

From Main in the Street of a Power to People
of a Rich and Powerful Country
National Spiritual Transformation Guide

从 大国小民 到 富国强民

国民精神文化转型指南

华智库 刘伯奎 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

社 会 教 育 丛 书 Social Edu

From Main in the Street of a Power to People
of a Rich and Powerful Country
National Spiritual Transformation Guide

从 大国小民 到 富国强民

国民精神文化转型指南

华智库 刘伯奎◎著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

从大国小民到富国强民: 国民精神文化转型指南 / 华智库, 刘伯奎
著. —广州: 暨南大学出版社, 2014. 6

(社会教育丛书)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0977 - 3

I. ①从… II. ①华…②刘… III. ①民族精神—研究—中国
IV. ①C955. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 065519 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州良弓广告有限公司

印 刷: 湛江日报社印刷厂

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 220 千

版 次: 2014 年 6 月第 1 版

印 次: 2014 年 6 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

跨越 30 年的思考（代序）

“从大国小民到富国强民”这个问题是我在 20 世纪 80 年代初大学毕业未久，读了台湾作家柏杨先生《丑陋的中国人》后就开始思考的，至今已有 30 年。



如果说，一开始是漫无边际的散漫思考，那么，由散漫的思考转入定向分析研究，则始于 20 世纪 90 年代初。当时，我写了一组以“我是小市民”为开场白的系列文章，原定在国内某刊物连载，大概是因为文字风格“逆”了什么人的胃口吧，结果，刚发表两篇就被全系列封杀。受此打击，至 21 世纪初，我开始社区教育研究时，又重新开启“小市民”研究，并且一发不可收拾。其间，先后出版了《中华文化与中国社区》（2005）、《中华文化与〈圣经〉文化》（2008）等 5 部专著，至 2011 年，又出版专著《大国小民——中国市民精神解剖报告》和《突发事件社区化解》。2013 年，在 20 余年研究积累出版的基础上动笔，终成《从大国小民到富国强民——国民精神文化转型指南》一书。

回顾自己关于国民性研究的思想成型过程，可以把《中华文化与中国社区》、《大国小民——中国市民精神解剖报告》以及眼下这本《从大国小民到富国强民——国民精神文化转型指南》分为三个解读层次的代表作（其他著述分属于这三个层次）。

其中，《中华文化与中国社区》为第一个解读层次。

《共产党宣言》早就告诉我们，思想的历史证明，“精神生产随着物质生产的改造而改造”。如果说，改革开放 30 多年来是举国上下从管理体制到行为观念的大变革、大更新，从自我陶醉的梦境中痛苦警醒，

开始“物质生产的改造”，以“推动中国人民经济上富裕起来”的过程；那么，社区教育将是一个随着“物质生产的改造”而在人们的日常生活中平静展开、渐次深化，并在人们的工作、学习、生活，乃至日常交际往来中逐步显现其变革价值的“精神生产的改造”。这一改造的价值在于，民族精神文化体系由此按照现代化的要求进行升华更新，进而更为有效地推进“物质生产的改造”。

正是在这样的理念指导之下，我开始研究中国社区（“社区”是“社会”的最小单位），发现中国传统社会（社区）是建立在以小自耕农为主体的自然经济基础上的，并由此形成了传统精神文化体系中的“家族亲情文化”要素（以“胳膊肘朝里拐”为形象描述）与“等级人格文化”要素（以“人分三六九等”为形象描述），并由此推证，当代中国社区教育的历史任务是将传统的原发社区精神文化改造成为现代社区精神文化，继而将现代社区精神文化优化提升为未来社区精神文化。

至于《大国小民——中国市民精神解剖报告》一书，最初定名为《三只眼看上海人》，因为原本是想从“贬、中、褒”三个不同的角度给“上海人”做一次“精神画像”，但是书稿初成以后，向上海的多家出版社屡次投稿不成，几近碰得鼻青脸肿。一气之下转投给人民出版社，人民出版社的责任编辑在看到书稿后回复，“认真拜读后，觉得此书稿对于国民性批判颇有见解，文字也很有力度，具有出版价值”，同时认为书中所谈并不仅仅是上海人，谈的是中国人，谈的是“中国国民性”问题，因此建议我将该书更名为“大国小民”。荣幸的是，该书同样得到了意外的评价。人民出版社的责任编辑认定“本书对中国人目前的精神文化状态拉响了红色警报”。

随后，该书出版时，在将该话语作为全书的宣传用语套红印在封底之后，又加上了从书中摘取的以下一段文字以强化宣传张力：

在中国的国家政治形象、经济形象越来越积极、越来越强大的同时，中国国民的个人精神文化形象在世界舞台上却仍然常常显得消极、弱势。其中一个非常突出的表现就是，中国国民在越来越多地进入国际环境的同时，也正在越来越多地受到“丑陋”的指斥，目标所指，既包括暴发户式的粗俗、张扬，也包括小市民的猥琐、自卑。种种迹象表

明，我们这个民族还远没有在精神文化层面上真正觉醒。文化觉醒的任务凸现在我们民族面前，凸显在全体国民面前。

而《从大国小民到富国强民——国民精神文化转型指南》一书的思考重点则是：中华民族从以小自耕农为经济基础的“桃花源”向以市场经济为基础的“地球村”过渡，决不仅仅是经济基础的转型，伴随着经济基础的转型，还将出现上层建筑的适应性调整更新（同样也表现为一种“转型”）。而在整个上层建筑的调整更新的转型中，难度最大且“瓶颈”最多的，则要数至今仍在强有力地控制着全体国民精神心态和言行举止的传统精神文化。

因此，在本书结尾处我提出：“当今时代，一个民族的成员，尤其是普通国民，如果在国内能够坚持自立、自强且勤奋努力，在国外能够保持自尊、自信且能善待他人。同时，身处陋室而能眼观世界，‘先天下之忧而忧，后天下之乐而乐’，保持对外部世界的关注、关心，与外部大环境融洽和谐，那么，他离成为‘地球村’的合格村民也就不远了。”

由此推知，我们这个民族在政治经济生活转型过程中必须认真面对的是，怎样推动与原先的小自耕农自然经济生活相适应的“大国小民精神文化”的优化升华，进而构建与现代市场经济精神文化相适应的“富国强民”精神文化。因此，面对中国的国家形象越来越强势，而国人的形象却似乎存在越来越“被丑陋”的尴尬，需要认真思考探索的是怎样才能通过精神文化转型尽早摆脱这一尴尬？

在本书的中编，特别列出了中西方民族精神文化的 20 点翔实比对。通过这 20 点的比对可知，民族精神文化转型看起来很宏大，其实又很细密，可以精确到普通国民个人的一言一行、一举一动。

需要对此比对作出说明的有两点：一是这样的比对具有开放性特点，也就是说，中西方民族精神文化的不同点绝非仅此 20 点。二是尽管我们民族的精神文化面临着从“桃花源”转向“地球村”的优化升华，但这并不意味着我们对自己的传统精神文化就应当全面否定。而所谓优化升华，应当是一个否定之否定的辩证思考过程，是一个“取人之长、补己之短、当扬则扬、当弃则弃”的扬弃过程。

与此同时，在某种意义上还可以形象地借助“木桶短板理论”作



出评价，民族精神文化的优化升华必须是全民意义的，如果只是精英人物的优化升华或者只是部分国民的优化升华，那么这个优化升华的历史任务在事实上就还没有完成。显然，在全民族意义上，要想完成这一精神文化转型过程的周期将是漫长的，是难以一语断定期限的。

从这一角度思考，《从大国小民到富国强民——国民精神文化转型指南》一书由《中华文化与中国社区》、《中华文化与〈圣经〉文化》、《大国小民——中国市民精神解剖报告》和《突发事件社区化解》等前期研究成果一以贯穿而成，它们构成了一个以国民性研究为内在联系的有机系列。



目 录

跨越 30 年的思考（代序）[1]

上编

瑕不掩瑜的历史辉煌



第一章 困惑反思：为什么国家形象强势国民形象反而“丑陋”？[4]

- 一、为什么国民生活陋习矫正竟然如此之难？[5]
- 二、为什么国民陋习百年以前就受指斥却至今犹存？[7]
- 三、为什么国人读书学习早就被西方指斥“丑陋”？[10]

第二章 上溯求源：国人陋习难改是因为“文化”吗？[14]

- 一、中国企业在海外暴露的是文化问题吗？[15]
- 二、中国国民在海外暴露的是文化问题吗？[18]
- 三、国民“陋习难改”也是因为文化问题吗？[22]

第三章 宏观俯视：为什么说文化觉醒之路近在眼前远达天边？[26]

- 一、怎样认知“桃花源”文化？[26]
- 二、“亲情文化”对国民的张力控制 [29]
- 三、“等级文化”对国民的张力控制 [33]
- 四、“桃花源”文化对转型地球村的干扰思考 [36]

第四章 微观把握：为什么要对“精神文化”进行独立研究？[39]

- 一、为什么要将“精神文化”从“文化”中剥离出来？[40]

- 二、关于“精神文化”的内涵界定 [42]
- 三、民族精神文化对其成员的制控特点 [44]
- 四、怎样精准把握我们的传统精神文化? [46]

中编

融凝厚重的文化特立

第五章 形象描画：言行规则方面的精神文化对比 [55]

- 一、中华文化注重“知足常乐”
西方文化注重“不知足常乐” [55]
- 二、中华文化注重“圣人教化管理”
西方文化注重“人类自我管理” [58]
- 三、中华文化注重“靠”不注重“立”
西方文化注重“立”不注重“靠” [62]
- 四、中华文化注重“见好就收”
西方文化注重“不断进取” [66]
- 五、中华文化注重“身份等级差异”
西方文化注重“人格平等公正” [69]
- 六、中华文化注重“私德”的养成
西方文化注重“公德”的养成 [73]
- 七、中华文化注重个人的“义务担当”
西方文化注重个人的“权益需求” [76]
- 八、中华文化注重“县官不如现管”
西方文化注重“只知天上的主” [79]
- 九、中华文化注重“单向线性思考”
西方文化注重“多方辩证权衡” [83]
- 十、中华文化注重眼前的目标追求
西方文化注重长远的精神启蒙 [86]

第六章 精神描画：理念制控方面的精神文化对比 [91]

- 一、中华文化崇尚“人性本善”
西方文化崇尚“人性本恶” [91]
- 二、中华文化崇尚“道德自律”
西方文化崇尚“行为他律” [95]

- 三、中华文化崇尚“物质实在”
西方文化崇尚“精神追求” [98]
- 四、中华文化崇尚“重 X 轻 Y”
西方文化崇尚“多元平等” [102]
- 五、中华文化崇尚“多报喜少报忧”
西方文化崇尚“一切告知上帝” [105]
- 六、中华文化崇尚“王法”
西方文化崇尚“天法” [109]
- 七、中华文化崇尚求得“神助神佑”
西方文化崇尚求得“神示神喻” [112]
- 八、中华文化崇尚“人杰创造历史”
西方文化崇尚“上帝安排历史” [116]
- 九、中华文化崇尚“以人生为手段”
西方文化崇尚“以人生为目的” [119]
- 十、中华文化崇尚“人往高处走”
西方文化崇尚“人往美处走” [122]



第七章 精准定位：怎样面对西方的文化批评？ [127]

- 一、我们的精神文化不具有“国际传染性”了吗？ [127]
- 二、撒切尔夫人的绝对化定论失误在哪里？ [130]
- 三、我们自己的文化复兴又失误在哪里？ [134]

下编

浴火重生的凤凰涅槃

第八章 以史为镜：为什么说西方精神文化也曾经“丑陋千年”？ [142]

- 一、西方人在国人眼中也曾经“丑陋无比” [143]
- 二、西方现代文明是从不断“被丑陋”的泥坑中挣扎出来的 [156]

第九章 以人为镜：精神文化转型过程无不是“从丑陋转向文明”

[160]

- 一、关于我们的传统文化中种种“丑陋”的思考 [160]
- 二、“被丑陋点”正是国民精神文化优化的“起步点” [164]

第十章 检讨反思：为什么“东方睡狮”会在丑陋中“昏睡百年”？

[167]

- 一、民族精英群体唤醒“睡狮”时过于“一厢情愿” [168]
- 二、民族精英群体唤醒“睡狮”时过于眼高手低 [172]
- 三、东方睡狮“昏睡百年”的多角度思考 [175]



第十一章 举步维艰：精神文化优化之路山重水复崎岖坎坷 [177]

- 一、传统精神文化一般是不会主动“优化”的 [178]
- 二、传统精神文化存在的合理性会排斥主动优化更新 [181]
- 三、管理强势难以遏止“短平快”地推进精神文化优化的冲动 [186]

第十二章 千年远望：中华民族将怎样入籍“地球村”？ [189]

- 一、只有全民意义上的改革开放才能唤醒“东方睡狮” [189]
- 二、“东方睡狮”的觉醒将是一个细密、漫长的过程 [193]
- 三、民族精神文化的转型将逐层次螺旋式上升 [197]

后 记 [202]

上 编

瑕不掩瑜的历史辉煌



作为历史悠久的四大文明古国之一，中国曾经创造了绵延数千年之久的举世瞩目的辉煌成就，并且至今仍然充满生命活力。但不能不指出的是，我们传统文化的辉煌是深深地扎根于以小自耕农生产方式为主体的农业文明经济基础之上的，于是，自 19 世纪中期以来，仰仗着更为先进的工业文明敲开了中国国门的西方列强，在拼命掠夺中华瑰宝的同时，更是竭力以西方文化为标准来丑化中华文化，打击中国人的民族自信。

究竟应当怎样评价我们的传统精神文化，怎样看待来自外部世界的百般挑剔与求全责备？这是我们民族在进入历史转型期以来，必须率先完成思考才能昂首阔步迈向远方的一个重大问题。

伴随着中国改革开放的逐步深化，伴随着中国国门的进一步打开，伴随着中国普通国民与外部世界直接交往面的日渐扩大，国人与外部世界怎样进一步实现交融与和谐的任务目标已经出现在眼前。夸张一点说，如果中国人一旦和外国人接触，很快就会引发“中国人丑陋”等诸如此类的指责批评，恐怕就非常值得认真思考，追究根源所在，进而探索问题化解的有效途径。

将这个问题予以形象化表述，也可以称为“中国人为什么是中国人？”因为只有弄清楚了自己为什么会是这个样子，问题的根源究竟在哪里，才能更为有效地彻底解决问题。这也是撰写本书的主要目的。



第一章 困惑反思：为什么国家形象强势 国民形象反而“丑陋”？



笔者在进行社会研究的第一部著作《中华文化与中国社区》(2005)的开篇,曾经摘引了一则来自国外的报道。据2003年4月21日《报刊文摘》报道,近年来,在国外的不同地方出现了“内容不同但都是针对中国人的”公益广告海报,该报道中引用的三张海报主题均是外国的中文告示。第一则广告的背景图案是一个港湾,中央的旗杆飘着美国的国旗,确切的地点是美国的珍珠港,而广告的主标题是“垃圾桶在此”,副标题是“在美国珍珠港,这句话只写给中国人看!”第二则广告的背景是一座宏伟的教堂,它的名字是巴黎圣母院,广告的标题为“请保持安静”,副标题是“在巴黎圣母院,这句话只写给中国人看!”最后一则广告的背景图是一群庙宇式建筑物,标题是“请便后冲水”,副标题是“在泰国皇宫,这句话只写给中国人看!”

当然,对于这样一篇报道,我们可以找到任何一种辩护理由(笔者就曾经不止一次因为引用这则报道而受到“为什么以偏概全”的指责)。例如,我们不难认定,即使海报对于中国人的这些批评全部是准确的,即使在世界各地都有中国人随地乱扔垃圾、在公共场所高声喧哗,以及如厕以后未能随手放水冲洗便池等情况的存在,这些单个的中国人充其量只能是“一部分”,或者说是“一小部分”,他们不能代表中华民族,更不能代表中华民族总体的、实际的文明水平。何况,这些都是些小节方面的不文明行为,有着这些行为的人,至多是“不拘小节”而已,有什么大不了的昵……

地就事论事也是没有任何意义的，因为时至今日，离2003年的那篇报道已经过去了11年，但问题依然存在却始终是一个不争的事实。而尤其需要我们加以认真思考的是，一个有着五千年文明传统的优秀民族，为什么在和世界开始广泛交流以后，会如此频繁地受到“行为不文明”的指责。

一、为什么国民生活陋习矫正竟然如此之难？

2004年4月26日《人民政协报》刊登了一篇《墙上写着字》的批评文章。文章写道：

在国外看到汉字是亲切的，宛如在异乡看到熟人。澳洲也有汉字，很多汉字，其中两处，我看了，心里却至今不舒服。

墨尔本市至菲利普岛的途中有个小动物园，园子萧条而且破败。不过，看上去像是有不少中国人光顾过，所以有了汉字。汉字先是出现在一扇小门前，歪歪扭扭地写着：厕所。与之并列的还有英文与日文。但踏进小门，前行几步，进入女厕后，英文和日文都不见了，只剩下中文。“手纸用后请扔入桶中，便后请冲水”，真是再普通不过的几个字了，小学生都认得。主人把他写了，白纸黑字，贴在墙上，不仅一处，小小的不足10平方米的女厕所内，竟贴了三处，都在最显眼的地方。

这是个文明程度并不高的厕所，我指的是它的内外部建设：低矮、潮湿、幽暗、简陋、微臭，与我们国内城市中稍像样点的公厕都没有可比性。然而，就是它，居然还有了嫌弃谁的资格，还如此毫不客气地反复提醒前来的人“手纸用后请扔入桶中，便后请冲水”，只用中文提醒。

无独有偶，悉尼湾的轮船厕所内也有中文，也写着类似的字。

一个很简单的逻辑：日本和其他洋人懂得上厕所有什么规矩，他们不需要提醒，而中国人却是需要的，因为他们不懂得怎么上厕所，当然，这里主要是指不懂得该怎么上公共厕所的人。我的第一个反应跟自尊心有关，我觉得我们被歧视与侮辱了。但是后来，导游跟我们讲了一个相关的例子：墨尔本一家宾馆大堂里立着垃圾桶，桶分两层，下面扔废物，上面一层铺着细纱，用来掐灭烟蒂。中国人现在有钱了，来澳洲



旅游的人很多，简直多极了，到处可见黄皮肤的中国人。中国人也住得起相当高级的宾馆了。但中国人进出宾馆、路过垃圾桶时，习惯的一声“呸”就将痰吐到那一层细沙上了，而且吐得东一处西一处，黏糊糊地挂在桶的边沿。主人于是写了字，汉字，赫然贴在墙上：“请不要往里面吐痰。”

如同厕所人人都要上一样，外国人不是不吐痰，他们吐在纸上，再把纸揉好，扔进桶的下面一层，如此而已。这样的举动并不需要多么高难度的理解力，更无须任何技巧，却被我们忽视了。导游也是中国人，来澳多年，普通话仍然说得字正腔圆，他说：“真是不好意思。”



随着能够自由出国的人群越来越大，中国人在海外引起的不良评价也越来越多，网络上甚至出现了境外媒体对内地一些游客不文明行为做出的七点总结，大意为：一脏：一些内地游客缺乏公德心，不注意公共卫生，所到之处留下满地垃圾；二吵：出外旅游都是三五成群，可能因为难得在海外相聚，都有讲不完的话题，一些游客在飞机上、车船上、餐厅里，甚至在酒店大开着房门，毫无顾忌地大声喧哗；三抢：不守规则，不讲秩序，干什么都要抢先，在航班上时常看到游客争抢行李箱空位，有的还任意摆放行李，堵塞通道，影响后来者；四粗：在一些内地游客身上，看不到对他人起码的尊重及礼仪，如问完路没有一句“谢谢”就扬长而去，不管旅游景点和某些公共场合是否为禁烟区，依然一烟在手，吞云吐雾；五俗：一些中国游客将家乡习以为常、但难与国际接轨的行为举止带出国门，如在豪华酒楼赴宴，竟脱了鞋赤脚搁在椅子上，或盘腿而坐；六窘：衣着不整或不雅，衣着光鲜却举止不适当，同样令人尴尬，如有的人西装革履蹲在街头，有些人身穿睡衣在入住酒店的房间串门，引起其他旅客误解；七泼：一些内地游客在海外遇到纠纷的时候，显得火气特别大，碰到不顺心的事，不是粗言恶语就是拳脚相加。

面对来自世界各地的批评声浪，2006年8月16日，中央精神文明建设指导委员会办公室（以下简称中央文明办）、国家旅游局向社会公开征集“中国公民旅游不文明行为表现”和“提升中国公民旅游文明素质建议”。与此同时，中央文明办、国家旅游局将组织专家对征集作品进行评审，选取部分质量高的应征稿件在媒体刊发，并依据作品质量