

打造职业共同体：民生公司《新世界》月刊研究

● 赵颖竹

(上接总第 767 期)

就这样，读书会活动在一年之内在公司上下蔚然成风，但此过程依旧未能形成系统性的职工教育体系，更多的是一种职工教育的雏形和前期准备。而《新世界》在这一过程中，起到的作用主要为记录，看不出明显的助推意识。但从 1935 年卢作孚考察了民约轮职工教育工作并发表讲话之后，《新世界》开始具有了更强的宣传意识。

1935 年，卢作孚在民约轮考察了职工教育工作之后，对公司职工教育问题提出了四点要求，其中一条就是：在《新世界》上开辟职工教育运动专栏，专载各部分职工教育运动的消息，所提出的问题及方案，会员都有通讯的义务。随时可以从其间看出学校的增加，会员的增加，学生的成绩和各种超越以前的记录，并搜载学生特优的作品。《新世界》也就是从报道运动动态和登载问题及方案两个方面展开宣传活动的。

从《新世界》上的通讯可以看出，船员教育在开展过程中存在这些问题。其一，船员工作过多，船教没有对象，推行收效不大；其二，大水枯水对船教的影响很大，导致船教中途停顿；其三，下江学员因方言不通，很难找到教师，参加船教较少。

通过一次次的深入阐释和反复探讨，教育组成员和教师们，甚至一些优秀的学员，一起探讨实际问题，交流读书方法，不断根据轮船工作实际来调整职工教育方案，不断解决出现的各种新问题。

另一方面，《新世界》在“海事新闻”栏目，以短讯的形式，不断更新各囤船船教开展的动态，及时公布成绩。“凡学员读书用功成绩优良者，得将成绩等第刊登《简讯》及《新世界》。”从 1937 年之后，连续刊登职工教育成果，即船员的作文和读书报告等等。

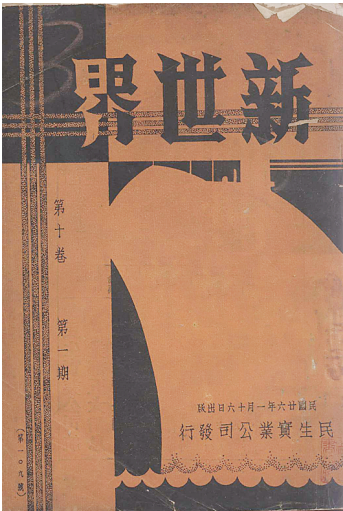
通过为期一年半紧锣密鼓的船员教育活动，船员间的情感更为紧密，对公司也有了更坚定的信心。

2.2 推广统一服饰完成外在一体化

从 1933 年 3 月 21 日开始，民生公司规定所有职工需穿着公司统一制服——一种芝麻色粗布或蓝色平纹布制成的短装，款式类似于“海军服”，样式简约朴素，人称“民生服”。这种统一制服是由北碚三峡染织厂生产的，因此也叫“三峡服”。制服分为春秋两季，由公司拨款补贴，员工上下统一购买。

这样的一种规定和做法在长江上游的民营企业中绝无仅有，制服的款式也与当时社会上所盛行的长衫和洋服迥然不同，大有广开社会风气之感。1935 年，卢作孚撰文说明了为什么要穿这样的公司制服：一是要造成节约的风气，抵抗社会的萎靡奢侈风气；二是表现事业的精神。这与卢作孚一贯的“事业影响社会”观念是一致的。

这样的一种着装规定在最初贯彻实施的两年过程中并不顺利，



直到 1935 年上半年，统一制服才仅在总公司职员中落实。“总公司职工于本月二十一日起，在办公室及团体行动时，规定一律须穿制服。盼各部亦照此实行。”但在 1936 年时，“公司各部职员制服已趋一律”。这样一种新的穿着方式在一个人数多达六千五百的大企业中，是如何进行推广的，让员工自上而下都能欣然接受和执行，甚至影响到公司外的社会大众，是值得关注的问题。

从 1934 年到 1938 年，《新世界》“海事新闻”栏目，针对统一制服问题进行过持续报道。在 1936 年之前，主要采用命令式的口吻，反复进行强调和宣导，目的在于引发各部门的重视和关注。从 1937 年开始，话语策略有所转变，开始用表扬赞许的话语来树立典型。“大领江英益才，现已改穿制服，精神矍铄，行动敏捷，望之绝不似七十二岁之老人。据其告人云，自己改穿制服以后，行路极为方便，如释重负。”“贵轮莫船长等已着公司制服。民贵船长黄加玉及高大副锡臣，蒋三副本立均已穿着公司制服，此种精神，极堪嘉佩。”通过对领江和船长这些高级职员，进行嘉奖和赞扬的方式，在公司员工内部树立典型，并且将这种行为和职业精神相联系，“此种遵守公司规定，服从团体精神，实勘钦佩”。

2.3 营造集团中心观念完成内在一体化

当具备了相应的人才基础和外在一体化之后，需要打造内在一体化，完成观念的转变，建设新的精神内核。而这一过程主要是通过卢氏独特的个人论述和个人魅力，打破旧有的观念，打破常识，转变观念。

在《新世界》上发表的多篇演讲中，卢作孚提出了集团生活中包括工作、学问、娱乐三个要素。在这个集团当中应该抛弃个人的理想，造成集团的理想，应该抛弃个人的希望，集中于集团。“不但我们的工作集团的，天天进我们的办公室或工场去；我们的学问亦是集团的，天天进我们的图书室或讲演会场去；我们的游戏亦是集团的，加入我们的音乐会和球队去。不但是我们的生产是集团的有事务所、有工厂、有轮船；我们的消费亦是集团的。最短期间将要有我们的住宅、我们的医院、我们子女的学校，我们乃至家属的娱乐场

或运动场。”

与此同时集团中心的观念是贯穿生活的方方面面的，乃至私人生活也变得集团化了。单身职工住公司集体宿舍，发给统一的床单，上面印着“作息均有人群至乐，梦寐毋忘国家大难”的醒目标语。为了做好“布置花园”的工作，在个人游玩中都不能忘记工作的目标。“要我们从游各处的公私花园，游自然的野景，看图画、看照片、看电影，乃至于朝夕看我们自己的公园，去作风景调和的活动……”

除了住宿和游玩，集团中心的理念在婚姻上同样有所体现，民生公司倡导“集团结婚”：集合许多对新人同时在一地举行婚礼，一切都由集团办理。这样做的目的在于倡导经济简单节约的新生活，同时这种新式婚礼是把为社会服务的职业放在第一位的，个人的享受并不重要。“她们在尽力为社会服务，为国家解决问题，社会便也就为她们服务，解决问题，意义是这样的重大深远。”这样一种工作至上，集团第一的理念，甚至发展出来在工作途中结婚，1937 年一对职工便是在从重庆到万州的民熙轮上，举办的结婚仪式。

通过系列演讲文章的阐释，卢作孚形成了一套“集团中心主义”的内在价值体系，通过在员工中强化对这一价值的认同，把职工对家庭的依赖转化为对集团和职业的依赖，从而打造了共同体的精神内核。

2.4 扩展职业共同体为社会共同体

当从内到外形成了职业共同体之后，民生公司并不止步于此，而是进一步把事业和社会相联系，把职业共同体扩展成为社会共同体。

民生公司作事有两重目的：第一是自己尽量的帮助事业，第二是要求事业尽量帮助社会……做生产事业的目的，不是纯为赚钱，更不是分赃式的把赚的钱完全分掉，乃是要将它运用到社会上去，扩大帮助社会的范围。民生公司的信条是“个人帮助事业，事业帮助社会”，而欲完成此目的，则需要各个员工在事业上获得信赖与同情，还要获得社会对事业的信赖与同情，这两者是彼此相倚的相成的相互为用的事。

民生公司一位高级职员在《新世界》上谈过对公司中心思想的理解，“因民生公司的中心思想是‘为社会’，并不是为张三李四的私人，所以民生公司自成立以来，年年赚钱，是为社会赚钱，并不是为私人赚钱。这样，取得社会的利益，仍用之于社会，即：为社会再加增，充实，扩大利益。这，真可叫做：‘楚弓楚得’的社会事业。因而只有这个新解释，才能代表民生公司的真精神。在目前中国，亦只有民生公司在实际上才配用这个新名词。”

卢作孚在《新世界》上对青年员工多次论述这个问题：“人的成功不是要当经理、总经理，或变成拥有百万千万的富翁，成功自己；而是盼望每一个人都有

工作能力，都能成功所做的事业，使事业能切实帮助社会。许多人都把这个意义弄不清楚，往往败坏事业，成功自己；自己虽说是成功，社会却失败了。因为自己这种成功，是从剥削社会得来。”“中国人，尤其是中国的青年，忙得不得了的是个人出路。为了个人生活和个人地位找出路，不惜用尽个人的能力找亲戚，找朋友，找地方，找……一切帮助。事实上应该认清，个人绝对莫有出路。今天每一个青年忙着的出路，是将来在社会上的地位……在政治上，在经济事业上，以及其他，总是想占着优越的地位，即以为是个人的出路。实在此种要求，完全是错误。我们只看见许多取地位的，少有看见取得地位以后为社会找出路的。向政治上，教育上，经济事业上找出路的，大多数只是为自己，莫有为社会，因此把中国弄到不得了。”

卢作孚在民生公司所提倡的这种无我利他的精神，把员工的小我升华成大我，为无意义的生命和枯燥无味的工作赋予了极其的价值感，从而从根本上解决了员工生命安顿的问题，也促使员工自动自发地为职业事业努力。

此外，历经大轰炸之后的《新世界》，更加关注民族、国家层面的共同体问题。1945 年复刊之后，《新世界》大幅度削减了有关公司内部事务的报道，增加了对外部世界新变动、新格局的刊载。每一期具有明确的主题，包括战时生产、世界航业、化学工业、钢铁工业、国际贸易、食品工业、实业心理、现代企业管理、战时运输、世界能源、战后重建、城市设计等等。

正如《复刊词》中所说，“然则新的世界应该有些什么呢？第一是新的发现和发明。发现了油、煤、金属及其他矿藏，优良的农业品种，有效的药物……第二是新的建设和改革。尤其是经济方面的，例如筑成了铁路或港口，创立了工厂或农场……第三是新的社会运动……例如农业改良运动，合作运动，公共卫生运动……”《新世界》通过对“三新”的报道，形成了一种宏大的全球图景。这种图景一方面是驳杂、新奇、变形的，从而塑造与日常生活拉开距离的“世界感”。另一方面，民生公司作为深深嵌入到现世世界秩序中、嵌入到政治经济结构当中的民族工商业，《新世界》在文本上强调民族国家与民族工商业的利益，认为它们都面临着来自世界的威胁。这两种对全球图景的想象，折射出重庆迅速崛起为西部经济中心，以及混杂性的国际大都市的现实，还有中西相遇所带来的文化焦虑心态。同时也反映了民生公司想要融入和适应战后新格局的迫切心理。

尽管这一时期的《新世界》已经超越了企业内部建构共同体的讨论范畴，但这种在更广大层面上与时代相呼应，积极主动拥抱新世界的共同体意识，更能显示出民生公司的社会责任和历史使命。

3 自下而上：职工随笔与职业共同体话语建构

媒介文本不仅是共同体忠实的记录者和见证者，同时更是形塑共同体观念，建构职业共同体的想象不可缺失的重要环节。作为职业共同体具体体现的职业观念、职业精神、伦理规范等需要借由话语凝固下来。一个公司的企业刊物往往是公司职员言说和话语的聚集地，借由这个平台，对日常职业生活进行意义重塑、价值重构和理念阐述，进而形成和巩固职业认同，明确职业定位和边界，稳固职业伦理和规范，形成较为牢固的职业共同体。

《新世界》月刊中大量刊载的员工随笔，反映着不同岗位和不同级别员工对自身工作和企业的感受、理解和认知。作为阐释共同体的民生公司职工群体自身如何借助《新世界》月刊，通过话语去建构共同体？如何书写、理解和看待自己的职业？如何给自己的工作赋意，建立职业边界的？

3.1 在危机话语框架下凸显职业价值

民生公司创立于时局震荡、战火纷飞的年代，诞生于实业不易发展之四川，长养于行业极不安定之社会，与无穷艰苦相持逾十载。这个在夹缝中艰难生存的民族企业，先后经历了不平等条约的束缚、内河航运权的争夺，以及八年战火的摧残。在民族危机和国家危难中诞生和成长起来的民生公司，十分注重社会责任，是坚持以国家和社会为己任的企业，其经营投资都同时考虑了产业开发与社会服务的双重目的。公司的宗旨体现的是社会企业的性质，从来不是投资人追求利益最大化，而更主要的是社会建设。

在《新世界》月刊的话语叙述中，通过对国家危机的再现和强化，对企业社会责任和社会功能的解读，将个人和国家通过公司集团这个纽带连接起来，由此来凸显职业的价值所在。

“现代需要的事业，是成功于计划，是应着整个国家的需要和看清世界未来的趋势而产生出来的计划，它的中心意义：是想要办到集体安全；是想要作一种新的集团生活的试验；是想要为整个的社会试验出一条新的出路来。”（1936 年第 101 期《人心与事业》）

“我以为，在现阶段，要挽救千钧一发的国难，只有从发展民族企业和努力生产建设这一路线上，方走得通。所以，离开五年来从事的艺术圈，加入了民生，希望在这个现代化的集团生活中，锻炼成一个时代底战士，负起历史给予我们的使命。”（1936 年第 98 期《工作前后》）

民生公司是卢作孚“实业救国”的具体代表，通过话语形塑要求员工时刻想着帮助国家和社会，正确处理国家利益、集体利益和个人利益之间的关系，处理长远利益与当前利益的关系。“国难”“历史使命”“国家需要”“为社会探索出路”这一系列核心词汇将个人能力的局限打破，对平凡简单甚至低下的日常工作生活进行超越，使其直接与整个国家民族的整体命运相联系。通过大量的话语的浸染，将职业的意义和价值无限扩大。个人生命的无意义和连绵不绝的痛苦，在紧要特殊的历史节点面前，显得微不足道。

(未完待续)