

与文学创作相关联的文脉社会学理论。如今，借助文化大数据和智能技术，学者们能够分析海量历史文化典籍，寻找并验证类似的文化规律，以历史解读当代中国社会的特色文化现象。由此创生的理论框架还可以应用于其他文明形态，发挥中国文化社会学自主知识体系的文明互鉴价值。

3. 话语的创生。中华文明历经千年传承并形成超大规模的作为文化载体的社会，并在视野高度、审美和思想深度上展现出独特优势。其文化精髓不仅体现在现象层面，更源于背后复杂的社会互动所孕育的文脉生命力。因此，以中国为视野，聚焦于社会进程与文化的互构关系，特别关注这种关系的传承与发展在当代全球体系中的定位与表达，为文脉社会学的话语体系创生提供了新的机遇。例如，儒学所强调的“和同”与“中庸”思想源自古代社会治理实践，不仅对国家的长治久安具有深远意义，也为人类命运共同体的未来建设提供了重要启示。以中华文脉为主体，涵盖其变迁特征、规律与社会关联的话语体系，需通过对历史经验的探索和对当代发展需求的回应，结合严谨的理论架构、科学的方法体系及深刻的价值判断进行学术研究。这种结合将中华文脉的高度和深度融入全球语境，使文脉社会学在全球文化社会学知识体系中发挥引领作用，为多元文明的协调发展贡献中国智慧。

中国文化社会学的理论框架虽然起源于西方文化社会学的知识积累，但随着中国式现代化的推进在精神文化领域的深刻需求，需要对中华文化历史进行现象溯源、规律发现和知识创生。文脉社会学这一“以史为鉴”的全新学科分支，承担着追寻中华文脉之源、探寻古今社会之理、启发当代中国之治的时代使命。为此，需要鼓励更多具备历史视野的文化社会研究，特别注重智能算法在把握文化脉络方面的重要作用。不仅通过历史的纵深视角理解当代社会中的观念秩序混乱、价值隔阂冲突、社会心态极化等现象，更以历史经验助力社会治理和价值观凝聚。作为中国文化社会学自主知识体系的核心领域，文脉社会学立足于中华文明的历史根脉，服务于国家发展的关键需求，能够充分发挥学科优势，深化对“两个结合”的实践性理解，将中华文脉历史发展的内在动力有效转化为建设现代文明的具体路径。

〔本文系国家自然科学基金重大项目“国家治理视角下基于数智方法的社会风险评估与应对”（24&ZD168）的阶段性成果〕

〔作者陈云松，南京大学社会学院教授（江苏南京 210023）。〕

意识形态、传统与中国式现代化

周 怡

经济高速增长、社会长期高度稳定，是近 40 多年以来中国式现代化特征的两大标示。然而，如何能在经济增长的同时保持社会的长期稳定，这一点却与国家意识形态、与百姓秉承的传统中国文化有相依的唇齿关系。自 2023 年 10 月习近平总书记首提“两个结合”的文化思想——把马克思主义基本原理与中国具体实际相结合、与中华优秀传统文化相结合——以来，在不同场合的具体阐释及学习中，我们不断能看到“社会主流意识形态建设的引领”“中华优秀传统文化的创造性转化”这两条宣传标语。宣传动员是这样，学理意义上“意识形态”与“传统文化”之间确有其无法割舍的联系：或筛选、传承，或有创新发展之意。本文研讨这两个基本概念及其联系，并在此基础上从儒家大文化圈的东亚发展模式入手，探索中国式现代化的阶段性发展特征。

一、概念：意识形态与传统

意识形态（ideology）是指一种观念形态、思想体系。具体来说，它是观点、概念、信念及价值观等要素的总和，最早由法国哲学家特拉西（Antoine Destutt de Tracy）提出。^① 特拉西提出意识形态概念的初衷是，为

① 罗森塔尔、尤金：《简明哲学辞典》，北京：生活·读书·新知三联书店，1973 年。

一切观念的产生提供一个具有哲学基础的“观念科学”，或曰建立他的“观念学工程”。之后，随着各种观念的潮水般涌现，“意识形态”逐渐发展为在日常政治活动中起重要作用的名称，并清晰体现在国家—社会两大主体上：一是，与政治（政体）共同体相关、用作弘扬、宣传和教育的国家意识形态；二是，与社会（民众）共同体日常价值实践相联系的社会意识形态。在研究方面，前者主要关注国家或政府的政体政策偏好及话语体系；后者侧重百姓民众的信念、信仰及日常价值实践。^①

学界一直存在着意识形态的论战：社会存在是否决定意识，思想观念能否具有自主性，唯物还是唯心主义等。将意识形态作为文化、上层建筑的一部分，自然有黑格尔、马克思主义经济（结构）基础决定上层建筑、社会存在决定意识的经典论述，以及有拿破仑对特拉西观念学的批判。但站在社会科学立场，讨论人的行动及其由人介入的社会现象时，笔者认为，在“存在—意识—行动”的链条上，既有两派论战的理论起始点存在差异。马克思主义为代表的社会决定论者，注重在意识形态的来源，亦即链条轴的前半部，强调存在产生意识；存在直接决定人的行动。而观念论者的理论起点在链条轴的后半部，聚焦意识形态产生的功效，即讨论意识形态对人行行动的影响。起始点的差异说明，观念论者不追踪意识形态的来源，并不能代表他们秉持唯心主义立场。理由在于，一方面在人类漫长的历史变迁长河中，根源于同一（社会）存在的意识形态，一旦被概念化或内化为某些价值观和信仰，就会情不自禁地服务于复制社会秩序，以保证人们对它的忠诚。^②这时，人们不会一遍遍回溯意识形态出自怎样过去的“实在”。另一方面，现代中国社会尤其进入数字化传播时代以来，公共领域出现许多经由核心传媒、新媒体传播的新概念、新思想、新话语，诸如“新质生产力”“共享经济”“一带一路”等。它们作为国家组织和提出的新意识形态，随即能够通过学习动员，落实为各行各业乃至群体个体的行动。观念构建制度、制造政策、意识形态塑造行动等事例随处可见。^③这时，老百姓同样不会追究这些新意识形态的观念来自怎样的“实在”。因而，如同阿尔都塞（Louis Pierre Althusser）所言，意识形态本身是具有独立功效的。^④如果假定公民既有内化了的价值观是固定不变的，集中去关注意识形态如何将公民拥有的既定价值观转变为具体行动的过程。那么，本文所谓的意识形态，意指“一套关于产生社会结果的基本过程的信念体系”。^⑤

循上述讨论发现，意识形态本身的新旧交替以及它所带动的系列行动的变化，其实映射着社会的文化转型。其中，新旧交替中又不免存在意识形态与传统观念之间的承继或碰撞。斯维德勒（Ann Swidler）认为，在转型的非稳定期，作为高度组织化的意义体系的意识形态，会以新的行动策略，通过象征、仪式抑或教义等直接塑造人的行动。^⑥同时她指出，在“从意识形态到传统再到常识的连续统”上，意识形态是一个高度明确的能唤起自觉信仰的信念体系，目标是为社会行动提供统一答案，建构社会新秩序。^⑦它在文化连续统发展过程处于第一阶段。就思想发展链来说，随时代变迁、发展阶段的更迭，传统（tradition）则是过去各年代留存下来的、已被视为理所当然的（旧有）意识形态，它是多样而非统一的，看起来像似已经安排好的、熟悉的一套套秩序。但传统的东西，特别是优秀文化传统，一则是以往意识形态的转化或留存而成；二则它也会在特定情境下成为现时现地的意识形态，甚或作为遗产和资源永久相伴在意识形态的力量之中。比如，当下中国一再倡导的“实现优秀传统文化的创造性转化、创新性发展”，就凸显出新时代意识形态对传统文化的褒扬、坚持和传承。

最后，谈一下常识（common knowledge），当意识形态变为传统、再演变为内化于人心的常识，原先有意识的思想、观念或信念等都全然被无意识所取代。所谓“常识”由一系列普遍的基本知识构成。这些知识是

① Izzo, Federica, Gregory J. Martin, Steven Callander, “Ideological Competition,” *American Journal of Political Science*, 67(3), 2023; 萧功秦：《中国的大转型：从发展政治学看中国变革》，北京：新星出版社，2008年；约翰·汤普森：《意识形态与现代文化》，高铨等译，南京：译林出版社，2012年；丹尼尔·贝尔：《意识形态的终结》，张国清译，南京：江苏人民出版社，2001年。

② 约翰·汤普森：《意识形态与现代文化》，第81页。

③ Izzo, Federica, Gregory J. Martin, Steven Callander, “Ideological Competition,” *American Journal of Political Science*, 67(3), 2023; 曹正汉：《观念如何塑造制度》，上海：上海人民出版社，2005年；Swidler, Ann, “Culture in Action: Symbols and Strategies,” *American Sociological Review*, 51(2), 1986.

④ Althusser, Louis Pierre, “Ideology and Ideological State Apparatuses,” *Lenin and Philosophy and Other Essays*, New York: Monthly Review Press, 2001, pp. 85–125.

⑤ Izzo, Federica, Gregory J. Martin, Steven Callander, “Ideological Competition,” *American Journal of Political Science*, 67(3), 2023.

⑥ Swidler, Ann, “Culture in Action: Symbols and Strategies,” *American Sociological Review*, 51(2), 1986.

⑦ Stromberg, Peter J., “The Impression Point: Synthesis of Symbol and Self,” *Journal of the Society for Psychological Anthropology*, 13(1), 1985.

以深入骨髓的无意识形式呈现的，看起来就如同人类世界结构中人与自然的完美贴合：形影相随、显而易见又约定俗成。举例来说，当路人第一次来到四岔路口，会有意识去学习辨识“红灯停，绿灯走”的符码，进而指挥“停”还是“走”的动作。但多次实践后，岔路口过路的正常人已经可以不假思索地自动发生“红灯停、绿灯走”的动作。前一种情况体现意识形态的功效，属于人的理性行动；后一种则为常识状态，属于实践意义上人的无意识惯习行动。^①

在时间轴上，“意识形态—传统—常识”表现为文化“由外向内”的转化，以及它们以不同形式、不同认知框架对人的行为或行动进行“由内向外”的支配和操控。同时，理解文化在高度意识形态时期的因果作用时，还应该看到，今天的社会处在一连串新意识形态不断涌动的时代，“这些意识形态必然要与其他文化框架竞争——至少要与现存的常识竞争，也会与传统相持竞争以及那些备选的意识形态竞争”^②。在世界版图的意识形态实践中，备选的意识形态既包括社会主义与资本主义两大意识形态的竞争，也有东方与西方不同文明的意识形态竞争。

上文，在概念梳理中发现，意识形态具备的自主功效乃不言而喻。下文，拟从抉择、实践两重维度寻找意识形态与中国式现代化的关联特点。

二、抉择：“东亚模式”中的中国现代化

现代化是科技生产力发展的必然结果，但现代化发展道路的选择却与国家意识形态、传统文化息息相关。换句话说，不同发展道路的选择说到底意识形态竞争的结果。一个国家选择什么样的发展道路，除了与本国具体国情相关，处在激烈的意识形态竞技场中，人们还需要解释为什么是这个而不是另一个意识形态成功地被选择。答案是文化的，尤其是历史情境中的文化模式及其优秀传统文化对国家意识形态的影响。

以中国式现代化为例，由于国别差异说到底文化差异，因而我们不妨将“中国式”理解为具有中国特色的文化模式。^③肇始于工业革命的现代化，如今成为世界各国社会发展的主流。在这一自西向东的现代化潮流中，东方国家的现代化具有后发追赶型特征，中国也不例外。1840 年随鸦片战争及洋务运动等事件，在西方列强的炮舰下中国缓慢启动了现代化的进程。有学者指出，中国的早期现代化基本停留在少数精英的设想或呼吁的意识形态层面，并没有真正付诸实践。^④直到 1949 年新中国成立，中国才拉开全面进行现代化建设的序幕。^⑤但 70 多年过去，学界形成的共识是：真正能从全民经济资本即资本意识层面上富强中国经济，并将经济发展与中华文明复兴道路“紧紧联系在一起”的中国式现代化，应该从 20 世纪七八十年代的改革开放和中国特色的社会主义建设道路说起。

众所周知，改革开放前夕，受各种政治运动尤其“文化大革命”的侵扰，我国国民经济濒临崩溃的边缘，现代化进程基本停滞。是 1978 年“以经济建设为中心”的国家意识形态转型所带动的改革开放，重启了中国现代化进程。此时，落后于 18 世纪 60 年代由英国工业革命启动的西方现代化两个多世纪，晚于东亚社会经济的崛起整整 10 年。不过，后发的优势是存在诸多发展参照系的备选。40 多年前，面对西方民主体制、东欧社会主义阵营崩塌之后的迅速私有化以及东亚威权政体，中国人选择的发展参照系抑或发展道路是“东亚模式”^⑥，并选择了“渐进式”改革的社会主义市场经济的意识形态及其实践。

那么，为什么中国选择参照东亚模式，而非其他？显然，它同大儒家文化圈的生养共性、与东方人的儒家传统及其文化保护相关。相对西方的基督教文明来说，韦伯（Maxi Weber）命题曾断言：西方新教伦理与资本主义精神的吻合，催生了西方资本主义社会的诞生；而东方传统中国由于缺乏这类精神故未能同时期产

① Geertz, Clifford, *Islam Observed: Religious Development in Morocco and Indonesia*, New Haven: Yale University Press, 1968; Swidler, Ann, “Culture in Action: Symbols and Strategies,” *American Sociological Review*, 51(2), 1986.

② Swidler, Ann, “Culture in Action: Symbols and Strategies,” *American Sociological Review*, 51(2), 1986.

③ 露丝·本尼迪克特：《文化模式》，北京：社会科学文献出版社，2009 年。

④ 刘云波：《中国早期现代化的五个阶段》，《光明日报》2007 年 8 月 10 日。

⑤ 何传启：《中国早期现代化与全面建设现代化国家新征程》，《中国党政干部论坛》2020 年第 12 期。

⑥ 田毅鹏等：《“东亚模式”研究与改革开放 40 年》，载张翼主编：《改革开放 40 年社会发展与变迁》，北京：中国社会科学出版社，2018 年。

生资本主义或近代工业文明，儒家伦理被视作为现代化的障碍。^① 韦伯命题直接否定了东方实现现代化的可能性。但是，1960—1970 年代儒家文化圈的日本和“亚洲四小龙”先后实现了经济起飞，共同创造出有一个有别于苏联公有制计划经济+集权型政府管理、有别于西方国家私有制自由市场经济+民主政府模式的发展模式——东亚现代化，也称“东亚模式”。工业东亚经济崛起的经验事实直接推翻了韦伯命题，即儒家文化与现代化相互排斥的观点是难以成立的。

东亚模式以“政府主导下的市场经济”+“出口导向型发展战略”+“高经济增长”等为特征，是一种独特的现代化模式。^② 其本质特征是国家政府对经济的全面干预和主导；实践“威权政体”“举国体制”治理下的经济起飞。然而，如同艾森斯塔德所说，西方现代化尽管蔓延却未能产生单一文明、或单一的制度模式，世界却是多种现代文明共存。^③ 东亚现代化也一样，东亚各国尽管同源、具有共同的政府主导特征，但却有迥异的意识形态、制度模式、文化价值及其具体实践。比如，有研究认为，同源在东亚模式下却可能实施不尽相同的发展模式：日本结合了儒家传统文化与西方的民主宪政，是资金在民间，通过官民协调求发展的政府指导型市场经济。韩国则为完全的政府主导型模式，政府实行集中的宏观决策和经济体制管辖。新加坡将自己的共享价值文化与宪政制度相结合之后，经济发展总与政府的影响和介入分不开，但政府的意识形态或政策属于重市场机制的“亲市场”型模式。印度则被归为具有公私混合、计划与市场混合的“半管制”模式。

以各有千秋的东亚模式为参照，中国自 20 世纪 80 年代以来，在确立社会主义市场经济的意识形态以后，同样提供了一个令世人瞩目的经济腾飞案例。2010 年中国经济总量跃居世界第二。大踏步的现代化进程用事实证明国家干预与快速成就经济之间存在正相关关系。

成绩斐然，得自举国体制、得自改革每一阶段都有以“强政府”为中心的宏大叙事。但举国体制之所以行之有效，其背后的深层原因是文化的。中国现代化发展在道路上选择“东亚模式”是因为存在文化上的同源性。即，大中华文化圈存在对儒家传统伦理的敬奉：一是儒家文化所体现的经济生活伦理中存在勤劳、节俭和忍耐等优秀价值规范，且家族主义文化不仅为个体从事经济活动提供资源，也为现代化早期提供了共同体伦理。二是，“家文化”衍生的“权威文化”及其执政党领导的政治价值观念由来已久，且从未受现代化发展的影响，相反，它们伴随国家政体参与到了中国现代化进程。^④

三、实践：意识形态与中国式现代化

用“举国体制”成就后发展国家的现代化，一般需要两种因素的结合：（1）国家能够随时调控和组织社会资源，具备维护政治稳定的权威资源；（2）国家通过市场调动个体群体及企业组织的活力。中国转型经济成功无疑是国家政府做好了这两因素的有机结合。^⑤ 但两因素能够精良结合的实践基础却得自文化。具体来说，如果将改革以来 40 多年的经济发展区分为四个阶段，每一阶段都明确存在着国家意识形态与政策一行动实践间的一一对应关系。其中，“意识形态”作为文化是马克思主义的思想传统，“政策一行动”作为现代化发展过程的具体实践。在中国语境中研讨两者关系，相当于讨论文化与中国现代化的关联。

第一阶段为改革初期（1978—1992 年）。1978 年党的十一届三中全会提出“以经济建设为中心”的时代理念，意识形态上倡导“实践是检验真理的唯一标准”“摸着石头过河”的大政方略。在这种价值引领下，中国社会发生了两种“试错式”改革实践：一是政府引导的“自上而下”的改革。通过“放权让利”的制度政策，实现经济分权，给予地方政府、城市企业、乡村社队乃至个体以更多的自主权和积极性。二是草根社会自下而上的改革。农村家庭联产责任制实行，全国乡镇企业、经济特区、城市个体经济等非公有制经济的迅

① 马克斯·韦伯：《新教伦理与资本主义》，北京：社会科学文献出版社，2010 年；马克斯·韦伯：《中国宗教：儒教与道教》，桂林：广西师范大学出版社，2010 年。

② Berger, Peter L., and Hsin-Huang Michael Hsian, *In Search of an East Asian Development Model*, New Jersey: Routledge, 1988.

③ 艾森斯塔德：《现代化：抗拒与变迁》，北京：中国人民大学出版社，1988 年。

④ 陈来：《中国式现代化植根于中国文化》，《北京日报》2023 年 7 月 10 日；周怡：《厚与薄：全球化与中国传统价值观念》，《学术月刊》2022 年第 10 期；Bell, Daniel A., *China's New Confucianism: Politics and Everyday Life in A Changing Society*, New York: Princeton University Press, 2008.

⑤ 萧功秦：《中国的大转型：从发展政治学看中国变革》，北京：新星出版社，2008 年。

速开张和起飞,使得当时的“体制外增量”远胜于“体制内存量”。“增量改革”下的“边缘经济革命”催生了最初的市场发育。这阶段学界基本有两类看法:(1)“(地方)政府即厂商”“官员直接进入市场”“市场化转型生长在再分配经济中,是政府推动的结果”。(2)国家引导的改革与草根自发的改革并蓄存在,但更关注早期的“边缘革命”。该阶段属于“市场发育”的政府指导型实践。^①

第二阶段是市场转型全面推进时期(1992—2000)。1992年邓小平南方谈话以后,党的十四大提出“改革的目标是建立社会主义市场经济”,国家意识形态内容包括“社会主义初级阶段”“四项基本原则”指导下的中国特色社会主义理论。实践层面上我们看到:一方面政府将意识形态的价值观念具体落实为三个制度改革举措,即全面采用承包责任制、价格双轨制和税收包干制。作为当时最重要的制度模式设计,三个举措为中国经济腾飞提供了政策引领和支持。另一方面由数据记载,截至2000年我国乡镇企业在工业增长、出口贸易中的贡献率为40%;乡镇集体经济完成“脱帽”改制。私营或民营经济异军突起,非公有经济支撑起中国经济增长的“半边天”;国有集体所有制企业改革亦逐见成效。全国上下形成了公有与私有制混合、计划与市场经济混合的双轨局面。不少研究将该阶段归为“亲市场”+“半管制”的发展类型。^②

第三阶段是改革深化或中期(2000—2012)。2000年千禧年到来之际,“三个代表”思想在强调执政党统领位置的同时,进一步为党及其领导下的中国现代化定位了前进方向。国家意识形态坚持了“三个代表”“科学发展观”“和谐社会”的政治主张。在此阶段,极富象征意义的意识形态主张同样在政策和行动两方面得以反映。首先,在政府政策制度上,2003年开启了吸收民营企业家人党、推动民企党建的政策法规;2003年成立“国资委”统一接管所有大的国有企业,“抓大放小”进行国企改革、国企改制,采用股份制激励国有大企业;2001年起实施“政府职能转变”,从原先直接进入市场充当“厂商”状态转变为用足够资源资金去“购买服务”,同时也从监管型转变为绩效型。而在行动层面上,国企改制重组(包括取消铁饭碗制度)后虽然数量减少,但振兴和稳固了国有部门在市场竞争中的主体地位;证券资本市场活跃;国家级工业园区迅速增长,拉动了整个国民经济;乡村新农村建设、规模经济兴起。“亲市场”的整顿、调整抑或社会整合,构成了该阶段分权政治结构—多元市场并存的经济发展模式。^③

第四阶段,中国步入到改革关键期的新时代(2012年至今)。这个阶段“摸着石头过河”的试错式致富改革结束,取而代之是“顶层设计”为主的“中国梦”“强国梦”式的现代化发展宏略。2017年10月党的十九大将“新时代中国特色社会主义思想”确立为最高意识形态,并提出新时代的总任务是实现社会主义现代化和中华民族的伟大复兴。相比前三阶段,这一处在改革关键期即经济产业结构面临调整转型的阶段,出现了许多因前期快速发展遗留下来的问题,如产能过剩、官腐、改革的人口红利下沉等。为应对各种现实瓶颈,以达稳中求进的发展,人们突然发现,政策制度上的更迭、创新比比皆是,且多半以一些标识性概念的形式频频出现。它们是一组组话语概念,也是紧随国家或社会意识形态方向的各种政策,还是由概念群闪电般落实成的一组组具体行动的组合拳。概念(意识形态)—政策—行动三者间能够“一气呵成”产生“相向联动”的社会事实表明,我们完全可以通过归纳顶层设计的主要标识性概念,由此管窥该阶段中国式现代化发展的具体政策和行动。归纳如下:

国家理想:“中国梦”“强国强军”“一带一路”“乡村振兴”“新质生产力”

地方政府:“打通中间一公里”“精准扶贫”“经济适用房”

市场结构:“供给侧改革”“去产能化”“共享经济”“创新驱动”“补短板、惠民生”

个体群体价值:“不忘初心,鼎力前行”“撸起袖子加油干”

专业知识:“智库”“大数据”“人工智能”

① 科斯、王宁:《中国变革:市场经济的中国之路》,北京:中信出版社,2013年;周其仁:《改革的逻辑》,北京:中信出版社,2013年。

② Oi, Jean C. & Andrew G. Walder, *Property Rights and Economic Reform in China*, Stanford: Stanford University Press, 1999; Peng, Yusheng, “Chinese Villages and Townships as Industrial Corporations: Ownership, Governance, and Market Discipline,” *American Journal of Sociology*, 106, 5, 2001, pp. 1338–1370; Szelenyi, Ivan, *Socialist Entrepreneurs: Embourgeoisement in Rural Hungary*, Madison: University of Wisconsin Press, 1988.

③ Zhao, Dingxin, “China’s Prolonged Stability and Political Future: Same Political System, Different Policies and Methods,” *Journal of Contemporary China*, 10, 2001, pp. 427–444; Zhou, Xueguang: “Reply: Beyond the Debate and toward Substantive Institutional Analysis,” *American Journal of Sociology*, 105, 2000.

这些紧随“中国梦”之后出现的标识性概念是先行、全新而具体的。现实中我们看到，这些标识性概念一经提出便顷刻能成为中国人参与治国理政、参与现代化建设的具体行动。相比邓小平时代较多源自底层百姓试错式的“边缘革命”来说，“中国梦”铸成的新时代更多为“顶层设计”的直接结果，具有“国家治理”“社会治理”取代“市场分化”的象征意义。因而，该阶段属于政府主导型的现代化发展模式。

显然，改革以来的中国现代化发展四阶段都不脱“东亚模式”之特点：（1）每一阶段都有以“强政府”为中心的叙事，其中，意识形态的转折及其推动作用不可小觑。（2）它明显具备“中国—东亚”的动态轨迹：从“指导型”到“半管制”，再到“亲市场”，又到“主导型”。用社会学话语解读，这是一个从分化到整合、又到再分化一再整合的进步型现代化过程。

综上，本文将意识形态看成是现代化发展的象征形式，从中发现这些象征意义服务于中央—地方与社会民众层面的联动关系，并对日常生活世界产生了社会效果。这就是，社会民众可以从国家意识形态倡导的不同话语，去辨明现代化发展进程的不同阶段；这一事实颇具中国特色。然而，这种意识形态与中国式现代化间的天然亲和却来自传统、来自传统儒家文化。理由首先在：中国选择与“东亚模式”作为现代化迅速起飞的参照发展道路，是因为承继了大儒家圈的优秀文化传统；其次是，我们相信，每一阶段的国家意识形态都汲取了不少优秀儒家文化因素，如“贤能政治”所拓展的能人、美德，很容易让整个社会达成上下一致的共识。而孝道、“和而不同”的社会和谐等都会颇具吸引力地沉浸在意识形态之中。因而，意识形态与中国式现代化的亲和，是以优秀传统文化为媒介的。或者说，正是某些优秀的儒家传统文化与意识形态的融合，铸成了中国式现代化的长效机制。

[作者周怡，复旦大学社会学系教授（上海 200433）。]

文化消费到文化自信的“行动链”： 中国式现代化提供文化方案

朱 迪

文化认同是文化研究的经典议题。已有研究和最新调查都发现，广泛的文化消费参与有助于提升文化认同。文化消费通过何种机制影响文化认同？对于这一问题的回答，文化分析理论强调行动者能动性地选择和建构文化认同，而忽略行动的结构约束；文化社会学更多讨论文化如何影响行动的问题，而忽略“行动如何影响文化（认同）”的问题。本文试图从更完整的“结构（能动）—行动—文化”链条理解行动如何受到物质和文化结构的约束，同时行动如何产生和塑造文化，也即从行动怎么来的、产生什么样的后果的视角构建“行动链”理论框架，深化对文化认同的理解。

当前正在推进的中国式现代化建设，既包括推动生产力极大发展的“物质实践”，也包括构建中国式现代化的文化形态的“文化实践”，前者促进文化产业文化事业繁荣发展、促进文化生产和文化消费的现代化，后者的目标是建设现代文明，对于塑造中华民族文化文明认同至关重要。本文的分析将呈现，文化消费现代化有助于增强文化认同，而中国式现代化的文化形态也将通过建设具有吸引力和生命力的文化文明体系缓解现代社会中的认同焦虑，培养更为整体性和持久性的文化自信，因此可以说中国式现代化既提供发展生产力的“物质方案”，也提供增强文化自信的“文化方案”。本文的分析发现对于促进文化消费增强文化认同和文化自信，推进物质文明和精神文明相协调的中国式现代化，能够产生一定政策启示。

一、“行动链”理论框架

关于“行动影响文化”即文化消费如何影响文化认同的命题，本文认为应将分析起点前移，文化消费由