

阵地战

关于中华文化复兴的
葛兰西式分析

**Struggle for Cultural
Hegemony:** Gramscian Perspectives of
Revitalizing Chinese Traditional Culture

康晓光 刘诗林 王 瑾 等/著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

阵地战

关于中华文化复兴的
葛兰西式分析

***Struggle for Cultural
Hegemony:*** *Gramscian Perspectives of
Revitalizing Chinese Traditional Culture*

康晓光 刘诗林 王 瑾 等/著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

阵地战: 关于中华文化复兴的葛兰西式分析 / 康晓光等著. —北京: 社会科学文献出版社, 2010. 9

ISBN 978 - 7 - 5097 - 1767 - 7

I. ①阵… II. ①康… III. ①传统文化 - 研究 - 中国 IV. ①K203

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 170626 号

阵地战

——关于中华文化复兴的葛兰西式分析

著 者 / 康晓光 刘诗林 王 瑾 等

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 社会科学图书事业部 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目经理 / 王 绯

责任编辑 / 郑 燕

责任校对 / 郭红生

责任印制 / 郭 妍 岳 阳 吴 波

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部
(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 27.25

字 数 / 471 千字

版 次 / 2010 年 9 月第 1 版

印 次 / 2010 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 1767 - 7

定 价 / 65.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,
请与本社读者服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

第一篇 总论

- 3 阵地战：对文化复兴的葛兰西式考察
- 3 一 从“社会运动”到“社会化”
- 6 二 社会化：分析框架
- 10 三 社会化：经验分析
- 19 四 阵地战：理论
- 25 五 阵地战：经验分析
- 32 六 动力机制：理论
- 44 七 动力机制：经验分析
- 52 八 社会化：功能与使命
- 58 九 讨论：中华文化命运及其影响因素
- 64 十 本书介绍

第二篇 专题研究报告

- 71 专题报告：政府
- 71 一 政府与个人社会化
- 72 二 概况
- 77 三 分类描述
- 94 四 小结
- 98 专题报告：媒体
- 98 一 媒体与个人社会化
- 99 二 概况

107 三 分类描述

140 四 小结

147 专题报告：学校

147 一 学校与个人社会化

149 二 概况

156 三 分类描述

195 四 小结

197 专题报告：社会组织

197 一 社会组织与个人社会化

198 二 概况

210 三 分类描述

249 四 小结

251 专题报告：社区

251 一 社区与个人社会化

256 二 网络虚拟社区推行儒家文化

270 三 实在社区推行儒家文化

284 四 小结

286 专题报告：职场

286 一 职场与个人社会化

288 二 概况

291 三 分类描述

312 四 小结

第三篇 效果研究报告

315 学校经典文化教育对小学生价值观及行为影响实证研究

315 一 引言

318 二 典型案例介绍

326	三	研究设计及实施
330	四	实验组与对照组基本情况对比分析
343	五	实验组与对照组价值观与行为表现对比分析
358	六	经典文化教育效果实证分析
377	七	结论与讨论

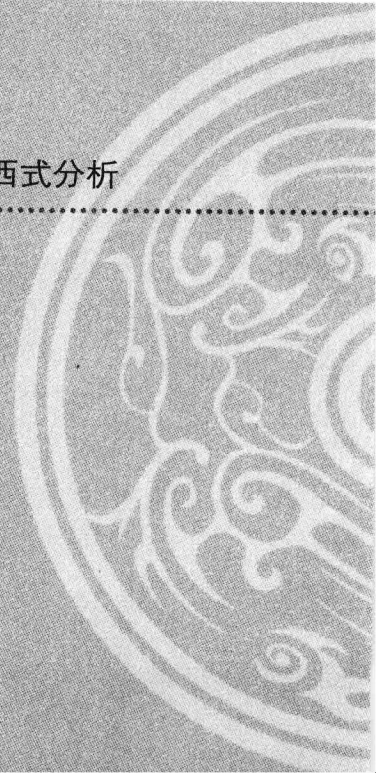
第四篇 附录

383	附录一	媒体：政治机遇结构的传感器
383	一	问题的提出
385	二	文献综述
389	三	研究假设与研究方案
396	四	假设检验
410	五	讨论
414	附录二	投机空间理论——对社会运动中非认同参与的初步研究
414	一	问题的提出
417	二	投机空间理论的描述框架
419	三	政治性投机空间
425	四	商业性投机空间
429	五	讨论

第一篇 总论

阵地战

关于中华文化复兴的葛兰西式分析



对文化复兴的葛兰西式考察

一 从“社会运动”到“社会化”

进入 21 世纪之前，传统文化日趋衰落成了中国近现代历史的基本特征之一。1976 年之后，随着“批林批孔运动”的终结，官方有组织的反传统文化活动停止了。但是，传统文化的厄运并未结束。伴随着新一轮对外开放，民间自发的反传统思潮开始泛滥。这一思潮在 20 世纪 80 年代末期达到高峰。1989 年之后，政府开始有意识地推动传统文化复兴。20 世纪 90 年代初期出现了所谓的“国学热”或“传统文化热”。但是，好景不长，这一缺乏民间基础的思潮很快无疾而终。然而，在 21 世纪到来之际，由民间力量主导且得到政府支持的旨在复兴传统文化的“现象”悄然兴起，并在短期内获得了迅猛发展。

近年来，传统文化复兴“现象”，在民间的主要表现形式为：学术研究、学术会议、创办期刊、出版图书；发表宣言、联署倡议、向人大和政协提交议案；组织学术团体；兴建民间书院和组织会讲；建立网站、论坛，组建联合论坛；祭孔；大规模的有组织的“读经”；推广传统服饰、礼仪、节庆等。官方也积极“参与”了这一“现象”，其主要表现形式为：官方媒体宣传；修复孔庙等文化建筑；政府主持的祭孔和祭祖活动；官方推动的读经、礼仪、节庆活动；在海外建立孔子学院；发布弘扬传统文化的官方文件和领导人讲话等。

本书的研究对象就是近年来在中国兴起的传统文化^①复兴现象。

① 在本书中，“本土文化”、“中华文化”、“传统文化”是可以互换的概念。它们出现在不同的语境之中：从“中国与世界”视角讨论问题时，往往用“本土文化”；涉及西方文化/东方文化的时候，使用“中华文化”；关系到“传统与现代”的时候，使用“传统文化”。

在研究的第一阶段（2005～2007年），我们通过田野调查发现，在本土文化复兴现象中，参与者为数众多，组织形态丰富多样，而且各自为政，没有统一的指挥中心。但是，他们并非“一盘散沙”，而是享有共同的信念，并且以此为团结的基础。更为重要的是，参与者向主流价值提出了根本性的挑战，要求重建社会的价值规范。可见，这一“现象”基本具备了“社会运动”的重要特征。又由于这场“社会运动”的宗旨非常鲜明，即复兴中华民族的传统文化，所以我们把它定义为“文化民族主义运动”。^①

基于这一判断，我们运用“社会运动的经典研究框架”^②考察了文化复兴运动的参与者及其构成，他们感受到的问题以及产生这些问题的社会背景，他们提出的纲领，他们的活动领域和采取的行动，他们使用的资源、资源来源及动员策略，他们与各种利益群体的关系，各种社会力量之间的互动格局，以及这一运动的可能后果。2008年在新加坡出版的《中国归来——当代中国大陆文化民族主义运动研究》一书系统地反映了这一阶段的研究结果。

在研究的第二阶段（2008～2010年）的初期，我们继续运用社会运动理论考察事态的发展。经过几个月的“扫描性考察”，我们发现，在短短的三年时间，文化复兴已经取得了长足进展，而且其“属性”也发生了实质性的变化。

扫描性考察发现：①参与者队伍不断扩大，而且参与者的身份也日趋多元。如今，本土文化复兴，已经不再是少数人的诉求，而是正在逐步演变成

① 康晓光：《中国归来——当代中国大陆文化民族主义运动研究》，世界科技出版公司八方文化创作室，2008。

② 道格·麦克亚当、西德尼·塔罗、查尔斯·蒂利总结了社会运动理论的发展成果，提出了一个“集大成式”的社会运动理论框架，称为“社会运动的经典研究议程”，其构成要素或变量包括：①社会变迁及其引发的结构性紧张；②集体行动框架；③资源动员；④行动方式或斗争手段；⑤政治过程或政治机遇结构；⑥运动的各种参与者之间的互动。参见道格·麦克亚当、西德尼·塔罗、查尔斯·蒂利《斗争的动力》，屈平、李义中译，凤凰出版传媒集团/译林出版社，2006，第18～25页。

为一种带有全民性的行动，无论是从推动阵营还是从反对阵营来看都是如此。更为重要的是，政治精英、经济精英、文化精英纷纷加盟文化复兴运动。精英参与成为这一阶段文化复兴的一大特色。可以说，各类精英已经成为时下文化复兴的主力军。②尽管参与者的规模和构成发生了很大变化，但是他们感知的问题却没有实质性的变化。观察发现，他们对本土文化的自信和推崇更加强烈，显然这得益于中国的国际地位特别是经济地位的持续上升。③参与者对本土文化的认同仍局限在“知识”和“道德”层面，对“传统政治哲学”的态度仍处于分裂状态。④参与者的活动领域，从社会的“边缘”、“表层”逐步进入其“核心”、“深层”，其行动方式也从“抗议”、“呼吁”转向扎扎实实的“建设”；从“街头作秀”、“新闻噱头”、“网络声明”等，演变为在媒体、学校、社区、职场、社会团体、党政机关等主要社会空间中开展系统的、日常性的“教化”活动。简言之，行动从“非常态”转向“常态”，从“破坏”转向“建设”。⑤参与者使用的资源，也从以个别人提供的零星资源为主，转变为以主流群体和主导性组织提供的“基础性”资源为主。⑥参与者面对的政治机遇结构也越来越好，反对派的势力在衰退，而盟友的阵营却在不断扩大。而且，参与者内部以及参与者与盟友之间的联系变得更加紧密，配合也更加默契。

综上所述，在文化复兴现象中，“社会运动”所特有的反抗性、先锋性、边缘性、反常性日趋淡化，而“社会常态”所特有的建设性、主流性、核心性、常规性却日益显著。也就是说，本土文化复兴的“社会运动色彩”正在逐渐淡化。

3 从社会运动到社会化

传统文化在当代中国重返社会生活时，首先进入的是文化复兴运动的参与者能够触及和影响到的领域。在法律和政策容忍的限度内，参与者就近就便地开展一些传播传统文化的活动。这一时期的文化复兴实践，零星而分散，与周围社会格格不入。比如，一些人身着汉服到闹市区“示威”；一些人在偏僻地带兴办复古的书院；一些人不送子女上正规学校，而是在家自己教授传统文化经典，有的还开办全日制私塾。在这样的教育活动中，只有传统文化经典，而国家规定的很多教学内容很少涉及，学生也缺乏正常的社会交往机会。诸如此类的“极端”方式，很难被社会接受，只能游离于主流

之外。但是，随着运动的深入，参与者的队伍不断扩大，主流群体纷纷加盟，社会基础性资源陆续投入，在社会的核心地带开展的常规化活动也越来越多。这一切告诉我们，文化复兴运动已经深入到社会的主体结构，而且“破旧”和“立新”在同步进行。对于这样一种现象，继续使用社会运动框架来观察和分析合适吗？

“广义的文化”涵盖了人类生活的全部，而“狭义的文化”仅仅涵盖人类生活的精神层面，尤其是价值观和行为规范。魏思纳认为，“文化其实涵容了共有的价值和信仰、一些日常生活惯例所组成的活动，以及那些带有情感交流意义的互动经验。”^① 亨廷顿则提出了一个更加纯粹的主观的文化定义，“文化，指的是价值观、态度、信仰、倾向，以及整个社会普遍的观念。”^② 本文所谓的“文化”即指“狭义的文化”。

人们之所以参与文化复兴行动，是希望通过复兴本土文化，来解决他们面对的各种深刻的社会问题。而“本土文化复兴”的含义则是借助本土文化资源来重建社会的价值观和行为规范，而这一切最终要通过改变人们的价值观和行为方式来实现。在社会学和政治学的理论视域中，具有塑造人们价值观和行为方式功能的社会机制就是“社会化”。田野调查资料表明，目前，文化复兴运动已经深入社会化系统，并通过它实施社会化。

二 社会化：分析框架

正是由于意识到文化复兴已经超越了“社会运动”，进入了“社会化”领域，所以，在研究的第二阶段的后期，我们开始运用“社会化理论”研究文化复兴现象。

1 社会化

对于社会化的含义，社会学、心理学、教育学、人类学等学科均给出了

① 魏思纳：《撒哈拉沙漠以南非洲的文化、童年与进步》，载哈瑞森、亨廷顿编《为什么文化很重要》，李振昌、刘慈淑译，联经出版事业股份有限公司，2005，第184页。

② 亨廷顿：《序：文化有重要意义》，载哈瑞森、亨廷顿编《为什么文化很重要》，李振昌、刘慈淑译，联经出版事业股份有限公司，2005，第iii页。

各自的解释。社会学偏重社会化过程中人与社会的互动,关注社会规范的内化以及社会角色的形成。心理学偏重社会化过程中的个人成长,关注个人人格与自我的形成以及一般的社会学习过程。文化人类学则偏重社会化过程中文化的继承,关注民族代代相传的文化模式对其成员的共有的人格即社会行为的影响。^①

费孝通认为,“社会化就是指个人学习知识、技能和规范,取得其所在社会生活的资格,发展自己的社会性的过程。”^② 罗伯逊认为,“社会化是使人们获得个性并学习其所在社会的生活方式的社会相互作用过程。”^③ 库利指出:“从幼年时起,我们的生活愿望及表达自我的愿望就要受到社会系统的规范。这一社会系统是长期发展的结果。我们摸索着进入这个系统,我们便因此成为发挥某种社会功能的候选人。通常还有其他的候选人,因此我们必须奋斗,必须改变自己,必须学会放弃和妥协,直至与同伴处于有效的调适状态。”^④

帕森斯在探讨社会系统如何解决自身的整合问题时,阐述了社会系统自身必须具备的两大均衡机制——社会化和社會控制。他认为,个人的追求、行动意志、行动目标、能动性努力、情境解释的所有指向,都将服从于社会行动系统的功能需要,成为社会模式化体系中的构成部分。米德在关于人的自我和角色的论述中,极为强调社会共同体、共享价值观对行动过程的普遍支配作用,认为社会有组织的协调能力所产生的“选择压力”,促使个体使自己适应于社会环境和组织模式。他认为,个人由感知他人对自己的评价而形成自我,并进行选择的权衡,这些人际实践使社会组织得以建立和维持,并使社会结构得到复制。^⑤

概括来说,人的社会化是指个人学习他所生活其中的那个社会长期积累的知识、技能、价值和规范,并把这些知识、技能、价值和规范内化为个人的品格和行为,在社会生活中加以再创造的过程。社会化研究的目的也很明确,就是要确切地了解规范和原则是如何在社会上传播,是如何为社会化对

① 周晓虹:《现代社会心理学:社会学、心理学和文化人类学的综合探索》,江苏人民出版社,1991,第114页。

② 《社会学概论》编写组:《社会学概论》,天津人民出版社,1984,第54页。

③ 罗伯逊:《社会学》(上),黄育馥译,商务印书馆,1990,第138页。

④ 库利:《人类本性与社会秩序》,包凡一等译,华夏出版社,1989,第282页。

⑤ 郑杭生、杨敏:《个人的当代形貌:社会化理论的世纪挑战》,《河北学刊》2006年第2期。

象所理解，所内化的。^①

社会化主体要传播某种规范和原则，需要经过“社会教化”和“个人内化”两个环节。社会教化和个人内化相辅相成，社会教化是社会化的外部动因，个人内化是社会化的内部动因。人的社会化是在现实社会中进行的。个人、社会、个人与社会构成了社会化过程的全貌。

2

社会化分析框架

为了运用社会化理论描述和分析本土文化复兴现象，我们构建了社会化分析框架（见图1-1）。在这一框架中，存在两个主体，即社会化主体和社会化对象；存在两个基本过程，即社会教化和个人内化；存在两个反馈过程，即社会化主体根据社会化效果作出的调整和社会化效果对文化复兴运动的反作用；还有一个环境变量，即文化复兴运动。

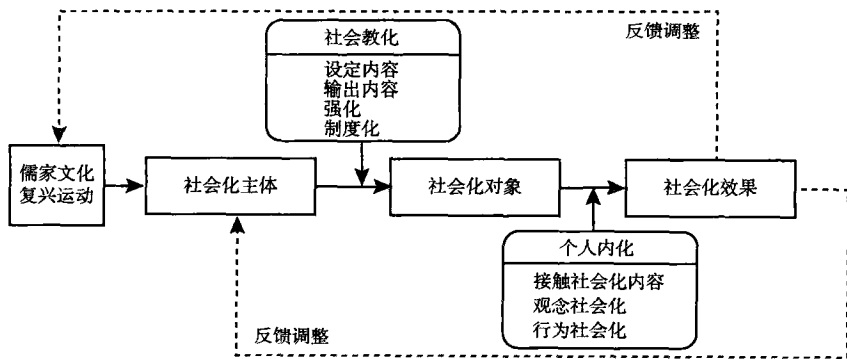


图 1-1 社会化分析框架

社会化主体是那些影响人们的观念、情感、态度和行为的个人、群体、组织、场所，如家庭、学校、同辈群体、职业团体、宗教组织、大众传媒等等。一方面，不同的社会化主体有着自己独特的社会化功能，其社会化对象各不相同，发挥作用方式也各有不同。另一方面，它们在个体社会化的过程中相互渗透，共同推进社会化的最终实现。

社会化主体以感知到的结构性紧张和政治机遇结构为基础，从自身的理

^① E. 齐格勒、I. 基尔德、M. 拉姆：《社会化与个性发展》，李凌等译，北京航空航天大学出版社，1988，第12页。

念和资源动员情况从发，对社会化对象实施教化。社会教化指社会通过社会化主体实施社会化的过程，即社会化主体以某种价值观和文化方式，人为设计和安排，以及技术性设置等来教化和调节个人。社会教化可以分两大类：正规的教育，如各级学校对学生的教育；非正规的教育，如社会风俗、群体亚文化、传播媒介对人的影响和教育。后一种社会教化往往是在无形中发生作用的，它对个人的成长、心理的变化以及行为方式的选择，往往起着潜移默化的影响。^① 一般来说，社会化主体的教化过程分为四步：设定教化内容；输出教化内容；强化教化内容；将教化活动制度化。

社会化对象是社会化主体作用的客体。在与社会化主体互动的过程中，社会化对象对教化内容进行内化。个人内化是指社会化对象经过一定方式的社会学习，接受社会教化，将社会目标、价值观、行为规范和行为习惯转化为自身稳定的人格特质和行为反应模式的过程。它是个人认识社会现实，加工社会影响，并使之转化为个人内部意识和内在素质的过程。个人内化的过程分为三个部分：一是接触社会化内容；二是观念社会化；三是行为社会化。首先，社会化对象接触到社会化主体所设定的教化内容，这种接触可能是被动的，也可能是主动的。然后，社会化对象的观念和行为习惯先后或者同时发生转变。

在实施社会化的过程中，社会化主体会根据社会化效果调整其教化策略。

需要强调的是，有效的个人社会化又会反过来推动文化复兴。这是一个正反馈的过程。

3 从“社会运动理论”到“社会化理论”

文化复兴的两个阶段之间，即社会运动与社会化之间，存在顺畅的逻辑关联。相应的，两个阶段的研究方法之间，即社会运动理论与社会化理论之间，也存在良好的逻辑关联（见图1-2）。

这种逻辑关联表现为：本土文化复兴是为了借助本土文化资源重建社会的价值观和行为规范，为此需要用本土文化塑造人们的价值观和行为规范；而人们的价值观和行为规范是社会化的产物；所以要实现文化复兴的

^① 周晓虹：《现代社会心理学：社会学、心理学和文化人类学的综合探索》，江苏人民出版社，1991，第117页。

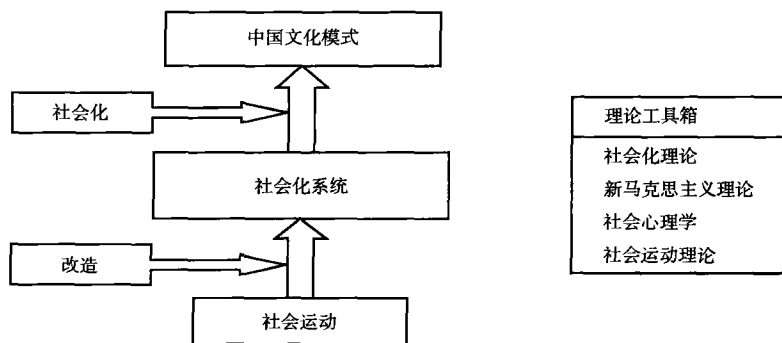


图 1-2 两个研究阶段之间的逻辑关系

目标，首先就要改造社会化系统；然后利用改造了的社会化系统，对人们实行社会化，进而达到重建社会的价值观和行为规范的目的。简言之，本土文化复兴的首要目标是按照自己的本性改造社会化系统，最终目标是利用改造过的社会化系统对国民进行社会化，使他们符合本土文化的要求。而文化复兴运动的功能就是改造社会化系统，当然它同时也对个体发挥社会化的功能。这样一来，本土文化复兴的社会运动就与社会化自然而然地连接起来了。

可见，第二阶段研究与第一阶段研究之间存在着内在的紧密的联系。

三 社会化：经验分析

本节运用“社会化分析框架”，根据田野调查资料^①，概述本土文化社会化的实践。概述的内容包括：社会化的主体，社会化的内容，社会化的方式，社会化的效果。需要指出的是，受到我们所采用的调查技术的限制，本书无法探讨“社会化对象的内化过程”。

1 社会化的主体

政府是传统文化社会化的最重要的主体。在媒体、学校、社会组织、社

^① 本节使用的经验资料均引自本书的专题调查报告。

区、职场开展的社会化活动中都能看见政府的影子。政府一方面直接实施教化活动，一方面通过与民间保持良性互动来推动社会化。当然，政府一直试图主导社会化的基调，把控社会化的方向。

大众传媒是社会化的重要力量。在文化复兴运动初期，媒体把文化复兴现象作为吸引眼球的新闻热点进行报道。一时间，“读经”、“私塾”、“国学”、“汉服”、“儒学”、“儒教”、“成人礼”等词汇在报纸、杂志、网络、电视里层出不穷。可以说，文化复兴运动初期，媒体在传播传统文化复兴的讯息、增加运动的影响力方面功不可没。随着运动的深入发展，在国家文化政策的推动下，在大众需求的拉动下，媒体推出了一系列传播传统文化的节目，成为传统文化社会化的重要主体。

文化复兴运动初期，不少教师出于对传统文化的热爱及对现行教育体制的不满，在自己的课堂上教授传统文化经典；还有的教师在校外开设专门的经典学习班。这些在学校中开展的前瞻性的经典教育行动，产生了较好的效果，但是规模有限，影响也不大。2006年之后，不少地区的政府教育部门开始主动要求辖区内的中小学校开展经典文化教育。例如，沈阳市皇姑区宁山路小学的一些班级，从2002年起就自发开展经典教育，并将传统文化纳入校本特色课程。2006年，沈阳市皇姑区委、教育局下文要求全区中小学开展国学教育，在全国首开先河。高校也不失时机地开设了相关院系专业，开设必修课、选修课供学生们选择。例如，中国人民大学成立了“国学学院”，而清华大学则要求文科专业学生必修“四书”。

社会组织也是社会化的重要主体。在积极传播传统文化的社会组织中，既有在运动中“新成立的”组织，又有一些“复活的”专业组织，还有一些既有的官办社团。文化复兴运动的参与者，一直希望成立属于自己的组织，但是由于国家严格限制民间社团登记，所以他们的组织形态非常松散。随着政府对儒学的态度日趋明朗，各地的参与者才得以成立属于自己的组织。与此同时，高校的国学类学生社团纷纷成立，凝聚了一大批青年国学爱好者。一些与儒家联系紧密的宗族组织，如孔子后裔联谊会、曲阜市孟子研究会等，也积极地促进儒学复兴。在文化复兴的大环境下，中国孔子基金会、国际儒学联合会，各地孔子学会、儒学研究会等组织也结束了沉寂状况，更加活跃和高调，并成立了一些分支机构。政府掌控的团委、妇联、工商联等群团组织也结合自身工作开展了众多传播传统文化的活动。

随着运动向越来越广的社会领域挺进，在社区层面，文化复兴也有了更