

马克思主义前现代、
现代和超现代理论

李继武在《唯实》2007年第3期撰文指出,马克思讲的三大社会历史阶段,就是人与人建立社会联系的三种方式。这种社会发展三阶段或“三形态”的理论,也可以称之为马克思的前现代、现代和超现代理论。第一阶段的特征是自然经济、等级政治和共同体文化,这都是前现代社会的特征。第二阶段的特征是社会化商品经济,即市场经济、民主政治和个人主义的文化,这构成了现代社会的基本特征。第三阶段的特征是每个人的自由全面发展。如果说在第一阶段表现为个人对社会共同体的过分依赖,第二阶段表现为人类和个体对自己劳动产品的依赖,那么,第三阶段则表现为人类从对自然、个人从对社会共同体的过分依赖中摆脱出来,个人成为社会共同体中独立自由的个体,而作为类表现的共同体也不是虚幻的而是成为真正的社会共同体。就文化特征来说,第一阶段是社会共同体主义,第二阶段是个人主义,第三阶段则可以称为“联合体主义”。

重构农村反贫困政策框架

徐月宾、刘凤芹、张秀兰在《中国社会科学》2007年第3期撰文指出,我国农村之所以还存在大量绝对贫困人口,在很大程度上是因为长期以来农村社会保障制度缺失所致。建立和完善农村社会保障制度不仅是彻底解决“三农问题”的一个重要因素,更是支撑中国未来工业化、城镇化和现代化过程的根本保证。社会救助是当前农村社会保障制度的核心。作者认为,农村反贫困不能只靠单一的事后救助,更要重视对贫困的预防,即从社会救助向社会保护转变。具体而言,我国下一阶段农村反贫困政策应针对当前贫困和低收入人群的特征和主要风险,逐步形成由普惠型医疗保障制度、普惠型福利、选择性社会救助以及开发式反贫困政策组成的“四驱马车”的框架下共同发挥作用。这一框架的重构,需要具备以下条件:建立具有激励作用的筹资机制,整合农村反贫困政策的运行平台,加强基层民主管理。

西北地区报业与东部地区
报业发展差距适度

赵星耀在《国际新闻界》2007年第2期撰文指出,西北地区报业与东部地区报业的差距在1998年以前持续扩大,1998年以后呈现缩小,根本原因在于二者市场化步伐不一致。1992年党中央明确提出建立社会主义市场经济体制的新目标以后,东部地区报业就加快了市场化进程。1998年以后,在西部大开发战略的有效带动下,西北地区报业水平开始有了很大提高,西北省会城市报业的发展在很大程度上代表了西北地区报业的整体水平。作者认为,尽管当前西北地区一些报纸举步维艰,但是并不能掩盖西北地区报业总体上的勃勃生机,以及与东部地区报业差距趋于减小的良好走势。西北地区报业与东部地区报业发展差距,目前是“适度差距”,而非“严重失衡”。

中国的民族企业家
与民族认同

[德]托马士·海贝勒在《民族研究》2007年第4期撰文,探讨了民族企业家与民族认同之间的关系。作者依据四川省凉山彝族自治州企业家调查项目的研究结果,提出了两个重要论点:一是市场力量和私营经济的发展正在逐渐减小家支对诺苏(诺苏是彝族中的一个较大支系)彝族家支企业的影响。尽管家支在新企业的起步阶段发挥着重要作用,但是它已逐渐成为企业的一种负担。二是企业家在传统的传承者与现代先锋的角色之间摇摆。诺苏彝族与汉族企业家之间界线的划分是民族认同的重要表现。认同是一种个体和集体的过程,只有在与其他群体进行交互作用时,企业家阶层才能对认同产生影响。当企业家之间以及其他彝族之间存在强烈的文化民族主义时,诺苏彝族企业家的民族意识就将得到发展,以期通过企业家和经济发展成就在国家内部得到尊重。

□ 王俊杰

阎云翔: 中国礼物的流动

谈及中国的给礼现象(giftgiving),西方观察家往往指另一种社会现象——人际关系,他们认为给礼和其他互惠交换在中国人的社会生活,尤其在维持、再造和改变人际关系中发挥着主要作用。一些中国学者则在中国自有的范畴如“关系”、“人情”、“面子”等基础上构建了一个分析框架。在已有的学术成果的基础上,阎云翔在黑龙江的一个村子——下岬村做了田野调查,并写成《礼物的流动》(The Flow of The Gifts)一书。

阎云翔根据礼物馈赠的目的和社会关系的差异,区分了礼物的表达性和工具性,认为“表达性的礼物”以交换本身为目的,反映送礼人和受礼人之间长期形成的社会联系,而“工具性礼物”则是以功利的目的为特征,其中“送礼行为”无非是手段,带来的无非是短期的关系。进而,他又根据具体场合的不同,把“表达性礼物”区分为“仪式化”和“非仪式化”两种;“工具性礼物”分为间接付酬、溜须(巴结性礼物)和上油(润滑作用的礼物)3种。其中,间接付酬是在获得关系网络的“局外人”的帮助后,通过送礼的方式来回报人情;溜须则发生在上级与从属者之间,交换的目的是私利性的;而上油则是我们一般理解的“走后门”和“贿赂”,一般只是在本村以外的情景中发生。

从下岬村我们看到,首先大部分交换关系都是通过实现互惠原则来维持的,互惠原则在中国礼物交换体系中发挥了重要作用,并且变得更加丰富了。人情伦理的多样性可能造成“回”与“给”在形式、数量等方面的不平等,因此出现了互惠的多样性。此外,互惠过程中获得声望的是受者而非给者,在等级或阶层情境下,上级对下级“送礼”后,往往并没有“回礼”,因此造成了互惠的缺失现象。其次,关系网的孕育依靠礼物交换得以实现,在礼物交换的过程中必须遵循人情伦理。阎云翔认为,从前的礼物研究中忽视了道德和情感层面,只将人情作为一种可交换资源或是一种理性计算的结果,实际上礼物交换包含着利益与非利益、表达性和工具性、自愿和受约束这几对互相对立的方面。最后,在下岬村,礼物本身不包含一种超自然的特质,但它作为一种最有力和最受欢迎的方式传达了给者对受者诸如关心羡慕、情感依赖等精神信息。因此,礼物创造了给者与受者之间的一种精神联系,不是物本身,而是物所表达出的人情是不可让渡的。

(作者单位:河北省党校哲社学学部)

□ 赵鹏

照搬现成的理论模式,而要形成我们自己的少数民族文化创意产业理论。在这方面,有关管理部门仍然负有专门责任,应该在学科建设和专业设置上给予少数民族文化创意产业研究以应有的地位。

在构建少数民族文化创意产业体系时,我们应学习和借鉴发达国家 and 地区发展文化创意产业的先进经验,加强战略研究,全面系统地把握这一新兴产业的战略地位和发展趋势。同时,研究制定适应我国少数民族特色的文化创意产业发展战略,提出未来10年到20年的发展目标和中长期规划。立足我国丰富的少数民族文化资源,广泛吸收和借鉴人类创造的一切先进文化,注重全球视野与中国特色的统一,传统继承与时代创新的统一,历史文化与现代科技的统一,走出一条有特色的少数民族文化创意产业发展之路,为我国经济和社会发展注入新的文化推动力。

(作者单位:中央民族大学党委宣传部)

人类学视野中的礼物世界

人类学是一门试图在日常生活中发现“地方性知识”并从这种知识中提炼出关于“人”的理论的学科,“礼物”这种日常生活中的寻常事物是人类学始终关注的研究对象。人类学关于礼物的考察主要集中于3个方面的主题,即互惠原则、感情信仰和商品交换。把礼物纳入自己的视野能为人类学更好地理解人类的生活世界,提供极为丰富的资料和想象空间。纵览人类学视野中礼物的研究轨迹,我们可以感受到“地方性知识”自身的逻辑运行。

仪式、禁忌、巫术和神话等。

莫斯: 礼物之灵

法国现代人类学的奠基人莫斯(Marcel Mauss)以完全不同的途径完成了其关于礼物的经典述说。这一途径是通过足够翔实的民族志文献资料和一切可供利用的语言学素材来实现的。在《礼物》一书中,他总结了波利尼西亚、美拉尼西亚和西北美洲的“礼物交换”,试图回答在后进社会或古式社会中,“礼物中究竟有什么力量使得受赠者必须回礼”的问题。

莫斯认为,在后进社会中存在着一种总体呈献体系,其特点是交换主体不是个体而是集体,交换对象不仅限于物资和财富等经济上有用的东西,他们首先要交换的礼节、宴会、仪式、军事、妇女、儿童、舞蹈、节日和集市等,并且所谓的呈现与回献根本就是一种严格的义务,甚至极易引发私下或公开的冲突,但是他们却往往通过馈赠礼物这样自愿的形式完成。夸富宴就是这样一种典型而罕见的总体呈献体系。夸富宴其实就是一种宴庆(Podach)。在各种场合都会发生的聚会宴庆中,参与者互相竞相富、自我展示与夸耀,以至于竞相毁灭财富,杀掉奴隶,点燃珍贵的油膏,把铜器丢入大海,甚至放火烧掉豪宅。莫斯认为,在这种表面上非理性行为的背后,存在一种承载着巫术力、宗教力和精神力的东西,那就是“hau”。它是事物中的灵力,尤其存在于丛林及林中猎物的灵力,它存在于个人送与另一个人的物品中,但它一直希望回到它原先的位置上去,而这种回复只有通过以另一物品为中介,和原先的礼物相交换才能实现。如果受者没能做到回礼,将带来一些麻烦,甚至会造受者的死亡。莫斯把这种迫使受者回礼的力量称为“礼物之灵”。正是在这一点上,莫斯与马林诺夫斯基关于互惠的解释第一次分道扬镳了。同时,我们也看到了与所谓的“异化”论迥然不同的图解,因为在莫斯的“礼物世界”里,“物体就从未彻底与交换它们的人真正分开”。

当然,莫斯对礼物的最终关注还有自己另外一种现实层面的思考。“在莫斯的著作中,在他所论述的古式制度和我们的制度之间总是一种有含蓄的比较或对照。他所要探询的不单单是如何理解、甚至改善我们的制度。”也许,莫斯想要说的正是:对各个氏族、部落和民族的考察至少给予我们的社会以这样一种道德结论——“对立却不能互相残杀,给予却不必牺牲自己”。

列维—施特劳斯关于礼物的理论是建立在乱伦禁忌现象的解释上的。他坚持认为,乱伦禁忌与其说是禁止与母亲、姐妹或女儿通婚的法则,还不如说是反映人们将母亲、姐妹或女儿交给他人的法则。这是礼物的最高法则,这方面显然能使人认识到乱伦禁忌的实质,但却常常没有被认识到。正是男子最无限度地延长自己及其妻子之间亲属关系的愿望,造成了社会向不同阶段的进步。

值得一提的是,莫斯把马林诺夫斯基考察的库拉现象与很受关注的夸富宴现象连接在一起,认为“库拉是一种大型的夸富宴”,“说到底只不过是一种部落间的夸富宴”。他给出的逻辑是“夸富宴总是涉及到3种义务:给予、接受和回报”。其中,给予义务是本质,回报义务是根本,而接受义务一点也不逊色于其他两种义务。

如上文所述,库拉交换规则其实也包含了给予和回报的义务。这样,我们又一次回到了莫斯《礼物》的中心问题。莫斯揭示了夸富宴和库拉之类制度的真实性质和基本意义之后,承认马林诺夫斯基的工作为颠覆有关原始经济的通行学说作出了贡献,但他立即又指出,这些礼物“不是真正无利益的……其着眼点不仅在于偿付服务与物品,还在于维持一种有利可图的而且无法拒绝的联盟”。因为在莫斯看来,夸富宴制度既是宗教的、神话的和萨满的,同时也是经济的。这一点,不妨看做是莫斯与马林诺夫斯基关于互惠解释的第二次分道扬镳,因为马林诺夫斯基认为库拉跟与库拉相伴的大量实用物品交易无论在观念上还是实际行为上都是清楚地区分的,也就是说,互惠是库拉的全部解释。

当然,莫斯对礼物的最终关注还有自己另外一种现实层面的思考。“在莫斯的著作中,在他所论述的古式制度和我们的制度之间总是一种有含蓄的比较或对照。他所要探询的不单单是如何理解、甚至改善我们的制度。”也许,莫斯想要说的正是:对各个氏族、部落和民族的考察至少给予我们的社会以这样一种道德结论——“对立却不能互相残杀,给予却不必牺牲自己”。

列维—施特劳斯: 最高等级的礼物

人类学中关于礼物理论的另一位贡献者是法国人类学家列维—施特劳斯(Claude Levi-Strauss)。如果说莫斯主要对被当做礼物的东西感兴趣,并顺带提到了被当做礼物的人的交换,那么列维—施特劳斯则把后者作为主要分析对象。在《亲属的基本结

构资源进行综合性的调查,从宏观上对文化创意产业的发展战略、区域竞争比较优势、综合效益和可持续发展等做出规划,对自身的优劣势有客观的认识,克服浮躁的心态,避免低水平重复建设。

第二,产业发展链条化,特别是建立适应少数民族文化创意产业发展特点的投融资体系。只有实现链条式发展,完善部门的系统划分,形成一条完整的产业链,才能使少数民族文化创意产业做大做强、做久。少数民族文化创意产业是一个融合很多产业内容的综合性产业,其分类应保留弹性,可以依据环境变化拓展相关产业链。少数民族文化创意产业对少数民族地区发展所能发挥的作用还包括:美化区域环境、提供就业机会、吸引旅游观光、吸引高端人才等。区域竞争优势的形成,有助于实现少数民族文化与经济的良性互动。少数民族文化创意产业属于高风险性投资,其投融

资体系需要进一步探索。可以借鉴高科技产业的做法,建立以政府投入为导向、企业投入为主体、金融机构投入为支撑、外资和民间投入为重要组成部分的多元化的投融资机制,保障少数民族文化创意产业所需资金;同时,实行“谁投资,谁受益”的利润分配制度,调动投资各方的积极性。

第三,建立健全少数民族文化创意产业良性发展的法律法规保护体系。当前,我国创意产业法律法规体系尚未形成,特别是盗版问题较为严重。创意产业更多地要依托商标权、著作权、专利权等知识产权要素来获得发展,保护创意即保护创意者的知识产权,具有至关重要的意义。我国现阶段的知识产权保护体系正处于逐步加强的时期,政府主管部门要加强指导协调,强化文化工作者的知识产权意识,推动文化单位、科研院所、高等学校重视和加强知识产权保护和和管理,在社会中形成保护和尊重个人作品、个人创造力的氛围。

经典重温

迎接国际人类学与民族学世界大会

马林诺夫斯基: 库拉交换

《西太平洋航海者》作为时代和个人际遇在一个非常奇妙的耦合点上的产物,一直被认为是人类学发展史上的一座划时代的里程碑。英国人类学家马林诺夫斯基(Bronislaw Malinowski)在1914年到1918年之间到新几内亚进行了3次调查(主要研究范围是特罗布里恩群岛),他成年累月地与土著人一起生活,在对库拉(kula)及其相关事务的调查上花费了大量时间,从而揭示了特罗布里恩群岛上的礼物世界。库拉是一种非西方的、前工业社会的、非货币化的和跨地区的交易体系的样本。

马林诺夫斯基在《西太平洋航海者》一书中,详细考察了库拉的各个路线分支、风俗规则、信仰实践以及有关神话传统,并试图解释库拉风俗最深处的心态。库拉实际上指的是一种交换仪式,这种交换围绕两种宝物,即由红色贝壳壳连缀而成的项圈(Soulava)和由白色贝壳壳加工成的臂镯(Mwali)。这两种手制品在其存在期只有一个主要目的,那便是被拥有和被交换,也只有一个主要功能和为一个主要目标服务,即在库拉圈内流动、收藏和展示,个人不应该长期占有,其价值在不断的交换中会随着交换伙伴的增多而提高。

宝物的具体交换规则比较复杂。概括而言,一是异类交换,必须是项圈与臂镯交换,臂镯与项圈交换;二是价值相当,一定价值的臂镯交换一件价值相当的项圈,反之亦然;三是伙伴固定,实际交换只发生在个人之间(只有男人能够参加),一旦成为库拉伙伴往往终身都是交换伙伴,并且一人至少要有两位库拉伙伴,一位在库拉圈流动的上手,一位则在下手;四是反向流动,因为一个人周期性地只与他的固定伙伴进行交换,所以从整个库拉圈区域看,项圈以顺时针方向被传递,臂镯以逆时针方向被传递;五是时差交换,宝物赠予和收取不能一次同时进行。

在如此详尽叙述库拉之后,马林诺夫斯基审慎地指出,库拉交易是半商业、半礼仪性的,是为了交易而交易,以满足内心深处的占有欲。土著人普遍的财富心态表明,有用物品的交易完全低于其他物品交换的重要性,而那些物品绝无使用价值。它们因为作为激发羡慕并赋予人们以社会特性和声誉的手段而具有了崇高价值。因此,我们看到的不是单纯的库拉交换,而是与社区整体社会生活联系在一起的,诸如

构建少数民族文化创意产业体系

近年来,我国文化创意产业发展迅速。以文化创意产业的视角审视少数民族文化,使其与“创意”、“科技”相结合,把对少数民族文化从传统的、简单的保护提升到以创意产业推动少数民族文化产业化发展的层面上来,是目前急需解决的一个理论问题和实践问题。少数民族文化创意产业的构建需要突破既有的观念,从政策、理论、人才等多层面着手,构建民族文化的助推器。

第一,少数民族文化创意产业生产的是精神产品,需要政府在发挥市场资源配置作用的基础上进行积极的干预和支持。政府首先要针对少数民族文化创意产业制定相应的产业政策,制定促进其发展的战略规划和行动计划,从法律和制度方面营造有利于其发展的产业环境。其次还需对投身少数民族文化创意产业的企业以财税政策方面的优惠,吸引更多的企业加入到少数民族文化创意产品的生产中。地方政府应就其地区的人文、自然、产业