戦略都市経営、都市ブランディング、地域開発、製品開発マネジメント、植物社会デザインなど。戦略会計や都市・文化創造性研究の国際ネットワークに関わる。Academy of Accounting Historians(米国会計史学会)会長をはじめ、多くの国際ジャーナルの編集に携わる。2010年にElsevier社から*City, Culture and Society*を創刊し、現在、編集局長 *Managing Editor*、およびSpringer社によるシリーズ本 *Creativity, Heritage and the City*の編集長、国際学会 Association for Urban Creativity 事務局長を務める。主な著作として『日本の管理会計の展開』中央経済社(1995年)、『グローバル戦略会計』有斐閣(2003年)、『コストデザイン: トヨタ/研究者の実践コミュニティ理論』大阪公立大学共同出版会(2015年)、『メタセコイアと文化創造』(2015年)、*History of Management Accounting in Japan: Institutional and Cultural Significance* (Emerald) 2015ほか。受賞として日本公認会計士協会学術賞(1996)、日本会計研究学会賞(2001)、日本原価計算学会賞(1994.1997)、エコデザイン論文賞(2002)などがある。

## **編者・筆者紹介 Editors**

岡野 浩 (Hiroshi OKANO) 大阪市立大学都市研究プラザ・教授、経営学研究科・商学部（併任）教授

潘 山海 (Shanghai PAN) 大阪市立大学都市研究プラザ・特任准教授

## **筆者紹介 Contributors**

马 玉明 (Yuming MA) 内蒙古農業大学・生態環境学部・教授

马 思聰 (Sicong MA) 北京 中国/建築第一局国際プロジェクト事業部・シニアエンジニア

蒋 宏 (Hong JIANG) 上海交通大学・社会認知/行動科学院・教授

刘士林 (Shilin LIU) 上海交通大学・媒体設計学院・教授

(写真) Pictures 岡野 浩 (Hiroshi OKANO)

表: 大阪市立大学 杉本キャンパスのワシントンやし [大阪市住吉区]

71 頁: 田中記念館メタセコイア説明パネル [執筆: 岡野 浩・塚腰実(大阪市立自然史博物館)]

裏: 杭州植物園 (中国・浙江省)

大阪市立大学 都市研究プラザ レポートシリーズ No.34

## **利他主義・レジリエンス・創造性:**

日本・中国における植物<sup>ボタニカル</sup>社会デザイン

URP Report Series No. 34

## **Altruism, Resilience and Creativity:**

Botanical Social Designing in and between China and Japan

Edited by Hiroshi OKANO/ Shanghai PAN

Published by Urban Research Plaza (URP), Osaka City University

3-3-138 Sugimoto, Sumiyoshi, Osaka 558-8585 JAPAN

発行日: 2016年2月29日                      29 February, 2016

編集: 岡野 浩・潘 山海

発行: 大阪市立大学 都市研究プラザ

〒558-8585 大阪市住吉区杉本 3-3-138

TEL: (+81) (0)6-6605-2207

FAX: (+81) (0)6-6605-2069



大阪市立大学 都市研究プラザ レポートシリーズ

<http://www.ur-plaza.osaka-cu.ac.jp/archives/report.html> (ダウンロード可)

No. 25: 岡野 浩・三島啓子 (2012) 『都市文化プラットフォームとしてのアートギャラリー: 大阪空堀・楓ギャラリーをめぐる文化ネットワークの形成』

No. 28: 岡野 浩・西辻 豊 (2013) 『大阪・八尾の都市創造性: 市民知による文化実践分析と文化編集』

No. 29: 岡野 浩 (2014a) 『大阪・交野の自然と創造性: 大阪市立大学・私市植物園と庵原遜のコスモロジー』

No. 30: 岡野 浩 (2014b) 『信楽の都市創造性と社会デザイン: 自然と都市と市民知に関する文化編集分析』

No. 34: 岡野 浩・潘 山海 (2016) 『利他主義・レジリエンス・創造性: 日本・中国における植物<sup>ホタニカル</sup>社会デザイン』

大阪市立大学 都市研究プラザ・ブックレット (市販用)

No. 3: 岡野 浩・塚腰 実 (2015) 『メタセコイアと文化創造: 植物的社会<sup>ホタニカル</sup>デザインの招待』大阪公立大学共同出版会。



URP   
Osaka City University

大阪市立大学 都市研究プラザ  
Urban Research Plaza, Osaka City University