

人大《复印资料》转载源刊
科学引文数据库 (SCD) 收录期刊
中国核心期刊 (遴选) 数据库收录期刊
国家哲学社会科学学术期刊数据库收录期刊
中国学术期刊 (光盘版) 全文数据库收录期刊
中国学术期刊 (CAJ-N) 优先出版期刊
万方数据数字化期刊群收录期刊
中国科技期刊数据库收录期刊

浙江理工大学学报

JOURNAL OF ZHEJIANG SCI-TECH UNIVERSITY

社会科学版

Social Sciences Edition

2018年 第40卷 第2期

Vol.40, No.2 Apr. 2018

中国·杭州 HANGZHOU, CHINA



ISSN 1673-3851
CN 33-1338/TS

目次

经济与管理

合作社内部信用合作研究综述:基于风险控制的视角

..... 徐建奎,刘西川(105)

快运企业干线运输网络中途点停靠问题研究 胡觉亮,严 蓉(112)

基于复杂网络视角的网络图书广告鲁棒性分析 吴 丹,赵 江(119)

基于傅里叶级数拟合的女装图案流行趋势预测

..... 荣 蓉,赵丽妍,韩曙光(125)

基于用户偏好的个性化服装推荐模式研究

..... 胡觉亮,王正方,韩曙光(136)

语言与传播

近三十年严复译名研究述评 王会伟,张德让(144)

基于变译语料库的严复译名观研究——以《原富》译本为例

..... 王会伟,任炯铭,张智勇,张德让(150)

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中的魔幻叙事研究 付明端(157)

国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系研究 刘 曦(163)

历史与文化

春秋时期的齐鲁关系:基于会盟视角的探讨 任中峰(170)

日本萨摩藩对琉球的控制及其隐蔽政策探析 杨 洸(176)

唐五代“以孙为子”“养弟为儿”现象初探 吴凌杰,俞 钢(183)

社会学

延承与转向:中国城市社区建设的探索与发展 纪毅南(190)

基于游客体验的湿地公园科普宣教研究

——以西溪国家湿地公园为例

..... 陈 敏,胡 广,胡绍庆,张 路,江俊浩(197)

统筹城乡发展视域下美丽乡村建设的浙江实践及启示 党 浩(206)

JOURNAL OF ZHEJIANG SCI-TECH UNIVERSITY

(Social Sciences)

Vol. 40, No. 2 2018

Contents

Economics and Management

- Research review on credit cooperation in cooperatives; from the perspective of risk control
..... XU Jiankui, LIU Xichuan(105)
- Way station problem in the arterial transport line of express enterprise HU Jueliang, YAN Rong(112)
- Robustness analysis of network book-ads based on the view of complex network theory WU Dan, ZHAO Jiang(119)
- Pattern trend forecast for women's wear based on Fourier series fitting
..... RONG Rong, ZHAO Liyan, HAN Shuguang(125)
- Research on personalized clothing recommendation mode based on user preference
..... HU Jueliang, WANG Zhengfang, HAN Shuguang(136)

Language and Communication

- Review of studies on Yan Fu's translating terms WANG Huiwei, ZHANG Derang(144)
- A translation-variation-corpora based study of Yan Fu's thoughts of terminology translation;
A case study of *Yuan Fu* WANG Huiwei, REN Jiongming, ZHANG Zhiyong, ZHANG Derang(150)
- Studies on magical narrative in *Bless me*, *Ultima* FU Mingduan(157)
- Research on the index system of social media communication effect in international tourism marketing LIU Xi(163)

History and Culture

- Discussion on the relationship of Qi and Lu in Spring and Autumn Period;
from the perspectives of interstate conferences and alliances REN Zhongfeng(170)
- Research on Japan's Satsuma control on Ryukyu and its covert policy YANG Guang(176)
- A preliminary study on the phenomenon of "adopting grandson and younger brother as son"
in the Tang and Five Dynasties WU Lingjie, YU Gang(183)

Sociology

- Inheritance and change: Exploration and development of urban community construction in China JI Yinan(190)
- Evaluation on science education of wetland park based on tourist experience; A case study of Xixi National Wetland Park
..... CHEN Min, HU Guang, HU Shaoqing, ZHANG Lu, JIANG Junhao(197)
- Practice of beautiful countryside construction in Zhejiang from the perspective of overall
planning of urban and rural development and its enlightenment DANG Hao(206)

合作社内部信用合作研究综述:基于风险控制的视角

徐建奎,刘西川

(浙江理工大学经济管理学院,杭州 310038)

摘 要: 基于风险控制视角,梳理、概括和评价合作社内部信用合作研究内涵、运行机制、运行模式以及边界等方面的研究成果。综述研究表明:已有定义概括了信用合作必须建立在合作社之上、强调成员出资以及封闭运行的行为特征,但未能揭示其控制风险的本质;已有研究注意到了产权结构上的异质性,以及附加表决权、分级审批和混合分红制等创新制度安排,但未能抓住其控制风险的逻辑和手段;已有研究根据不同标准对实践典型模式进行了分类,但对这些模式背后的风险控制机制及其异同缺乏深入探究;已有研究认识到组织边界与风险控制之间的关系,但对组织边界的定义及其影响因素问题缺乏足够重视。另外,已有研究多属于案例研究,未来需要加强理论分析与基于调查数据的计量实证研究。

关键词: 合作社;内部信用合作;运行机制;风险控制;组织边界

中图分类号: F321.42

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0105-07

合作社内部信用合作作为一种新型的农村合作金融模式,强调依托合作社,通过成员间的经济与产权关系来调剂资金盈余。近些年,合作社内部信用合作发展势头迅猛,已成为破解农村地区贷款难、贷款贵问题的重要途径,被给予众望。但与此同时,人们对其间可能存在的风险问题很担忧。合作社内部信用合作的产生、发展及存在的一些问题也引起了学术界足够的重视,并且取得了一系列的研究成果,主要集中在:合作社内部信用合作的涵义与特征(如:刘西川^[1])、产生背景与环境条件(如:赵铁桥^[2])、制度创新及其功能(如:苑鹏等^[3])、典型模式及其比较(如:汪小亚等^[4])、主要做法与成效(如:潘淑娟等^[5])、问题与缺陷(如:张照新等^[6])、启示与政策建议(如:高强等^[7])等方面。

合作社内部信用合作是合作金融的一种,其本质是金融。而金融的关键和核心是风险控制。从这个角度来讲,合作社内部信用合作的目标是在局部范围(如合作社内部)内实现金融资源的有效配置,而实现这个目标的关键在于风险控制上拥有特殊的

制度安排。这是研究合作社内部信用合作相关问题的基础和核心。为此,本文将从风险控制视角梳理、概括和评价合作社内部信用合作的内涵、运行机制、典型模式、边界问题等四个方面的研究进展。需要说明的是,这四个方面与风险控制的联系主要体现在:a)内涵或定义应能把握和概括合作社内部信用合作控制风险的本质;b)运行机制应能反映合作社内部信用合作有效控制风险的具体实践逻辑;c)具体模式的分类与比较既体现了合作社内部信用合作的现实多样性与条件差异,同时也能反映不同模式应对风险的具体机制;d)边界问题说明合作社内部信用合作有效控制风险的合理范围和现实条件。本文认为,从风险控制这个视角总结和评价已有研究,既有助于较为全面地把握已有研究所取得的成果,也有助于揭示已有研究所存在的不足及改进方向。

一、合作社内部信用合作:内涵、特征及区别

(一)合作社内部信用合作的内涵

关于合作社内部信用合作的内涵定义,目前存

在四种代表性的观点。第一种观点认为,农民专业合作社开展信用合作是专业合作的一种形式,是指经农民专业合作社成员(代表)大会决议,以产业为纽带,以成员信用为基础,由本社全部或部分成员资源出资筹集互助资金,为本社社员发展专业化生产提供互助资金借款业务的资金互助业务活动^[8]。第二种观点认为,农民专业合作社内部信用合作是依托农民专业合作社,以成员信用为基础,以产业为纽带,由全部或部分成员自愿出资,为成员发展生产提供资金服务的金融业务互动^[2]。第三种观点认为,农民专业合作社内部开展信用合作,是指经合作社全体成员(代表)大会通过,由合作社内部全体成员或部分成员以自愿方式入股,按照民主管理、自我服务、互惠互利的原则,在合作社内部成员之间为促进生产发展而开展互助性资金服务^[1]。第四种观点认为,农民专业合作社内部信用合作是指农民专业合作社内部部分或者全体成员,按照合作制原则和合作经济制度的基本框架,在相互信任的基础上共同出资,满足出资成员小额资金借贷需求的互助性金融活动和行为^[9]。

上述四种内涵定义都涉及到了合作社内部信用合作的三个核心特征:一是依托或基于合作社;二是强调成员出资;三是在组织内部封闭运行。考察上述研究可以发现,这些定义未能反映风险控制的要求,它们对风险控制不够重视。本文认为,把握其内涵的关键是成员控制风险的关键点和特殊手段是什么,以及这种手段的有效范围是什么。

(二)合作社内部信用合作的制度特征及区别

已有研究对合作社内部信用合作的制度特征进行了概括,并将其区别于非法集资。

1. 制度特征

合作社内部信用合作属于合作金融范畴,具有合作金融的特点^[1-2,7]。具体论证如下:a)运行方式。合作社内部信用合作采用合作制的治理结构,实行民主管理,通过将社员的闲置资金以入股的方式集中起来,在社员间进行互助性借贷^[2,7-8,10];b)运作范围。合作社内部信用合作是以行政村为运行范围,坚持恪守“不出村,不出社”的原则^[6,11];c)组织目标。合作社内部信用合作的目的是不是为了盈利,而是为了发展农业生产^[2,8,10]。

作为一种特殊的合作金融模式,合作社内部信用合作的特殊性还体现在:第一,手段多样性。具体表现在:a)以产业为基础开展信用合作;b)以商业信用和货币信用为手段开展信用合作^[4]。第二,基于

合作社。赵铁桥^[2]认为合作社内部信用合作具有非机构性和产业性两个重要特点。首先,合作社内部信用合作只是合作社内部封闭运行的一项业务活动,而非专门的金融机构;其次,它派生于生产合作、服务于产业发展,具有鲜明的产业性。

2. 区别

a)与农村资金互助社的区别。一些地区的合作社内部信用合作都是模仿当地农村资金互助社组建而成,但两者仍存在较大差别。第一,合作社内部信用合作是在合作社内部发育起来的,其服务对象不仅有参加信用合作的成员,也有其他本社的成员。而且,准入成本低,发展初期享有政府财政和培训方面的扶持^[12]。第二,合作社内部信用合作比具有银行性金融机构属性的农村资金互助社更适合农村发展的实际,具有更大的灵活性、便利性,能够覆盖更广范围的农户^[8]。

b)与非法集资的区别。合作社内部信用合作与非法集资有着本质的区别。徐祥临^[13]总结了两者之间的三个区别:第一,是否在固定的社区内发展社员并吸收资金;第二,是否以大大高于法定存贷利率吸储和放贷;第三,由存贷利差产生的经营利润是否给社员分红。

二、合作社内部信用合作:运行机制

合作金融组织的运行逻辑主要体现在运用何种机制和手段来控制风险。一般而言,合作金融组织有效运行的制度基础包括四个部分:股权、决策权、风险控制和收益权。在这一方面,作为一种在局部范围内控制风险的合作金融组织,合作社内部信用合作也不例外。为此,本文从这四个方面回顾相关研究文献,关注的焦点问题是:合作社内部信用合作的治理特殊性或关键手段是什么?特别需要说明的是,合作社内部信用合作的治理特殊性集中体现在风险控制上,其风险控制的策略手段取决于股权和决策权的安排,前者是此类组织所有权制度安排的基础,而后者则是风险控制手段的具体执行。此外,收益权是股权和决策权预期收益回报的反映。

(一)股权安排

在股权结构方面,已有研究主要关注两个方面:一是探讨在合作社内部开展信用合作时成员入股的作用,二是考察了股权结构异质性与发起人或大股东控制之间的关系。

1. 为什么要入股?

首先,成员入股可以明确各自的权责,尤其是确

立、细化不同利益主体的风险责任范围。由股东成员承担组织运行的风险,并获取其可能收益,决策也应由股东成员商议形成;同时,入股也为成员参与组织管理提供了产权基础以及规范成员相互之间关系的制度保障。其次,入股可带来产权的激励作用。入股之后,成员将其资金放入信用合作部后必然关心其资金的安全,同时尽力了解、甄别借款者,并监督借款者的贷款使用情况,施加还款压力;入股在某种程度上也可视为成员贷款的某种抵押^[1]。最后,规定不对外吸储放贷,要求成员入股是防范资金风险的有效措施。

2. 股权结构异质性与发起人或大股东控制

股权结构对组织运行方向起着决定性作用。目前,大部分合作社开展信用合作时都实行资格股与流通股相结合的股金结构^[2]。其中,资格股的作用是取得成员资格,成员必须缴纳,而流通股则是由成员自愿缴纳,具有一定的投资性,可享受分红。设置流通股主要是为了提供便捷的存取款服务,吸收风险厌恶型社员资金^[14]。此外,程京京等^[14]还发现有的合作社开展内部信用合作的股金结构除了资格股和流通股之外,还包括投资股和固定股。其中,投资股类似于发起资本金,主要用于抵御经营风险。固定股用于吸收风险偏好型社员的资金,抵御信贷风险。虽然部分国家的合作金融组织都已经引入了投资股制度,但对投资股社员在出资比例、投票权、经营管理以及利润分配等方面的权利还是做了非常严格的限制。本文认为,合作社开展内部信用合作时需要大股东,但这样的大股东也仅仅能够来自合作社内部。此外,在限制外来投资股的同时也要防范内部大股东控制(一般规定个人持股不超过总股份的20%),合理的股权结构能够防止“一股独大”的内部人控制现象发生,从而抑制资金风险。

(二) 决策权安排

合作社内部信用合作的决策内容主要包括两方面:一是选举任用类事务,二是议案议决类事务^[15]。其中,选举任用类事务的决策流程是:a)资格审查,是否具有胜任某个职位的能力;b)民主选举,即召开社员(代表)大会进行投票选举,实行“一人一票”的选举机制。议案议决类事务的决策流程包括:议案提交社员大会,社员代表充分征集社员意见后对议案提出支持、修正或反对,通过的议案交由评议小组决定具体执行方针。其中,特别重大或者存在较大分歧的议案需要由全体成员按“一人一票”的表决机制投票表决。

合作社内部信用合作的决策主体仍然是参加信用合作的全体社员,并且采取“一人一票”的民主决策方式。由成员主导也是合作金融组织的特性。对合作金融组织的决策权分配,《农村资金互助社管理暂行规定》中有“一人一票”的表决方式的规定,“一人一票”的目的就在于保障合作社“民主的社员控制”,防止普通社员的利益受到能人社员的侵害。因为,参与农村合作金融组织的成员大多是金融“弱势群体”,“一人一票”的决策机制有助于保护多数人的利益,从这个角度看“一人一票”有其合理性。

也有学者对“一人一票”的民主表决机制提出了质疑,如张德峰^[16]认为,“民主的社员控制原则”和“一人一票”的表决规则都是在以无差异社员假设为前提的条件下所做的设计,而在现实中异质性社员结构下,这种制度有其弊端。“一人一票”可以防止普通社员的利益受到能人社员的侵害,但若所有事项的表决都适用“一人一票”则显然不利于对能人社员的激励。孟飞^[17]也认为“一人一票”在某种程度上助长了社员的搭便车行为,无法为合作金融组织发展过程中做出突出贡献的社员提供特别的激励。因此,现实中合作社内部信用合作的决策权安排可以在“一人一票”的基础上添加附加投票权赋予大股东,且现实中已有运用^[14,18]。

(三) 风险控制

合作社内部信用合作的风险控制主要体现在四个方面:

1. 贷款用途

合作社内部信用合作的资金仅限于内部成员使用,且只能用于生产性用途,这是大多数学者的观点^[19-21]。限制资金用途的目的是为了控制风险:一是将金融服务全流程“嵌入”生产经营;二是把信用风险控制建立在充分掌握“信息流、物资流和资金流”基础之上;三是根据信用风险的来源,将风险控制环节前移至生产风险的控制环节上^[5]。本文认为,限制成员贷款用途就是为了把握住“第一还款来源”,夯实信贷资金可持续循环的基础。

2. 成员限制

合作社内部信用合作的成员对象只能来自合作社内部,即合作社开展内部信用合作必须采取封闭式运行^[1,6,21-22]。合作社内部信用合作的运行要做到“不出村,不出社”,这样可以充分利用信息对称的优势,防范道德风险。合作金融组织的制度优势主要来自于成员之间的信息对称,拥有这一优势就必须限定成员来自合作社内部。限制成员资格,其目

的就是为了通过基于血缘、地缘以及业缘的关系来约束贷款者,确保资金安全。

3. 贷款程序

王华^[19]认为合作社内部信用合作的资金只能向合作社内部成员发放,且资金发放程序也要严格按照金融部门的做法,建立健全严格的借款申请、论证、会办、审批、担保制度。在资金贷款程序中,成员资格审查和贷款审批是关键。已有审批程序也趋于高效化。例如,安徽安庆合作社采取的分级审批制度,即贷款审批程序因贷款金额而异。具体做法为:如5000元以下由理事长个人审批,5000元至10000元由理事会审批,10000元以上由理事会、监事会共同商定等^[19]。

4. 贷款担保

合作社内部信用合作应实行担保和联保制度。在担保和联保制度上,有的合作社建立了互保联保制度,即成员借款需要1个以上的出资成员提供书面担保^[2]。而有的合作社则实行“两双”制度,如河北盛源农民专业合作社的双人借款和双人担保制度,具体为借款者必须为夫妻或父子两人共同借款,且拥有合作社认同的两名担保人^[14]。在借款额度上,必须要根据借款人和担保人的出资总额进行借款,即成员借款的最大额度不超过他和担保人的出资总额。刘西川^[1]认为,只有做到了这一条才实现了合作金融的信用风险在组织内部的明确分担,此时,担保户的担保责任具体化为自己的股金和存款额。

(四)收益权分配

在收益分配上,已有研究中有两种不同的观点。一部分学者认为,应该按出资比例分红,即按股分红^[2,19,23]。赵铁桥^[2]认为合作社内部信用合作要恪守“分红不分息”的原则。在收益分配上,应该以成员出资比例为分配依据。成员出资参加合作社内部信用合作,同样是为了获得一定的预期收益,即对投入资本的回报。但另一部分学者认为,收益分配应采取基于服务量的分红制度^[18,24-25]。蒋干达^[18]调研江苏宜兴合作社内部信用合作试点时,发现该合作社开展信用合作就是实行的基于服务量的分红制度。

按股分红与按交易分红各有优势:前者可以为信用合作吸引来更多的股金,而后者更能体现公平,使信用合作运行有效率。本文建议,可以采取按股分红和按服务量分红相结合的方式,具体按股分红和按服务量分红在总收益中所占的比例因社而异。

三、合作社内部信用合作:模式分类及比较

目前,合作社内部信用合作的运行模式有多种,各类模式面临的风险和应对措施也各有不同。这一部分内容首先总结了已有研究对运行模式的归纳分类,然后比较分析了不同模式面临的风险和控制风险的措施。

(一)模式分类与风险控制的关系

根据不同标准,已有研究对合作社内部信用合作的运行模式进行了分类。

1. 开展形式

苑鹏等^[3]认为,我国合作社开展的信用合作有两种基本形式:一种是货币信用,以资金互助为代表;另一种是商品信用,包括合作社内部的农资、农产品赊销赊购,以及农产品供应链融资为主。

2. 依托对象

汪小亚等^[4]将合作社内部信用合作的运行模式按照不同的依托对象概括为三类:第一类是,围绕农业生产经营的相关环节,合作社与内部社员之间以“货物”等方式开展商业信用合作;第二类是,依托合作社设立具有资金互助功能的业务单元或独立的资金互助组织,开展社员之间的货币信用合作;第三类是,基于“公司+合作社+农户”的农业产业链开展商业信用和货币信用合作。

3. 资金需求特征

潘淑娟等^[5]将合作社内部信用合作在资金需求上具有多样性,具体模式可分为三类:第一类是大型合作社“物流金融”式信用合作;第二类是社际间交互担保信用合作;第三类是社内交互信用保险合作。其中,第一类为普遍的模式;第二类是因为合作社内部社员具有相同的生产周期,因此往往存在资金需求上的同质性,这使得不同生产周期的合作社存在调剂资金需求的可能性;第三类则是考虑到一些产业,如养殖业存在较大风险,需要将保险机构吸引进来共同分担风险。

(二)模式比较与风险控制

已有研究主要从社内与社间、不同经营目标以及互助规模差异等角度考察和比较了合作社内部信用合作风险控制的手段及其效果。

1. 社内与社间

社内与社间两种模式的产生原因是对资金需求量的不同。有些合作社内部通过调节种养户与营销户之间的资金余缺就能满足各自资金需求,而有些合作社产业对生产资金的需求量大,只有通过社间

合作或者与其他金融机构合作才可满足需求。苑鹏等^[26]认为,与社内合作相比,社间合作的优势主要体现在:a)社间合作的社员数量规模和经营农产品的差异性都足够大,具备调节资金余缺的空间,能够保证资金供给规模和贷款规模;b)可以避免因某种农产品市场行情不佳,或出现自然风险时而导致社员大范围的贷款拖欠等现象。其劣势主要体现在:a)资金调剂规模、涉及成员面更大,一旦资金供应链条因某种农产品市场行情的波动可能会断裂,将波及更多的社员;b)成员间的信任将随着成员规模扩大、社区界限的突破而变得脆弱,增大了资金运作的成本。可见,社间合作提高了组织应对自然风险的能力,但同时也带来了更大的市场风险,社间合作面临风险大于社内合作。

2. 经营目标不同

多数合作社内部信用合作的经营目标都是为了发展生产,只有少部分是为了获取融资收益。潘淑娟等^[5]认为,以生产经营性资金需求为导向的合作社内部信用合作,其风险源于合作社产品的市场风险;而以追逐融资收益为导向的资金互助社,其风险既有来自于借款人偿还能力变化的信用风险,也有资产负债期限结构、利率结构风险以及声誉风险等。可以说,以发展生产为目标的合作模式的风险源主要还是自然风险和市场风险,风险本质上较小且可控,而以逐利为经营目标的合作模式面临的的风险则多且大。

3. 互助规模不同

互助规模包括资金规模、成员规模以及运行范围等。现实中,合作社开展信用合作的规模往往不同,在风险规避措施上也不同。王成琛等^[27]发现:在互助规模较小的熟人社会里,声誉机制起主导作用,而当互助规模突破熟人社会之后,质押机制将起主导作用。

四、合作社内部信用合作社:边界

合作社内部信用合作有“双重”边界,其资金规模与运作范围都要有一个边界。资金规模较小,运作范围狭隘不利于信用合作发挥其应有的作用,但资金规模较大,运作范围过广则可能使信用合作发生使命漂移,并且带来较大风险^[18]。合理界定信用合作的边界,其目的就是防范资金规模过大所带来的风险。而且,各类资金规模必须控制在一定范围并且封闭运行。此外,界定边界还有助于将其与非法集资区分开。

(一) 规模边界

合作社内部信用合作的边界涉及资金规模、成员规模、股权规模。a)资金规模。蒋干达^[18]认为,合作社在开展内部信用合作时存在“资金规模过小则作用有限,资金规模过大则运行风险高以及易出现异化”的困境。b)成员规模。孔祥智等^[28]研究发现,随着合作社成员规模的不断扩大,成员覆盖范围扩展会对其融资服务供给带来明显的负面影响。因为,信用合作覆盖范围的扩大会在管理成本和风险控制等方面上给信用合作带来负面影响。c)股权规模。对发起人的股金规模要严格限制。赵锦春等^[29]研究发现,当到达一定规模后,发起人股权比重的提升将会降低农民资金互助合作社的运行效率。此外,对非农股份要有限制。程京京等^[14]认为要严格限制非农股份在资金互助组织中的话语权,防止组织的话语权和信贷权脱离农民。

(二) 边界与风险控制

张照新等^[6]认为,信用合作该采取封闭式运行,强调资金在一定地域、群体和产业内部流动。农民专业合作社开展信用合作就要将本地资金用于本地区,从而促进当地“三农”事业的发展。在资金投放上,坚持“不出村、不出社”的基本原则。信用合作资金只能由组织内部成员(一般都是合作社社员)使用,并且只能让本村的人加入到信用合作中,这就是所谓的封闭式运行^[7]。

就边界范围而言,合作社内部信用对其贷款限额、贷款用途和贷款担保具有明确规定。a)贷款额度。一类观点认为,贷款额度规定一个风险可控的固定值即可,成员借款不超过这个限额即可^[21]。另一类观点认为,成员贷款额度应根据成员及其担保户的信用总额为限发放贷款。贷款资金在其股金额内实行信用制度,超过股金金额的借款部分须有其他成员用股金或存款作担保,成员及其担保人的股金加存款之和必须大于或等于贷款总额^[1]。b)贷款用途。合作社信用合作资金仅限于内部成员使用,且只能用于生产性用途^[19-21],这是大多数学者的观点。孟飞^[20]认为在合作社内部开展资金互助业务是合作社传统业务上的延伸,但这也仅仅是限于内部社员之间的资金互助,主要以服务生产为目的,合作社不得开展其他金融业务。另一种观点却认为,合作社信用合作资金可以有两种用途:一是仅用于发展生产;二是兼顾生产与生活需求^[8]。c)贷款担保。贷款担保是信用贷款的重要一环,而且担保人只能是内部成员。张照新^[6]认为选择内部人员担

保,能够有效的实现风险的共担。

一些学者认为,资金规模边界不断扩大有其现实必要性。由于合作社只能在成员内部吸收资金,在合作社内部开展信用合作并不能有效满足农户扩大再生产的需求,资金供给量仅仅停留在解决燃眉之急的水平,可持续性不强^[8]。而且在生产单一农产品的合作社内部发展信用合作,资金规模的扩张在很大程度上又受限于农产品市场行情的变化,这让资金互助组织在服务能力和可持续性上受到严峻的挑战^[26]。

但有一些学者对合作社资金规模的扩张表示了担忧。苑鹏等^[26]在调研时发现,成员间的信任纽带会随着资金规模的扩大变得逐渐脆弱,关系治理作用削弱,治理成本增加。一般而言,合作社内部信用合作的经营风险都会随着资金规模的扩大而增加,过小的资金规模可能会影响农户再生生产能力的提升,但也不可任意扩大,需要与合作社控制风险的能力相匹配。

五、结论及未来研究展望

本文从风险控制的视角,梳理、概括以及评价合作社内部信用合作的内涵、运行机制、典型模式以及边界等方面的研究成果。综述发现:a)已有定义反映了政策意图,概括了合作社内部信用合作的主要特征,但未能揭示其控制风险的本质和要点;b)已有研究注意到产权制度安排方面的特殊设计和创新点,但未能抓住机制或逻辑上真正控制风险的手段;c)已有研究对现实中典型模式进行了分类,但对不同模式控制风险的具体机制及其异同缺乏深入探究。d)已有研究认识到边界(或范围)与风险控制之间的关系,但对边界定义及其影响因素等问题重视不够。

本文认为,今后的研究重点将是以下几个方面:

第一、加强对合作社内部信用合作内涵的深刻理解,从其本质规定出发来研究合作社内部信用合作。合作社内部信用合作的内涵是在风险可控的情况下实现局部范围内的金融资源的有效配置,其着力点应该是管制风险、界定边界以及最大化配置金融资源。

第二、加强对合作社内部信用合作运行逻辑的研究。运行过程中是否可以吸收成员的存款?组织决策权如何分配?按股分红与按交易量分红的依据是什么?对合作金融“一人一票”的表决机制如何改进,才能成为对成员激励和风险补偿的择优之选?

这些问题都是尚未破题且必须面对的。

第三、加强对合作社内部信用合作边界的考察。现实中的合作社内部信用合作的边界往往是模糊的,不同合作社开展信用合作的边界也不相同,限定边界范围对其运行风险有极大地限制作用。必须承认的是,这个边界是在不断变化中的,所以对合作社内部信用合作边界的研究也需同步甚至超前。研究视角上,除了风险控制的角度外,还可以将合作社内部信用合作组织看成契约联合体,从投资激励的角度研究合作社内部信用合作的边界。

第四、在研究方法上,加强对合作社内部信用合作的理论分析和计量实证分析,改善已有研究在这两方面较为薄弱的现状,即:一方面,在理论应用上往往直接套用合作社金融理论,未能抓住合作社内部信用合作的特殊性;另一方面,缺乏基于大数据的实证分析,没有数据支撑,难免会陷入泛泛而谈的困境,使研究没有说服力。弥补研究方法上的不足对合作社内部信用合作的长远发展有极大的促进作用。

参考文献:

- [1] 刘西川. 农民专业合作社发展信用合作的必要性和三条“硬杠杠”[J]. 中国农民专业合作社, 2016(11):16-18.
- [2] 赵铁桥. 关于农民专业合作社内部信用合作的理论与实践问题[J]. 中国农民专业合作社, 2015(5):22-25.
- [3] 苑鹏,彭莹莹. 农民专业合作社开展信用合作的现状研究[J]. 农村经济, 2013(4):3-6.
- [4] 汪小亚,帅旭. 农民专业合作社内部信用合作的模式及现实选择[J]. 中国农村金融, 2012(14):54-57.
- [5] 潘淑娟,王刚贞. 农民专业合作社资金互助的现状 & 运行机制:基于调查案例视角[J]. 中国农村金融, 2012(14):58-61.
- [6] 张照新,曹慧,高强,等. 农民专业合作社内部信用合作:实践困境与发展前景[J]. 中国农村金融, 2015(10):75-77.
- [7] 高强,张照新. 农民专业合作社内部信用合作试点的经验与启示[J]. 农村工作通讯, 2016(11):52-55.
- [8] 薛桂霞,孙玮琳. 对农民专业合作社开展信用合作的思考[J]. 农业经济问题, 2013(4):76-80.
- [9] 何广文. 合作社信用合作的制度优势及可持续发展的路径探讨[J]. 中国农民专业合作社, 2017(4):47-48.
- [10] 徐旭初. 农民专业合作社开展信用合作正当时[J]. 农村工作通讯, 2011(18):11-13.
- [11] 杨团. 新型农村合作金融:特征及体系:浅议山东省新型农村合作金融试点[J]. 银行家, 2015(8):112-114.
- [12] 宋彦峰,夏英. 农民专业合作社成员内部资金互助模式分析:以天津宝坻区民盛养鸡专业合作社为例[J]. 中

- 国农民专业合作社,2010(2):58-59.
- [13] 徐祥临. 发展新型农村合作金融要清除障碍[N]. 农民日报,2014-3-15(003).
- [14] 程京京,辛文玉,杨伟坤. 资金互助组织如何不触犯法律红线?:河北盛源农民专业合作社调查[J]. 银行家,2015(3):105-107.
- [15] 全志辉. 合作社开展信用合作的民主议事方法[J]. 农村工作通讯,2015(11):35-37.
- [16] 张德峰. 农村合作金融组织异质社员间利益冲突的法律平衡[J]. 法商研究,2014(4):90-98.
- [17] 孟飞. 合作金融组织社员投票权制度设计[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2013,13(6):44-50.
- [18] 蒋干达. 合作社内部信用合作的实践与探索:以江苏省宜兴市为例[J]. 中国农民专业合作社,2015(8):29-30.
- [19] 王华. 合作社信用合作运营机制及实践探索[J]. 农村经营管理,2015(5):16-17.
- [20] 孟飞. 合作金融的组织形态及监管框架[J]. 农村经济,2014(7):69-73.
- [21] 谭智心,贺潇. 安庆经验:农民专业合作社开展信用合作的制度建设与风险防范[J]. 中国农民专业合作社,2016(1):41-44.
- [22] 艾永梅. 农村合作金融的风险控制:以山东、浙江供销社资金互助为例[J]. 中国金融,2015(14):92-93.
- [23] 高爱平. 合作社信用合作的几点探讨[J]. 农村经营管理,2015(5):14-15.
- [24] 卢欣. 对农民专业合作社开展信用合作的思考[J]. 中国农民专业合作社,2016(1):47-48.
- [25] 冯永利. 关于山东农民专业合作社信用互助业务的调研与思考[J]. 农村金融研究,2016(2):68-72.
- [26] 苑鹏,宫哲元. 沂蒙山区专业合作社资金互助的创新启示[J]. 农村经营管理,2009(5):16-18.
- [27] 王成琛,陈东平. 专业合作社内资金互助避险模式比较:基于2家农民专业合作社的案例分析[J]. 江苏农业科学,2017,45(3):286-289.
- [28] 孔祥智,毛飞. 农民专业合作社运行机制[J]. 中国金融,2014(10):75-77.
- [29] 赵锦春,包宗顺. 农民资金互助合作社运行效率及影响因素研究[J]. 经济问题,2017(2):79-84.

Research review on credit cooperation in cooperatives: from the perspective of risk control

XU Jiankui, LIU Xichuan

(School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310038, China)

Abstract: From the perspective of risk control, this paper sorts out, summarizes and evaluates the studies on the credit cooperation in the cooperatives in the terms of the connotation, the mechanism, the operation model and the boundary. Conclusions are as follows: the existing definitions summarize the credit cooperation in the cooperatives must be based on cooperatives and stress capital contribution of members and behavior characteristics of closed operation, but fail to disclose the essence of risk control; the existing researches pay attention to heterogeneity of property right structure and innovative system arrangement such as extra voting right, graded examination and approval, and mixed profit sharing plan, but fail to catch the logic and means of risk control; existing researches classify typical modes of practice according to different standards, but lack in-depth exploration of risk-control mechanism behind these modes and their similarities and differences; existing researches realize the relationship between organizational boundary and risk control, but lack sufficient attention to the definition of organizational boundary and its influencing factors. In addition, existing researches mostly belong to case studies. In the future, theoretical analysis and empirical study based on survey data will be required.

Key words: cooperatives; the internal credit cooperation; operational mechanism; risk control; organizational boundaries

(责任编辑:钱一鹤)

快运企业干线运输网络中途点停靠问题研究

胡觉亮^a, 严 蓉^b

(浙江理工大学, a. 理学院; b. 经济管理学院, 杭州 310018)

摘 要: 传统的直达运输模式车辆装载率低, 运输成本较高。在传统的运输模式基础上提出中途点停靠运输模式, 针对只装不卸(只卸不装)和先卸后装两种装卸模式, 对中途点停靠运输模式分别进行可行性分析, 并给出了两种装卸模式下的适用条件。以 BS 快运企业为研究实例, 根据实际数据进行求解分析, 将两种运输模式进行对比, 结果表明: 大多数情况下, 利用中途停靠点比传统的直达运输模式更能避免一定的车辆空驶浪费。

关键词: 干线物流; 直达模式; 中途点停靠

中图分类号: F224.9

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0112-07

物流是物品从供应地向接收地的实体流动过程中, 根据实际需要, 将运输、储存、采购、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等功能有机结合起来, 实现用户要求的过程^[1]。物流其中一个主要功能就是运输, 货物在流动过程中有多种运输形式, 包括直发(单边、往返)、中途点停靠、HS 模式等。

物流运输网络研究可划分为支线货物运输研究和干线货物运输研究。运输过程中很大一部分的成本来自于干线运输, 运输要做到合理化, 其中的车辆调度是关键^[2]。干线运输过程中点到点直达模式可将货物直接送往目的分拨, 这是最快的方式。李夏苗等^[3]发现铁路直达货物运输时间主要受直达列车全程旅行时间的影响, 通过对实例进行分析, 分析出预期的运行时间, 利用分布函数分析出其可以实现的概率, 并评估分析了直达货物运输按时送达可靠性。张廷伦等^[4]通过对直达运输模式的可行性进行分析并提出面临的问题, 总结了一系列提高大客户物资直达运输比重的措施。马翌佳^[5]通过比较直达运输模式与配送中心中转运输模式下各自物流成本构成, 建立了以物流成本最小为目标的模型, 引入真实数据求解出最佳的物流成本费用, 结果表明运用

直达运输模式可缩短订货周期, 减少安全库存持有量并有效降低物流成本, 提高车辆装载率。叶俊等^[6]通过对“江海联运”集装箱运输现状进行分析, 指出其在软硬件等方面存在弊端和不足, 并提出江海直达的运输方式, 研究结果表明此运输方式大大提高了运输效率, 节省了运输时间。在物流运输过程中, 点到点直达模式有一定的优势和价值, 但是直达模式要求货物的装载大于或等于一个整车, 一般情况下货物必定有剩余, 并不能完全是整车运输, 这就会大大增加车辆空驶成本, 所以点到点直达模式并不是最具成本效益的。

针对物流系统中运输网络的特点, 选择合适的运输网络形式, 以降低运输成本, 提高车辆装载率。李红启等^[7]提出 Hub-and-Spoke 网络形式, 以货物集散点上货流到/发的均衡与否为依据, 探讨 HS 网络结合运输车辆在中途点停靠的可行性。Mahapatra^[8]分别对有无轴辐式运输网络比较分析, 以总运输成本最小为目标, 分别建立了车辆的调度方案和车辆运输路径的混合整数规划模型, 并通过实例来证明了模型的实际价值。Barcos 等^[9]提出一种满载车辆直发, 半空载车辆经过一到两个集散中心的运输模式, 建立了以物流成本最小为目标的整数规划模

型,并利用蚁群算法选择最优路径使总成本最小,并通过实例证明了模型的有效性。孟多^[10]提出一种新的运输网络,建立了以物流成本最小为目标,以车辆容量、装载率等为约束的模型。通过实例分析,比较该运输网络与传统运输网络的总成本,结果表明所建模型实用、有效。方晓平等^[11]针对公路零担运输企业节点布局特点,通过优化混合轴辐式运营网络,建立了以总运输成本和中转成本之和最小化为目标的混合整数线性规划模型。通过将具体数据带入检验模型的可行性,结果表明运输成本和总派车次数都有所降低。Akyilmaz^[12]提出了一种假设运输网络结构与货运站之间的位置不变,且车辆的数量为已知,依次删除某些起始点到目的点之间最短的直达路线,剩下的为中途点停靠装卸的货物运输路线,这种运输模式不仅提高了运输车辆装载效率,而且降低了物流成本。米奎^[13]针对传统的轴辐式运输网络,提出多式联运的轴辐式干线运输网络,对网络运输支线与干线的运输路线与运输方式的决策问题进行建模优化。选择调用 Matlab 里的 Bintprog 函数对模型进行求解,考虑运营商不同需求偏好,得到使零担货运网络运输总成本与运输服务时间达到最优的运输决策方案。

综上所述,运输网络的优化是物流企业的一项重要运营决策。运输网络的优化关系到物流设计体系的成功与否^[14]。无论选用何种运输网络,在不影响货物时效的前提下,都是以最小化物流成本、提高物流效益为目标,实现物流企业总成本支出的最优配置。但是随着我国经济的不断发展,区域间经济水平发展不平衡导致发往经济欠发达地区的货量少,同时由于物流企业车辆调度不合理,导致车辆装载率较低,这都使得企业运输成本居高不下,很少有学者对这部分车辆进行优化研究。本文针对这方面研究的不足,提出了中途点停靠模式的运输网络优化形式,在优化运输车辆路径的同时提高车辆装载率,以降低单位货物运输成本。

本文提出了中途点停靠模式的运输网络优化形式,通过对干线运输网络结合中途点停靠运输模式的可行性进行分析,并提出该模式的适用条件。最后以 BS 快运企业为研究实例,对实际数据进行求解分析。

一、区域干线物流车辆“中途点停靠”可行性判别

在干线物流网络上,在各分拨中心货物装卸模

式对整个网络的效益有重要的影响。本文针对不同装卸模式,比较点到点直达模式与中途点停靠模式两种运输形式下,车辆的空驶浪费量(吨公里),分析区域干线物流运输车辆在中途点停靠的可行性。

引入四元组符号 $PQ(U, x_1, x_2, d)$, 其中: U 表示两个分拨中心 P 、 Q 之间承担运输任务车辆的额定载重量, t ; x_1, x_2 分别表示车辆往返装载率; d 表示两个分拨中心之间的距离, km。

已知分拨中心 S 与分拨中心 T 之间车辆相互直发, 即 $ST(A, \alpha_1, \alpha_2, a)$ 。现插入一个经停点 Q , 分以下不同情形探讨区域干线物流运输车辆在中途点停靠的可行性:

a) Q 与 S 、 T 中一个点存在直发车辆, 不妨设 Q 与 T 点之间存在直发车辆;

b) Q 与 S 、 T 都存在直发车辆。

(一)符号说明

A : 表示分拨中心 S 与 T 之间承担运输任务车辆的额定载重量, t ;

B : 表示分拨中心 Q 与 T 之间承担运输任务车辆的额定载重量, t ;

C : 表示分拨中心 S 与 T 之间承担运输任务车辆的额定载重量, t ;

α_1, α_2 : 表示分拨中心 S 与 T 之间车辆往返的装载率;

β_1, β_2 : 表示分拨中心 Q 与 T 之间车辆往返的装载率;

γ_1, γ_2 : 表示分拨中心 S 与 Q 之间车辆往返的装载率;

θ_1, θ_2 : 表示分拨中心 S 与 T 之间并且中途经停分拨中心 Q 车辆往返的混合装载率;

X_1, X_2 : 表示分拨中心之间承担运输任务车辆的载重量;

a : 表示分拨中心 S 与 T 之间的距离;

b : 表示分拨中心 Q 与 T 之间的距离;

c : 表示分拨中心 S 与 Q 之间的距离。

(二)车辆在中途点停靠时采用只装不卸(只卸不装)模式

在物流运输网络中,各点发出与到达货量基本不均衡,此时需比较往返双程直达模式与中途点停靠(非直达)两种运输组织形式下车辆的空驶浪费量(吨公里)。

当采用点到点直达运输形式时如图 1 所示,直达车辆总的空驶浪费吨公里可表示为:

$$aA(1-\alpha_1)+bB(1-\beta_1)+aA(1-\alpha_2)+bB(1-\beta_2)=aA(2-\alpha_1-\alpha_2)+bB(2-\beta_1-\beta_2) \quad (1)$$

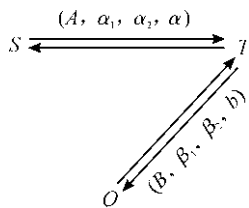


图1 两点之间直达运输

当采用“中途点停靠”运输形式时,车辆运行途中在点Q停靠,如图2所示,令 $X_1 > A\alpha_1 + B\beta_1$, $X_2 > A\alpha_2 + B\beta_2$, 则 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$ 。此时额定载重量X吨的车辆的空驶浪费可表示为:

$$cX - cA\alpha_1 + bX - bA\alpha_1 - bB\beta_1 + bX - bA\alpha_2 - bB\beta_2 + cX - aA\alpha_2 \quad (2)$$

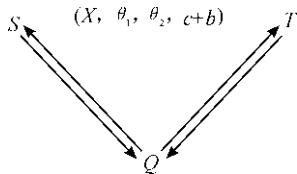


图2 只装不卸(只卸不装)模式下中途点停靠运输

计算式(1)和式(2)的差得: $\Delta = (2b+2c)X - 2aA - 2bB + (a-b-c)A\alpha_1 + (a-b-c)A\alpha_2$

若 $\Delta < 0$ 时,得

$$X < \frac{2aA + 2bB - (a-b-c)A\alpha_1 - (a-b-c)A\alpha_2}{2(b+c)} \quad (3)$$

此时引用中途点停靠运输模式比点到点直达模式车辆装载率更高且成本更低。

由于 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$, 因此,当经停车辆的额定载重满足 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{2aA + 2bB - (a-b-c)A\alpha_1 - (a-b-c)A\alpha_2}{2(b+c)}$, 此时采用中途点停靠的车辆运输形式较点到点直达形式的车辆运输形式可避免一定的车辆空驶浪费。

(三) 车辆在中途点停靠时采用先卸后装模式

在物流运输网络中,各点发出与到达货量基本不均衡,此时需比较往返双程直达模式与中途点停靠(非直达)两种运输组织形式下车辆的空驶浪费量(吨公里)。

当采用点到点直达运输形式时如图3所示,直达车辆总的空驶浪费吨公里可表示为:

$$aA(1-\alpha_1)+bB(1-\beta_1)+cC(1-\gamma_1)+aA(1-\alpha_2)+bB(1-\beta_2)+cC(1-\gamma_2) \quad (4)$$

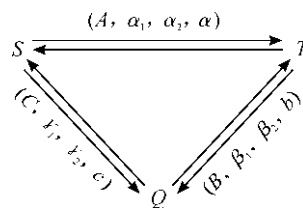


图3 三点之间直达运输

当采用“中途点停靠”运输形式时,车辆运行途中在点Q停靠,如图4所示,令 $X_1 > \max\{B\beta_1, C\gamma_1\} + A\alpha_1$, $X_2 > \max\{B\beta_2, C\gamma_2\} + A\alpha_2$, 则 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$ 。此时额定载重量X吨的车辆的空驶浪费可表示为:

$$cX - cA\alpha_1 - cC\gamma_1 + bX - bA\alpha_1 - bB\beta_1 + bX - bB\beta_2 - bA\alpha_2 + cX - cA\alpha_2 - cC\gamma_2 \quad (5)$$

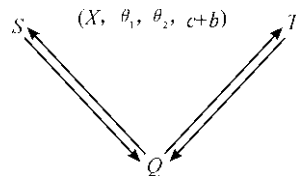


图4 先卸后装模式下中途点停靠运输

计算式(4)和式(5)的差得: $\Delta' = 2X(b+c) - (b+c-a)A\alpha_1 - (b+c-a)A\alpha_2 - 2aA - 2bB - 2cC$

若 $\Delta' < 0$ 时,得

$$X < \frac{(b+c-a)A\alpha_1 + (b+c-a)A\alpha_2 + 2aA + 2bB + 2cC}{2(b+c)} \quad (6)$$

此时引用中途点停靠运输模式比点到点直达模式车辆装载率更高且成本更低。

由于 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$, 因此,当经停车辆的额定载重满足 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{(b+c-a)A\alpha_1 + (b+c-a)A\alpha_2 + 2aA + 2bB + 2cC}{2(b+c)}$,

采用中途点停靠的车辆组织方式较点到点直达形式的车辆组织方式可避免一定的车辆空驶浪费。

车辆在中途点停靠采用只装不卸(只卸不装)模式时,经停车辆的额定载重X满足 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{2aA + 2bB - (a-b-c)A\alpha_1 - (a-b-c)A\alpha_2}{2(b+c)}$,

此时采用中途点停靠的车辆运输形式较点到点直达形式的车辆运输形式可避免一定的车辆空驶浪费;车辆在中途点停靠采用先卸后装模式时,经停车辆的额定载重X满足 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{(b+c-a)A\alpha_1 + (b+c-a)A\alpha_2 + 2aA + 2bB + 2cC}{2(b+c)}$,

此时采用中途点停靠的车辆运输形式较点到点直达形式的车辆运输形式可避免一定的车辆空驶浪费。

所以当干线物流车辆直发模式车辆空驶浪费量大于中途点停靠模式(吨公里)车辆空驶浪费量,且经停车辆额定载重满足一定的条件,则中途点停靠模式是可行的,可减少一定车辆空驶浪费量。

二、实证分析

(一)案例背景介绍

本文以 BS 物流公司快运事业部的干线运输组织为对象进行实证分析,论证区域干线物流结合中途点停靠模式的可行性与实际价值。

BS 快运是百世旗下的知名零担物流品牌。百世快运以信息化管理和服务效率为核心,BS 快运由加盟(网点)+直营(分拨中心)组成。通过武汉、北京、郑州、杭州、广州、苏州共 6 个一级枢纽,配合 13 个二级枢纽、50 个转运中心及 265 个集配站,为不同需求的客户提供标准化的物流服务。

BS 快运在竞争相当激烈的物流行业,BS 快运企业依然面临着车辆空载率高、物流服务质量差、物流成本居高不下等问题。

(二)BS 物流公司干线运输组织方式

BS 物流运输系统示意如图 5 所示,图中,虚线框中的运输路径为干线运输,即货物在分拨中心之间运输。根据实际调研可知,现在 BS 快运企业华东

区域的干线运输网络大多数采用点到点直达运输模式,很多车辆在运输过程中装载率不高的情况,极大地浪费了运输的资源,使得物流企业运输成本居高不下,不利于企业提升核心竞争力。由图 5 可以看出,也并不是所有分拨中心之间都有直达车辆。

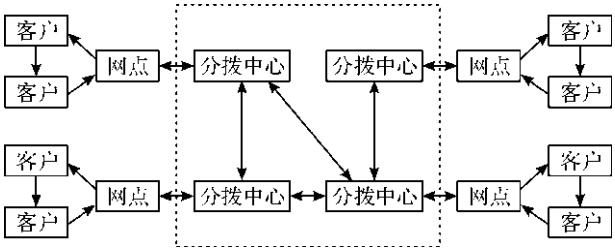


图 5 BS 物流运输系统示意图

此时根据物流系统中运输网络的特点,应当对现行运输网络运输模式做出改进。通过采用中途点停靠模式的运输形式,最大程度提高车辆装载率。实例通过比较中途点停靠模式和直达模式之间空驶浪费量,证明中途点停靠模式的可行性。

对情形 a)的计算实例:以 BS 快运企业为实例在华东区域内任选三个分拨,其中有两个分拨之间无直发车辆。本文获取这三个点之间到发货量、调度车辆型号、分拨之间的距离等作为一组数据,共取 10 组真实数据。通过计算,求出 X 的取值范围,求得结果如表 1 所示。

表 1 只装不卸(只卸不装)模式

线路 序号	线路 (始发点—经停点—目的点)	$PQ(U, x_1, x_2, d)$	X 的取值范围	两种形式差额 (直发—经停)
1	上海—常州—南京	上海—南京(12,0.64,0.99,265) 常州—南京(16,0.74,0.88,148)	不可取	—
2	连云港—盐城—苏州	连云港—苏州(12,0.72,1.00,424) 盐城—苏州(16,0.31,0.48,235)	20~21	677.8
3	宿迁—盐城—上海	宿迁—上海(12,0.44,0.69,477) 盐城—上海(12,0.18,0.44,323)	14~19	4893.6
4	盐城—南通—上海	盐城—上海(12,0.18,0.44,323) 南通—上海(12,0.81,0.86,109)	16~17	375.0
5	南通—嘉兴—杭州	南通—杭州(12,0.48,1.00,228) 嘉兴—杭州(16,0.49,0.56,65)	不可取	—
6	徐州—宿迁—南京	徐州—南京(12,0.39,0.77,415) 宿迁—南京(12,0.60,0.63,297)	18~22	2545.8
7	连云港—淮安—南京	连云港—南京(12,0.53,0.75,377) 淮安—南京(12,0.58,0.85,135)	20~22	1043.2
8	盐城—常州—上海	盐城—上海(12,0.18,0.44,323) 常州—上海(12,0.81,0.88,147)	16~17	111.0
9	盐城—常州—苏州	盐城—苏州(16,0.31,0.48,235) 常州—苏州(16,0.39,0.58,73)	17~19	834.0
10	徐州—盐城—苏州	徐州—苏州(12,0.56,0.83,522) 盐城—苏州(16,0.31,0.48,235)	18~19	619.1

由表1的结果可以得出,10组数据中8组数据解是可行的。以连云港、盐城、苏州三个分拨中心为例,其中连云港与苏州分拨中心之间车辆相互直发,现插入一个经停点盐城分拨,其中盐城分拨中心只与苏州分拨存在直发车辆。由 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{2aA+2bB-(a-b-c)A\alpha_1-(a-b-c)A\alpha_2}{2(b+c)}$, 可得 $20 \leq X < 21$, 即可采用中途点停靠运输模式承担连云港—苏州分拨中心间的货物运输,同时中途停靠盐城分拨带货。此种模式较直达运输模式可减少一定的车辆空驶浪费,此时应采用额定吨位在20~21 t的车辆。同时,其他几组线路也都满足条件,得出的解为可行解。也就是说,一般情况下,点到点直达运输模式下车辆存在空载的情况,我们都可以选择一个分拨经停带货。

其中有两组数据解是不可行的,以该快运企业上海、常州、南京三个分拨中心为例,其中上海与南京分拨中心之间车辆相互直发,现插入一个经停点常州分

拨,其中常州分拨中心只与南京分拨中存在直发车辆。

由 $X < \frac{2aA+2bB-(a-b-c)A\alpha_1-(a-b-c)A\alpha_2}{2(b+c)}$,

可得 $X < 195$; 由 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$, 可得 $X \geq 26$ 。

可见,当 X_1 或 X_2 接近满载时, X 无解,则直发运输模式无需改成中途点停靠运输模式。

区域干线物流车辆两点直发的模式下,车辆空驶浪费量大于中途点停靠模式(吨公里),说明在只卸不装或只装不卸模式下,车辆在中途点停靠模式是可行的,可减少一些车辆空驶浪费。但是当直发车辆往返装载率有一者都接近满载时, X 不在取值范围内,则直发运输模式无需改成中途点停靠运输模式。

对情形b)的计算实例:以BS快运企业为实例在华东区域内任选三个分拨,三个点之间相互有直发车辆。本文获取该企业三个点之间到发货量、调度车辆型号、分拨之间的距离等作为一组数据,共取10组真实数据。通过计算,求出 X 的取值范围。求得结果如表2所示。

表2 先卸后装模式

线路 序号	线路 (始发点—经停点—目的点)	$PQ(U, x_1, x_2, d)$	X 的取值范围	两种形式差额 (直发—经停)
1	淮安—合肥—杭州	淮安—杭州(12,0.53,0.83,468) 合肥—杭州(12,0.59,0.74,417) 淮安—合肥(16,0.31,0.75,352)	22~25	3574.3
2	上海—苏州—杭州	上海—杭州(12,0.61,0.66,154) 苏州—杭州(12,0.10,0.72,181) 上海—苏州(16,0.29,0.56,87)	17~24	3444.8
3	上海—嘉兴—杭州	上海—杭州(12,0.61,0.66,154) 嘉兴—杭州(16,0.49,0.56,65) 上海—嘉兴(12,0.48,0.74,102)	17~25	2743.6
4	上海—常州—南京	上海—南京(12,0.64,0.99,265) 常州—南京(16,0.74,0.77,148) 上海—常州(12,0.89,0.93,147)	不可取	—
5	连云港—南京—苏州	连云港—苏州(12,0.72,1.00,424) 南京—苏州(12,0.92,0.92,192) 连云港—南京(12,0.53,0.75,377)	不可取	—
6	宿迁—南京—杭州	宿迁—杭州(12,0.44,0.62,539) 南京—杭州(12,0.17,0.98,267) 宿迁—南京(12,0.60,0.63,297)	20~24	4229.5
7	宿迁—苏州—杭州	宿迁—杭州(12,0.44,0.62,539) 苏州—杭州(12,0.10,0.72,181) 宿迁—苏州(12,0.53,0.61,404)	20~24	4160.2
8	南京—湖州—宁波	南京—宁波(12,0.23,0.41,244) 湖州—宁波(12,0.18,0.77,221) 南京—湖州(8,0.43,0.50,197)	15~19	3094.4
9	苏州—杭州—宁波	苏州—宁波(12,0.52,1.00,244) 杭州—宁波(16,0.14,0.54,142) 苏州—杭州(12,0.10,0.72,181)	24~25	677.8
10	南京—苏州—宁波	南京—宁波(12,0.23,0.41,244) 苏州—宁波(12,0.52,1.00,244) 南京—苏州(12,0.92,0.92,192)	17~20	2705.6

由表2的结果可以得出,10组数据中8组数据解是可行的。以淮安、合肥、杭州三个分拨中心为例,其中淮安与杭州分拨中心之间车辆相互直发,现插入一个经停点合肥分拨,其中合肥分拨中心与淮安、杭州分拨中心都存在直发车辆。由 $\max\{X_1, X_2\} \leq X < \frac{(b+c-a)A\alpha_1 + (b+c-a)A\alpha_2 + 2aA + 2bB + 2cC}{2(b+c)}$, 可得

$22 \leq X < 25$,即可采用中途点停靠运输模式承担淮安—杭州分拨中心间的货物运输,同时中途停靠合肥分拨带货。此种模式较直达运输模式可减少一定的车辆空驶浪费,此时应采用额定吨位在22~25 t的车辆。同时,其他几组线路也都满足条件,得出的解为可行解。也就是说,一般情况下,在点到点直达运输模式时车辆存在空载的情况,我们都可以选择一个分拨经停。

其中有两组数据解是不可行的,例如:以该快运企业连云港、南京、苏州三个分拨中心为例,其中连云港与苏州分拨中心之间车辆相互直发。现插入一个经停点南京分拨,其中南京分拨中心与连云港、苏州分拨中心都存在直发车辆。由 $X < \frac{(b+c-a)A\alpha_1 + (b+c-a)A\alpha_2 + 2aA + 2bB + 2cC}{2(b+c)}$,

可得 $X < 235$; 由 $X \geq \max\{X_1, X_2\}$, 可得 $X \geq 24$ 。可见,当 X_1 或 X_2 接近满载时, X 无解,则直发运输模式无需改成中途点停靠运输模式。

区域干线物流车辆三点间互相直发的模式下,车辆空驶浪费量大于中途点停靠模式(吨公里),说明在先卸后装的模式下,车辆在中途点停靠模式是可行的,可减少一些车辆空驶浪费。但是当点到点直达车辆往返装载率有一者接近满载时, X 不在取值范围内,则直发模式无需改成中途点停靠模式。

通过对以上两种情形实例计算可知,当分拨之间通过直达运输车辆空载率较高时,在满足一定时效的情况下,可考虑采用中途点停靠模式来提高车辆装载率,降低企业物流成本。

三、结 论

本文针对干线物流运输网络存在车辆装载率较低、运输成本高等问题,在传统的直达运输模式基础上提出“中途点停靠”的运输形式,并针对不同装卸模式,比较点到点直达模式与中途点停靠模式两种运输形式下车辆的空驶浪费量。通过分析中途点停靠模式下车辆额定载重 X 的满足条件,判别快运企业干线物流运输网络结合中途点停靠运输模式的可行性,最后以BS快运企业的干线运输组织方式为

对象加以实证分析。通过计算,求出 X 的取值范围,结果显示,在大多数情况下,采用中途点停靠的运输模式较点到点直达模式可避免一定的车辆空驶浪费,这表明了在大多数情况下以中途点停靠形式改善干线运输网络是可行性及有效的。

本文只分析“中途点停靠”一个分拨的情况,如果“中途停靠”运输模式中经停点过多,不仅大大增加人工成本、车辆的运输成本等各种成本,而且车辆在一个往返线路上多次经分拨停留,考虑到装卸时间、运输时间的增加货物的时效可能会达不到。由此可见,“中途点停靠”物流运输形式的应用有很大的局限性。

参考文献:

- [1] 尹衍波. 现代物流管理教程[M]. 北京:清华大学出版社,2010:3-6.
- [2] 易正辉. 烟草行业物流干线运输优化调度系统设计与实现[D]. 长沙:湖南大学,2015:3.
- [3] 李夏苗,胡思继,朱晓立. 直达货物运输按时送达可靠性的评估方法[J]. 中国铁道科学,2003,24(1):121-124.
- [4] 张廷伦,刘晗. 加强直达运输组织全力推进铁路大客户战略的贯彻实施[J]. 铁道货运,2006(3):11-14.
- [5] 马翌佳. 直达运输模式下物流成本的探讨[J]. 物流工程与管理,2010,32(10):66-69.
- [6] 叶俊,郑栋敏. 长江“江海联运”集装箱运输现状及发展策略[J]. 浙江海洋学院学报(人文科学版),2017,34(2):19-24.
- [7] 李红启,刘鲁. Hub-and-Spoke型运输网络改善方法及其应用[J]. 运筹与管理,2007,16(6):63-68.
- [8] Mahapatra, S. Analysis of routing strategies in air transportation networks for express package delivery services[J]. Style,2005,20(3):295-318.
- [9] Barcos, Rodriguez, Lvarez, et al. Routing design for less-than-truckload motor carriers using ant colony optimization[J]. Transportation Research Part E, 2010,46(3):367-383.
- [10] 孟多. 轴辐式零担运输网络规划研究[D]. 广州:中山大学,2011:22-32.
- [11] 方晓平,何开先,陈维亚,等. 无容量限制的混合轴辐式零担运营网络优化[J]. 铁道科学与工程学报,2014,11(1):126-130.
- [12] Akyilmaz T. Networking policies for hub-and-spoke systems with application to the air transportation system[J]. Transportation Science,2016,29(3):201-221.
- [13] 米奎. 轴辐式零担货运网络运输决策模型研究[J]. 中国市场,2016(41):143-144.
- [14] 郭京生,刘璘. 最小费用最大流模型在运输网络优化中的应用[J]. 现代商贸工业,2015,36(17):53-54.

Way station problem in the arterial transport line of express enterprise

HU Jueliang^a, YAN Rong^b

(a. School of Sciences; b. School of Economics and Management,
Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Under the traditional through transport mode, the vehicle loading rate is low and the transportation cost is high. On the basis of the traditional transportation mode, this paper puts forward the transportation mode of way station for two loading patterns: single loading (single unloading) and unloading before loading. The feasibility analysis on transportation mode of way station was conducted, and the applicable conditions under the two patterns were given. BS Express Enterprise was used as the example for analysis according to practical data. The two patterns were compared. The results show that in most cases, the transportation mode of way station is less empty driving waste than the traditional mode of through transport.

Key words: arterial transport line; through transport; way station

(责任编辑: 钱一鹤)

基于复杂网络视角的网络图书广告鲁棒性分析

吴丹¹, 赵江²

(1. 浙江理工大学科技与艺术学院, 浙江 上虞 312300; 2. 浙江财经大学工商管理学院, 杭州 310018)

摘要: 网络图书广告传播系统依托于企业、用户的分布范围以及用户分享等形成庞大的复杂网络。该复杂网络的受众不再是广告信息的被动接受者而是信息传播的主动参与者。用户的参与包括主动干扰和攻击可能导致广告传播系统的效率和传播质量的下降,甚至功能的丧失,即鲁棒性问题。通过分析级联失效模型及其失效的三个阶段,给出网络图书广告传播所在网络的鲁棒性度量方法。研究表明:网络图书广告的鲁棒性更多体现在重要节点间的自由连接,针对重要节点进行有效的保护对广告传播效率和传播质量的效果比针对所有节点进行保护的效果更好。

关键词: 网络图书广告;复杂网络;鲁棒性;级联失效;节点

中图分类号: G206.3

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0119-06

图书广告作为一种重要的广告类型,自宋朝活字印刷术后形成雏形^[1]。民国时期,图书广告在宣传手段及艺术表现上都彰显出独特的魅力^[2]。改革开放后,图书广告的传播模式和宣传类型亦有所变革,更多地利用图书自身和作者签名售书等进行广告宣传^[3-4]。由于互联网在图书销售和传播过程中得到广泛应用,这对整个图书产业的销售模式也产生了新的影响。以亚马逊和当当为首的网络图书电子商务企业发展迅速,以网络作为传播媒介的网络图书广告也随之蓬勃发展。

随着图书广告市场竞争的日益加剧,单纯地依托于“线下”图书销售的企业难以生存和发展,故企业需要建立相应的网络图书广告传播系统,更多地将图书销售转至“线上”。该传播系统通常依托于企业、用户的分布范围以及用户之间的共享关系形成一个庞大的广告信号传播网络。这一网络体系随着用户数量、分享内容、传播时间等的变化而进一步增大,呈现出高度复杂性,故称之为复杂网络^[5]。其最早的研究源于 Stanley 对不同用户关联的六度空间理论^[6]。1999年,Barabási 和 Albert 首次提出了无

标度复杂网络模型,并研究了网络不同元素间的连接规律,用“顶点集”概念表示网络中具体的可以辨别的实体元素的集合,并将集合内的元素称为网络的“节点”,各个节点间通过直接或间接的相互作用实现信息传播^[7]。此后,复杂网络的理论研究逐步运用到其他社会科学领域。而在图书广告传播系统中,各个节点也通过复杂的链接最终形成庞大的复杂网络。其中,图书出版企业、网络图书中介(转销商、代理商等)、图书购买客户分别代表该网络系统中的分层节点,节点间的连线则反映了广告信息的流动路径,体现了它们的相互作用。通过网络广告传播系统,将图书广告信息和复杂网络各层级节点链接组织在一起,通过广告信号的非线性流动,使得网络图书广告内容和出版企业、购买客户之间形成了紧密的关联性。

一、复杂网络及其鲁棒性

复杂网络强调以拓扑结构为基础综合分析系统功能^[8]。其在网络部分结构失效后对整体网络结构和功能的影响,称为网络的鲁棒性(Robustness)^[9]。

收稿日期: 2017-10-18 网络出版日期: 2018-03-28

基金项目: 浙江省自然科学基金项目(LY18G020015);浙江省高等教育课堂教学改革研究项目(kg20160580);浙江理工大学科研项目(KY2016005)

作者简介: 吴丹(1982-),女,浙江杭州人,讲师,硕士,主要从事新媒体广告方面的研究。

通信作者: 赵江, E-mail: woshiweimo007@126.com

“鲁棒性”的研究对理解复杂网络传播机理、节点间关系具有重要理论意义。此外,加强复杂网络对外环境的防御特性,提高其整体效用还具有较大的实际应用价值。在现实中,许多复杂网络系统都对外界突发性事件产生的错误表现出极大容忍性,如复杂交通网络具有较高的鲁棒性:当外界或内在原因导致该网络结构中的某一环节产生局部故障时,相应网络节点的信息交换能力却未出现显著性下降,网络的整体信息传播功能仍然较为完整。针对复杂网络结构和功能关系,Kwon等^[10]利用关联分析研究鲁棒性和反馈结构,发现无标度网络的反馈结构较多,其鲁棒性较高。类似的,Ash^[11]通过优化算法分析复杂网络的具体结构,研究表明:鲁棒性和网络的最大路径长度、聚类 and 模块性等密切相关。针对鲁棒性和具体攻击方式,Gao等^[12]发现当直接攻击网络的居间中心性时,整个网络可能被摧毁,这种对居间性的“随机攻击”与鲁棒性密切相关。Albert等^[13]运用“随机障碍”和“蓄意攻击”策略分析随机网络(ER模型)和无标度网络(BA模型)的鲁棒性差异,发现无标度网络面对“随机障碍”的鲁棒性更强。在社会网络研究中,赵莉等^[14]通过对企业组织的抽象,积极寻找复杂网络的演化规律,分析针对外部的“随机攻击”和“蓄意攻击”情况下该企业组织的鲁棒性及其差异。

可见,鲁棒性与复杂网络连结的“边”、“节点”以及相互联系形成的网络功能密切相关。目前,针对鲁棒性研究较多采用建模分析手段,考虑不同外部环境攻击类型下的网络适应能力和恢复能力,然而从社会网络传播视角结合信息流通路径的建模研究较少。由于社会复杂网络受到外界因素影响的范围和作用更大,其接受到外部攻击后的恢复能力和信息传播效率变化等成为研究的重点。在信息化和不确定环境下,网络图书广告的传播缺乏抵御随机攻击和来自传播节点恶意破坏的能力,当某一评论攻击该网络图书广告时,若能保证该网络图书广告传播效果持续、稳定,并能按照预期目标通过网络层级向子节点有效传播,防范相关的传播攻击行为,则表明该网络图书广告传播系统具备良好的鲁棒性。因此,研究网络图书广告传播过程的随机攻击和抵御风险的鲁棒性,对于提高网络图书广告的传播效果,保障网络图书广告在受到各种突发性事件的稳定性具有十分重要的作用。其实质在于将复杂网络的相关理论应用于社会科学研究,分析图书广告传播过程中的相关“节点”在受到外部环境的攻击后,整个

图书广告网络的传播质量和传播效率变化情况以及整个网络抵御外部风险的能力。

二、网络图书广告系统的传播特性

不同于一般的复杂网络,网络图书广告的传播系统是利用网络投放平台将图书信息传递给互联网用户的广告运作方式,其传播主体、传播路径和传播内容不仅依托于物理网络,而且依托于广告信号传递过程中形成的复杂人际网络。从传播主体来看,图书广告中信息数据的传播主体是人,不同的人形成不同的传播“节点”,通过人与人的信息沟通和共享来实现图书信息的传播,故网络传播的广告信号在一定程度上反映了人际关系和社会交互的时空特性。

从传播路径来看,该网络的信号传递依托于具体的媒介位置,融合了人们对于图书品类购买的在线体验和分享内容,以物理网络为依托连通了虚拟的社会空间,通过各个传播节点形成复杂的信号流向路径,随着网络图书广告沿节点的不同路径逐层向用户传播,该网络会依托图书广告的传播范围而得到增强,形成一个遍布全国乃至全球的传播网络。信号的多层级流动和人际间信号的反馈最终形成了混合的社交空间。

从传播内容和过程来看:在网络图书广告形成的传播系统中,网络图书广告的受众不是被动接受者。相反,他们会主动寻找信息,选择信息,并对感兴趣的信息进行更深入的接触。此外,受众能进一步了解产品更详细的信息,并通过咨询、分析,随时反馈接收到广告后的感受。这表明:随着信号的反馈和信息传播层级的增多,网络图书广告的“传播节点”不断生成新的传播内容,并向其他节点进行传播。

网络受众对广告信息传播的主动参与已成为影响复杂网络信号传播的一种“不确定因素”。即用户可能主动对该传播网络进行侵扰或攻击,具有一定的潜在危害性。一方面,由于主动攻击造成广告传播信号失真,可能影响图书广告的传播效率和传播质量;另一方面,由于增加了复杂网络中传播主体的信息反馈和分享,可能影响图书广告的传播方向和传播路径,最终沿着整个图书广告传播网络进行扩散:特别是当其中某个节点在遭受外部用户的攻击时,有可能对其它传播节点造成损害,从而影响到其它各个节点评论者给予的评论或信息共享,最终导致图书广告传播系统的部分或全部功能丧失(系统崩溃)。

三、级联失效模型及其鲁棒性介绍

当出版商投放的网络图书广告经过多层路径流向消费者过程中,广告信号随传播层级的递增而不断增强,信号的传播呈现级联放大和反馈效应^[15]。网络图书广告的级联放大效应使得广告信号的传播覆盖程度随着复杂网络层级的增加而逐步扩大,而反馈的结果导致网络信号呈现逆向的动态整合效应,每一层网络信号都会反向流向原有的网络层级,并适度降低信号强度,最终影响网络信号传播的有效性。当网络承载功能在多层流向消费者过程中降低或失去原有效果时,称之为级联失效。目前对复杂网络鲁棒性研究关注于其抗毁性传播。一般而言,毁坏复杂网络的结构和功能主要包括两种方式:蓄意传播破坏和随机传播障碍^[16-17]。因此,构建网络图书广告的级联失效模型是分析网络信号传播的基础,而通过分析级联失效过程对于理解级联失效模型,分析网络图书广告传播形成的复杂网络鲁棒性具有重要意义。

(一)级联失效模型

1. 蓄意传播破坏

外界环境某一要素对网络图书广告传播过程中的重要传播节点进行恶意攻击,致使节点丧失或部分丧失相关的信息传递功能,并导致层级信息传播障碍。结合杨剑军等^[18]对鲁棒性的研究,本研究考察了蓄意攻击或诋毁对网络图书广告传播的影响,分析该网络的承载功能是否能正常进行。以经管类图书《货币战争》为例,在亚马逊网站上的图书详情中有:编辑推荐、媒体推荐、作者简介、目录、序言、后记、文摘。读者评价4颗星。在传播过程中,有受众尖锐指出“经济学不是廉价阴谋小说”,而在豆瓣读书上的评价仅为7.3分,受众负面评价较多,如“书一般,想吸引门外汉的眼球,真正的内行人看了也就一笑了之。其实书中的论点一点也不新鲜……作者只是对相关经济现象进行描述,而未对内容做出实质性的定量分析。而且更可笑的是书中的很多论据非常不扎实,推理不严谨,想当然的人物心理描写和引言比比皆是,实在难令人信服。”这些负面评价的结果,导致该图书广告传播受到很大限制,该图书也受到读者的冷遇。

2. 随机传播障碍

随机选择网络图书广告形成的任意节点,因为节点自身的故障而导致网络传播失效。本研究考察了网络图书广告在传播过程中由于自身原因导致传

播出现障碍,考察网络承载功能是否正常进行。以国内第一本精神病人访谈手记《天才在左,疯子在右》为例,它在全球最大的中文网上书店当当网上的销售情况并不理想,商品评论还不到10条。该书在当当上的商品详情为目录、作者介绍、内容介绍、编辑推荐、媒体评论、在线试读,并且全是纯文字的介绍。而同期亚马逊在推荐这本图书时就增加了对作者高铭的视频专访;在天猫书城则除了视频外,还增添了陈乔恩在真人秀节目中大力推荐的视频截图,以及平面广告和改编成电视剧之后的剧照和海报。虽然图书传播过程都依次为“网络接触——媒介印象——受众”,但由于在当当网的图书广告并未尝试从试、听、明星推荐等多角度来吸引受众的关注,因此传播效率不高,图书在传播过程中也未得到读者的有效反馈,导致其销量远远落后于其他图书网站。

通过分析两种类型的级联失效模型,并进一步考虑了移除的网络节点数量变化、节点信息变化以及网络节点容量值变化对鲁棒性的影响。结果发现:

a)当网络图书广告所在的复杂网络节点移除数量逐步增加时,其鲁棒性则呈现反方向变化,并且下降的速率与网络的广度参数成正比,即广度参数越大,下降速率越大,传播效率越受影响。这表明:鲁棒性的下降速率在不同的攻击模式下有所差异,其中,随机攻击对鲁棒性的下降影响较少,而蓄意攻击则严重影响到网络图书广告所在的复杂网络稳定性和传播效率。这提示我们应当防范针对网络图书广告传播的蓄意攻击。

b)节点信息与复杂网络的鲁棒性密切相关,对部分节点信息予以隐藏,较大程度上避免了节点的暴露风险,避免该网络受到外部攻击,有利于提高复杂网络的鲁棒性。相反,如果部分关键节点信息予以暴露,则该网络较为脆弱,其鲁棒性将显著性下降。在网络图书广告传播形成的复杂网络中,信息传播涉及到企业、中间商、图书购买客户等不同节点,受限于成本和技术手段等,企业难以针对所有节点进行完全信息保护,而针对关键节点的保护则有效提高了复杂网络的鲁棒性,其广告信息的传播效率和传播质量将得以显著提升。这提示我们应当对网络图书广告传播的重要节点进行相应的保护。

c)网络节点容量值较小时,节点级联失效严重,而当网络节点容量值较大时,节点的信息储备能力和传播能力有所提高,鲁棒性的增强使得复杂网络的局部容错能力随之增强,从而能有效对级联失效带来的问题。然而,当网络节点容量极大时,虽然

局部容错能力随之增强,但节点间的传播效率有所下降,使得网络整体的鲁棒性并未得到显著增强。这表明在网络图书广告传播过程中不能一味追求过高的传播节点。相反,应当在一定范围内控制节点数量。这提示我们应当控制网络图书广告的传播节点的规模数。

根据级联失效模型可知:网络图书广告的传播失效需要节点间的相互关联,节点信息和鲁棒性密切联系,相关信息负载随着复杂网络的层级和传输时间而变化。时间越长,信号传输难度就越大。因此,需要根据级联失效模型进一步考虑其具体的失效阶段和信号传输变化。

(二)级联失效的过程

事实上,由于图书广告信息在网络传播中是随着网络层级的递增而放大,故网络图书广告传播的失效并非直接呈现,而是受到网络的缓冲效应,逐步显现出来。我们利用 Matlab 2012b 软件对网络图书广告传播过程进行仿真模拟:对图书广告的网络样本所接受的蓄意传播破坏和自身传播障碍等进行了模拟分析,运用随机等概率抽样法,选择一个节点作为初始节点,随后将该节点及其与该节点链接的边删除以验证该图书广告网络的信息传播效能,即鲁棒性的变化。类似的,再随机抽取相关节点并重复验证模拟不同外环境对该图书广告网络的攻击。在分析网络节点受到影响时的网络传播效率变化,结果发现网络图书广告的级联失效过程包括了以下三个阶段:

1. 稳定工作阶段

网络图书广告的传播虽然受到来自网络某个节点处的攻击,但整个网络的功能保持正常,各个部分都在其工作负载范围内正常运行,呈现较强的鲁棒性,并未凸显出具体问题。由于稳定工作阶段的出现,所以网络图书广告传播在遇到问题时往往难以及时发现。故在网络图书广告传播过程中应及时分析网络节点的传播效率,如2016年7月热播《幻城》电视剧时再版的《幻城》小说,其在网络的短评、读者反馈并未随电视剧的热播而显著增加,这就表明相关的网络图书广告传播效率并未显著性增强,这就需要图书出版商及时调整网络图书广告策略,提高其传播效率。

2. 负载传播阶段

当网络图书广告的某个传播实体受到外部攻击时(如网络图书广告的内容或形象受到传播个体的针对性负面评论时),通往新节点的信息必须重新选

择传播路径,这种信息分流会对网络图书广告传播路径产生负面影响。一般而言,节点的信息处理能力应当与信息总量相适应。如果某一节点的信息处理能力低于信息总量时,该节点的传播功效将受到抑制,甚至导致该节点失去相应的传播能力,而多余的信息量也只能通过其他连节点予以传播。这一过程往往呈现突发性,短时性,爆发力强,在很短的时间内就达到传播效应的顶点。这一阶段相比其他阶段,网络图书广告的信号传递效率和传递质量发生了巨大变化,这是复杂网络的鲁棒性变化的最重要阶段,这就要求网络图书广告发布时要及时发现信号负载问题所在,及时处理以避免广告信号出现“断崖式”下降,最终影响图书广告的有效传播。

3. 级联失效阶段

网络图书广告的级联失效与两种传播情况有关:其一由于传播网络连接障碍,传播主体依次失去效能,复杂网络的信息流通受到严重影响,节点传递信号的能力丧失,最终导致信号传递的终止。其二是网络广告传播失效范围相对有限,一般仅在部分用户层面产生,故该网络最终产生“自组织平衡”。由于图书的生命周期相对较长,虽然网络图书广告的传播导致网络失去一定的工作能力,但图书的销售依然会在很长时期内保持相对稳定的趋势。一旦广告信号进入这一阶段,图书广告的传播也将进一步陷入低谷,很难再通过其他手段恢复相应的信号传递。而对网络图书广告发布而言,应当尽可能采取措施延缓图书广告传播的失效终结阶段,才能有效提高广告的信号传递。

可见,级联失效的过程与鲁棒性密切相关,在每个阶段,网络图书广告的传播信号都可能受到节点外的信号干扰,从而影响复杂网络图书广告的传播效率。故需要寻找鲁棒性的具体度量模型以分析其传播特性。

(三)鲁棒性度量方法

在一般的复杂网络中,常用“连通性”指标分析复杂网络的抗外部环境的干扰程度,即将受到随机蓄意攻击或随机故障时的鲁棒性用网络连接属性予以测量。而网络图书广告所在的复杂网络具有人际网络和物理复杂网络的双重特性。因此,为衡量级联失效对整个网络图书广告传播的破坏性,本文用网络效率函数 $E(G)$ 来度量网络图书广告传播的鲁棒性^[17]。构建网络图书广告传播的鲁棒性度量模型如下所示:

$$E(G) = \frac{1}{N(N-1)} \sum_{v_i \neq v_j \in V} \frac{1}{d_{ij}}.$$

其中:参数 N 定义为复杂网络的节点数量;参数 d_{ij} 代表节点 i 和节点 j 间网络图书广告的传播距离。因变量 $E(G)$ 表示所有网络图书广告传播过程延时的平均值。故由该模型可知,网络传播效率和节点数目以及广告节点间的传播距离呈反比。这实质上反映了网络图书广告的传播效率依托于复杂网络各相应节点,并与网络间距离和其承载内容有关。

根据网络自身的承载内容差异,可以将复杂网络的鲁棒性分为静态鲁棒性和动态鲁棒性。

1. 静态鲁棒性

在图书广告向受众的传播过程中,如果将某些相关节点从网络中予以删除,该传播网络不需要对广告信息流重新分配,并且原有的网络功能未受到显著性影响,则该网络具有静态鲁棒性。静态鲁棒性实质上反映了某些网络图书广告自身具有较强的容错性,这类网络图书广告承载内容抵御外部风险能力较强,受到外界环境影响很小,一般宣传的是读者群相对固定、图书销量变化不大的一类图书,如诗歌集、散文、文艺类图书等。

2. 动态鲁棒性

当图书广告在传播过程中,如果删除了某些节点,该网络需要对广告信息进行重新分配,经过动态平衡后,网络的基本功能仍然得到维持,则表明该网络具有动态鲁棒性。动态鲁棒性实质上反映了网络图书广告在传播中的动态级联特性。这类网络图书广告一般宣传的则是读者群变化较大,图书销售量与读者口碑密切结合的一类图书,如畅销小说类。此时,更需要采取必要的广告传播策略加强对重要节点的优化,避免网络图书广告的级联失效造成的负面影响。

四、结 语

网络传播的广告信号在一定程度上反映了人际关系和社会交互的时空特性。网络图书广告的受众,可全方位地了解产品更为详尽的信息,并对该信号传播进行主动参与,影响了网络的稳定性——鲁棒性。本文针对网络图书广告传播过程的鲁棒性进行了研究,考虑了网络图书广告传播过程中由于某个节点失效,其他广告信息传播节点将可能受到影响。首先,构建基于复杂网络的节点级联失效模型及其失效的不同阶段对网络图书销售的影响;其次,利用网络效率函数给出网络图书广告传播所在网络

鲁棒性的度量方法,阐明了静态鲁棒性和动态鲁棒性的区别。相关研究有助于理解复杂网络攻击模型和级联失效模型中相关参数变化对网络图书广告传播的鲁棒性影响。

根据本研究模型:在图书广告形成的复杂网络中,针对所有节点进行保护将加大企业的额外开支,且对网络鲁棒性影响程度有限。相反,某些重要节点的信息保护则对广告传播效率和传播质量起促进作用,对网络鲁棒性至关重要。这表明:a)一方面,需要对重点人群的信息传播加强监管力度。另一方面,在信号传递过程中,对不同节点应当采取不同策略,特别是针对重要节点的宣传应采取“传播信号增强”策略。b)信号的传播增强可能导致网络级联失效。因此,需要进一步优化网络层级和传播参数以避免网络级联失效。总之,本文对网络图书广告的鲁棒性的度量和分析提供了一种新的研究思路,通过构建网络级联失效模型和鲁棒性度量模型,阐明了网络图书广告传播过程可能遇到的潜在风险及其应对措施^[19]。本研究对于深入理解社会复杂网络中人际传播效率、传播质量乃至传播机制等起到促进作用。未来将通过定量分析和定性分析相结合的方法进一步研究鲁棒性的具体变化值对图书广告传播的影响,深入研究网络图书广告的传播机制。

参考文献:

- [1] 胡发强. 明代书坊广告类型及其创意设计[J]. 出版与印刷, 2011(4):19-22.
- [2] 刘佳佳. 民国图书广告艺术初探[J]. 中国出版, 2014(6):67-70.
- [3] 孟讲儒. 图书广告宣传策略分析[J]. 中国出版, 1997(12):23-24.
- [4] 寇泽梅. 图书广告如何选择媒介[J]. 青年记者, 2010(8):61-62.
- [5] 田占伟. 基于复杂网络的微博信息传播研究[D]. 哈尔滨:哈尔滨工业大学, 2012.
- [6] Milgram S. The small world problem[J]. Psychology today, 1967, 2(1):60-67.
- [7] Barabási A L, Albert R. Emergence of scaling in random networks[J]. science, 1999, 286(5439):509-512.
- [8] 陆靖桥, 傅秀芬, 蒙在桥. 复杂网络的鲁棒性与中心性指标的研究[J]. 计算机应用与软件, 2016, 33(4):302-305.
- [9] 毛凯. 复杂网络结构的稳定性与鲁棒性研究[J]. 计算机科学, 2015(4):85-88.
- [10] Kwon Y K, Cho K H. Analysis of feedback loops and robustness in network evolution based on Boolean models[J]. BMCbioinformatics, 2007, 8(1):430.

- [11] Ash J, Newth D. Optimizing complex networks for resilience against cascading failure [J]. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 2007, 380: 673-683.
- [12] Gao L, Li M H, Wu J S, et al. Betweenness-based attacks on nodes and edges of food webs[J]. *Dynamics of Continuous Discrete and Impulsive System Series B*, 2006, 13(3/4): 421.
- [13] Albert R, Jeong H, Barabási A L. Error and attack tolerance of complex networks[J]. *Nature*, 2000, 406 (6794): 378-382.
- [14] 赵莉. 基于复杂网络视角的企业组织鲁棒性分析[J]. *统计与决策*, 2013(15): 174-177.
- [15] 吴丹, 赵江. 双向级联反馈模式的网络图书广告传播机制和策略[J]. *浙江理工大学学报*, 2016, 36(4): 361-365.
- [16] 秦效宏, 黄光球. 基于复杂网络理论的企业营销网络鲁棒性分析[J]. *商业研究*, 2010(11): 68-71.
- [17] 张超, 张凤鸣, 王瑛, 等. 基于复杂网络视角的航空通信网络鲁棒性分析[J]. *系统工程与电子技术*, 2015, 37(1): 180-184.
- [18] 杨剑军, 战洪飞, 黄利民. 知识传播复杂网络的鲁棒性研究[J]. *科技进步与对策*, 2010, 27(13): 10-12.
- [19] 孙昱, 姚佩阳, 张杰勇, 等. 基于优化理论的复杂网络节点攻击策略[J]. *电子与信息学报*, 2017, 39(3): 518-524.

Robustness analysis of network book-ads based on the view of complex network theory

WU Dan¹, ZHAO Jiang²

(1. Keyi College, Zhejiang Sci-Tech University, Shangyu 312300;

2. School of Business Administration, Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou 310018)

Abstract: The network book-ads communication system forms a large complex network by depending on the distribution range of enterprises and consumers as well as users' sharing. The audiences of the complex network are no longer the passive information receivers, but the active participants in information communication. The users' participation includes active interference and accusation, which might reduce the efficiency of ad-communication system communication quality, and even the function deficiency, i. e. robustness. This study analyzes the cascading failure model and its three phases, and shows the measuring methods of robustness for the communication of network book-ads. The results indicate that the robustness of network book-ads is more reflected in the free link among critical nodes. Moreover, the important protection of critical nodes shows better practical effect than the equal protection of each node of the book-ads network.

Key words: network book-ads; complex network; robustness; cascading failure; nodes

(责任编辑: 钱一鹤)

基于傅里叶级数拟合的女装图案流行趋势预测

荣 蓉^a,赵丽妍^b,韩曙光^c

(浙江理工大学,a.服装学院;b.国际教育学院;c.理学院,杭州 310018)

摘 要:随着经济全球化的日趋加深,中国服装产业从服装生产大国转型为服装生产强国已是必然趋势。能够快速响应即将发生的服装流行趋势,甚至全球范围内的服装流行趋势将是未来中国服装产业的首要任务。而女装市场又占据着极大的市场份额,因此把握女装市场的流行动向显得十分重要。文章提出了基于傅里叶级数拟合的女装图案流行趋势预测方法,能够有效准确地反映出流行趋势的变化,实现对图案流行程度的定量描述;构建了基于傅里叶级数拟合的数学模型,并以图案为例用实际销售数据进行了验证,对未来女装图案的流行趋势进行了预测。

关键词:傅里叶级数拟合;流行趋势预测;女装图案

中图分类号:J523.5,F425

文献标志码:A

文章编号:1673-3851(2018)04-0125-11

凭借着巨大的人口红利,中国已然成为全球最大的服装购买和制造国。随着经济全球化的日趋加深,中国正积极从服装大国向着服装强国发展,而成为服装强国就需要中国服装产业具备一定引领时尚走向的能力。能够抓住当下的流行趋势,甚至创造流行趋势,将是未来中国服装产业的重要任务。然而,我国的女装品牌总体上在流行趋势方面的预测能力非常薄弱,女装的设计主要是跟随国际一线大牌进行模仿设计,或者依靠设计师的个人设计经验,专业的服装设计企划团队得不到重视,同时由于女装流行趋势方面的数据缺乏,没有数据的支撑使得我国女装行业在流行趋势方面的敏锐度不足。而在我国女装设计要素流行趋势的研究中^[1],对图案流行趋势预测的研究较为少见,并且均是从设计经验的角度对图案流行趋势做出了定性指导,并未有更加准确可靠的定量分析^[2-4]。因此,准确、可靠、实用的女装图案流行趋势预测方法是迫切需要的。

一、流行与服装流行预测概述

(一)流行的定义及相关概念

在心理学中,流行是一种在社会活动中展现出

来的心理现象,代表着某种文化或某些文化的集合。流行是指在特定群体和地区中以一定的时间规律广为传播的文化^[5]。流行的含义包括三个方面^[5]:a)对某种生活模式或标本的追从造就了流行的产生,流行涉及的范围广泛并且有着多样的体现形式;b)对某种生活模式或标本的追从者达到一定数量才能构成流行;c)流行有着显著的时变属性,有些流行会演变成传统。流行的内容根据领域的差别有所差异,但都展现出共同的特征:新奇性、现实性、短时效性、周期性。影响流行形成的因素大致可以分为:a)社会因素。流行会受到社会文化的约束,依靠大众传播工具的宣传,并且需要一定的经济基础。b)心理因素。个体或群体的从众与模仿,个体或群体的求新欲望,个体或群体的自我防御和自我显示都会影响流行的形成,并且追随流行也会存在个体差异。

(二)服装流行预测概述

服装流行预测是对以往和当前服装及其周边事物的流行状态进行分析,并依此用特定方法对未来某个时期的服装及其周边事物的流行状态进行预测^[6]。

1. 服装流行预测的内容

服装流行预测的研究对象通常包括五个方面^[7]:

a)服装轮廓。作为最能够反映流行的特征,轮廓线的改变直观地表现出流行状态的变化。b)结构造型。结构的处理方式体现了流行趋势的特征,合体程度的掌握、分割线条的形状处理、开身变化、袖肩造型等都会随流行趋势的变化而变化。c)材料。由于材料承载了服装的设计,材料的流行先行于服装的流行,面料的色彩、肌理、纹路等都有着明显的流行变化趋势。d)色彩。服装设计师着重于应用色彩的搭配去表达所需的意境,色彩在时装中占据着主导地位,不同时期的色彩应用有着不同的倾向性。e)细节与工艺。在不同的流行季节中,服装的细节都不尽相同,加工过程也会采取不同的工艺。以上所有要素综合在一起所体现出来的风格指示了流行的方向,设计师在进行服装设计时必须有所把握^[5]。

2. 服装流行预测的发布规律和渠道

在服装产业内,通常由专业的预测部门或团体、领先的服装设计生产企业和流行领域的专家等完成服装的流行预测。基本上是按照流行要素-纤维-面料-成衣-销售的流程进行服装流行预测的发布。其中,专业的预测部门或团体主要发布服装设计要素的流行预测,领先的服装设计生产企业同专业的预测部

门或团体合作发布纤维与面料的流行预测,而服装设计、生产机构独立发布服装的生产和销售趋势预测。在国际上,存在着很多著名的服装流行预测机构,国内也成立了不少服装流行预测机构。这些预测机构通常会选择在一些专业预测杂志、专业时尚杂志、专业会展、专业网站等发布其流行预测结果^[8]。

3. 服装流行预测的方法与步骤

在服装流行趋势预测方法中,按照预测方法性质分类可分为定性预测和定量预测^[9]。定性预测是服装流行趋势研究者根据历史和当前服装流行趋势的变化,凭借自身的从业经验和常识,对未来服装流行趋势的发展进行预判,其中包括直觉预测法和流行专家会议预测法^[10];定量预测是服装流行趋势研究者通过对历史和当前服装设计要素的数据进行分析,借助合适有效的数理统计手段和数学模型推算出未来服装流行的发展变化,其中包括流行要素情报预测法、流行要素市场统计分析预测、流行要素偏爱度预测法、流行要素回归分析预测法等方法^[11]。一般来说,服装流行预测的过程,从开始的调研到最后的发布分为如下几个步骤,如图1所示^[12]。

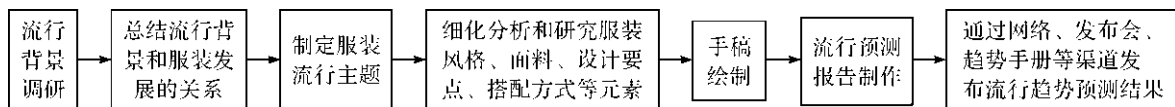


图1 服装流行预测步骤

二、女装图案流行趋势预测模型构建与检验

1. 流行趋势预测模型的选取

在服装流行趋势预测研究中,流行趋势会受很多因素影响,且结合实际的销售百分比数据可知,其趋势具有明显的周期性、非线性等特征。在对流行趋势进行数学建模时,选取合适的拟合方法十分重要,不仅要尽可能准确地反映不同时间点的数据值,还要准确地表征出数据的趋势变化规律。

根据服装流行趋势具有周期变化波动的特点,针对此类周期非线性系统,传统的线性预测方法,如线性回归、时间序列等方法,虽然简单但难以解决非线性预测问题^[13-19]。在非线性拟合方法中,常见的方法有指数法、傅里叶级数法、高斯法、插值法、多项式法、幂级数法等。其中,在服装领域,多项式拟合法较为常用。但是,当预测时间点远离于样本数据时间点时,所得数学模型预测结果会由于高次项的存在而发散,无法有效对于中长期时间点的数据进

行预测。在选取适用于服装设计要素流行趋势预测模型时,不仅要考虑预测值的准确性和精度,还要考虑所选取的模型能否有效地呈现出流行的周期性趋势。

在自然界和实际工程中经常会接触到周期性运动的变量,反映到数学上,就是通常所说的函数的周期性。任何周期函数都可以用正弦函数和余弦函数构成的无穷级数来表示,傅里叶级数拟合便是研究用一些正弦项和余弦项之和去逼近一个函数的函数^[13]。故本文中选取傅里叶级数拟合法作为女装图案的流行趋势预测模型。

散点销售百分比数据可构成平滑曲线且具有明显的周期性,故可用周期函数表示,即

$$f(t) = f(t + kT) \quad (1)$$

式中: T 为周期函数 $f(t)$ 的周期, $k = 0, 1, 2, \dots$ 。

在实际工程中所遇到的大多数非正弦周期函数都是满足Dirichlet条件的^[14],则函数 $f(t)$ 可以表示为

表2 某电商女装品牌2012年1月至2012年9月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2012—1	2012—2	2012—3	2012—4	2012—5	2012—6	2012—7	2012—8	2012—9
条纹	4.87	5.97	5.04	6.03	7.26	8.25	8.04	7.59	6.09
格子	3.02	2.27	1.51	1.31	1.07	0.97	0.91	1.02	1.96
圆点	4.73	6.19	5.57	5.60	5.56	4.91	4.63	3.64	2.78
卡通	0.54	0.56	0.48	0.79	0.81	0.64	0.60	0.47	0.19
花色	3.91	5.49	16.21	18.48	20.82	21.58	21.58	18.74	10.06
字母	0.31	0.36	0.42	0.44	0.71	1.09	0.87	0.55	0.30
纯色	82.14	78.42	68.59	62.67	56.99	55.60	56.19	61.79	75.27
动物纹	0.49	0.74	0.67	1.07	1.00	0.81	0.74	0.59	0.09
人物	——	——	0.05	0.12	0.15	0.26	0.30	0.23	0.11
抽象图案	——	——	0.07	0.24	0.62	0.93	1.01	0.77	0.58
碎花/植物花卉	——	——	1.39	3.23	5.00	4.96	5.12	4.60	2.57

表3 某电商女装品牌2012年10月至2013年6月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2012—10	2012—11	2012—12	2013—1	2013—2	2013—3	2013—4	2013—5	2013—6
条纹	5.07	4.38	3.46	2.52	3.51	5.13	6.02	6.24	7.26
格子	2.69	3.23	3.34	2.78	2.59	1.86	1.78	1.24	1.69
圆点	2.63	2.68	3.28	3.50	3.14	3.14	2.68	3.05	2.87
卡通	0.16	0.16	0.22	0.13	0.15	0.30	0.36	0.43	0.39
花色	6.80	5.92	6.71	9.46	11.22	12.91	13.97	16.81	18.30
字母	0.26	0.23	0.16	0.16	0.25	0.25	0.37	0.63	0.95
纯色	79.72	80.93	80.02	76.66	73.43	67.81	64.15	58.44	54.60
动物纹	0.60	0.64	0.19	0.47	0.28	0.88	0.81	1.04	1.00
人物	0.09	——	0.08	0.18	0.29	0.43	0.27	0.23	0.34
抽象图案	0.48	0.53	0.83	1.48	1.38	0.93	0.89	0.90	1.25
碎花/植物花卉	1.52	1.30	1.72	2.65	3.77	6.36	8.69	10.99	11.36

表4 某电商女装品牌2013年7月至2014年3月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2013—7	2013—8	2013—9	2013—10	2013—11	2013—12	2014—1	2014—2	2014—3
条纹	8.95	8.03	6.18	4.97	3.25	2.47	2.67	3.47	4.34
格子	2.66	2.58	2.81	5.01	6.01	6.08	5.58	4.69	3.33
圆点	2.67	2.32	2.49	3.01	3.05	2.58	2.85	3.78	4.06
卡通	0.47	0.45	0.13	0.15	0.41	1.09	0.60	0.71	0.87
花色	17.85	16.08	8.25	5.87	5.65	7.26	9.55	10.45	12.46
字母	0.97	0.94	0.40	0.40	0.62	0.68	0.61	——	0.66
纯色	52.58	56.88	74.50	76.60	76.29	75.88	72.63	69.22	62.19
动物纹	0.90	0.80	0.12	0.54	0.86	0.13	1.10	1.01	1.78
人物	0.38	0.33	0.14	0.16	0.30	0.45	0.63	0.64	0.54
抽象图案	1.60	1.56	0.84	0.70	0.79	0.80	0.81	0.95	1.92
碎花/植物花卉	10.96	10.02	4.13	2.59	2.77	2.58	2.97	5.08	7.85

表5 某电商女装品牌2014年4月至2014年12月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2014—4	2014—5	2014—6	2014—7	2014—8	2014—9	2014—10	2014—11	2014—12
条纹	6.65	7.28	8.43	9.06	7.31	4.79	3.55	2.00	1.89
格子	2.12	2.28	2.34	2.57	2.68	4.21	5.74	5.75	5.92
圆点	3.03	3.12	2.93	2.78	2.51	2.09	1.92	1.92	2.01
卡通	0.58	0.64	0.63	1.04	0.97	0.77	0.98	0.89	1.05
花色	14.59	15.71	17.25	18.92	17.54	9.49	8.14	7.03	6.77
字母	1.26	1.34	1.28	1.42	1.28	0.72	0.97	1.45	1.24
纯色	57.96	55.57	52.60	49.87	54.75	67.62	69.10	72.80	74.19
动物纹	1.42	1.27	1.23	1.07	1.09	2.03	2.30	2.29	1.92
人物	0.65	0.87	0.92	0.78	0.47	0.69	0.78	1.18	0.96
抽象图案	1.78	1.93	2.03	1.74	1.56	1.47	1.77	1.37	1.45
碎花/植物花卉	9.96	10.00	10.36	10.75	9.83	6.11	4.74	3.32	2.60

表6 某电商女装品牌2015年1月至2015年9月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2015—1	2015—2	2015—3	2015—4	2015—5	2015—6	2015—7	2015—8	2015—9
条纹	2.19	2.66	4.78	7.12	7.24	7.66	7.88	7.77	5.69
格子	6.76	6.02	3.77	2.80	2.71	2.98	2.75	3.21	5.85
圆点	1.94	2.25	2.85	2.46	2.16	1.95	1.63	1.65	1.65
卡通	0.93	0.91	1.09	1.23	1.50	1.58	2.09	1.71	1.39
花色	8.54	10.51	12.66	14.44	16.63	18.08	18.72	16.05	10.37
字母	0.95	1.02	1.48	2.03	2.37	2.48	2.37	1.84	1.09
纯色	71.69	68.34	63.23	59.41	56.08	53.00	51.91	56.81	66.81
动物纹	1.72	1.90	1.92	1.70	1.58	1.43	1.47	1.51	1.75
人物	0.94	1.02	0.81	1.05	1.23	1.32	1.42	1.18	0.89
抽象图案	1.82	2.10	1.80	1.74	1.92	1.91	1.86	1.64	1.13
碎花/植物花卉	2.52	3.26	5.61	6.01	6.58	7.61	7.90	6.64	3.37

表7 某电商女装品牌2015年10月至2016年6月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2015—10	2015—11	2015—12	2016—1	2016—2	2016—3	2016—4	2016—5	2016—6
条纹	3.75	2.68	2.07	2.53	4.14	7.20	9.45	10.77	12.01
格子	7.16	5.99	5.77	5.14	5.13	3.50	3.07	3.17	3.35
圆点	2.18	1.34	1.17	1.47	2.00	1.64	1.30	1.09	1.11
卡通	1.52	1.75	1.32	1.44	1.45	1.39	1.72	1.92	1.40
花色	6.67	5.67	4.85	7.45	9.55	13.14	14.37	16.49	17.39
字母	1.08	0.98	1.03	1.06	2.03	2.52	2.94	2.67	2.33
纯色	71.44	76.58	78.69	75.17	66.51	61.17	58.32	53.73	51.92
动物纹	1.24	0.84	0.76	1.20	1.27	1.09	1.39	1.44	1.54
人物	0.98	0.60	0.44	0.50	0.81	1.10	1.12	1.48	1.18
抽象图案	1.15	1.42	1.95	1.47	1.55	1.19	1.12	1.67	1.68
碎花/植物花卉	2.83	2.16	1.95	2.57	5.56	6.07	5.21	5.57	6.09

表8 某电商女装品牌2016年7月至2017年3月各图案种类服装的销售百分比数据 %

类别	月份(年—月)								
	2016—7	2016—8	2016—9	2016—10	2016—11	2016—12	2017—1	2017—2	2017—3
条纹	15.46	12.20	9.19	5.20	3.66	3.37	3.90	6.48	8.26
格子	4.39	3.52	5.02	5.42	5.35	4.84	4.03	2.84	1.74
圆点	0.83	0.67	1.42	1.31	1.07	0.92	1.33	1.48	1.28

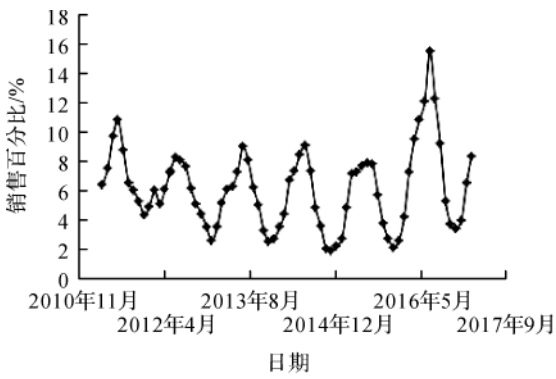
表 8 续

类别	月份(年一月)								
	2016-7	2016-8	2016-9	2016-10	2016-11	2016-12	2017-1	2017-2	2017-3
卡通	0.56	0.85	1.07	1.08	1.01	1.06	1.15	1.30	1.16
花色	24.15	16.63	7.72	6.69	6.03	7.36	8.31	15.41	20.46
字母	1.70	1.67	1.26	1.04	1.02	0.86	1.02	1.58	1.64
纯色	41.38	55.39	68.12	75.03	77.98	77.29	73.91	60.00	52.93
动物纹	1.40	1.04	1.53	0.07	0.58	0.50	1.01	0.98	0.85
人物	0.90	0.69	0.65	0.50	0.38	0.26	0.29	0.79	1.13
抽象图案	1.22	1.36	0.95	1.09	1.05	0.88	0.99	1.31	1.30
碎花/植物花卉	8.00	5.98	3.05	2.57	1.87	2.67	4.06	7.83	9.24

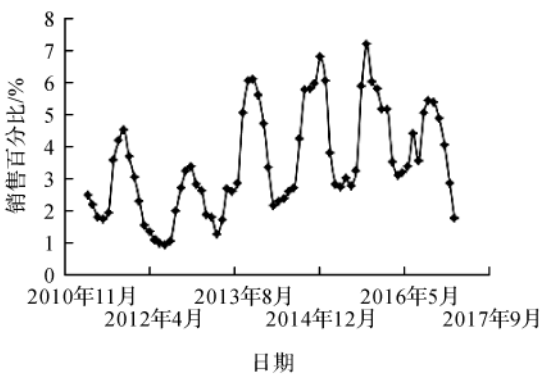
从表 1—表 8 中可以初步获知,每个月中纯色图案的女装销售百分比最高,动物纹、卡通、字母、人物、动物纹、抽象图案以及圆点图案均有过月销售百分比最低的情况,其中人物图案的女装次数最多。从表 1—表 8 中可以看出,纯色图案的女装占据了每月销售百分比的第一位,其百分比的区间为[41.38%, 84.22%],每个月几乎过半的销售量来自于纯色图案的女装。花色图案和条纹图案的女装保持着良好的流行度,两者分别为第二流行和第三流行的图案,且每个月的销售百分比数值较为接近。仅从销售百分比来看,人物图案的女装出现销售百分比最低的次数最多,其销售百分比远远小于其他种类的图案。由于无图案的纯色女装往往是女装中的经典款,月月占据着很大的销售份额。因此,本文规定排序除

第一以外的图案可参与到流行趋势的预测研究中。虽然对纯色图案女装的流行程度没有流行趋势预测的研究意义,但是仍可对其销售量进行预测,为生产商、销售商提供产量、销量估计。

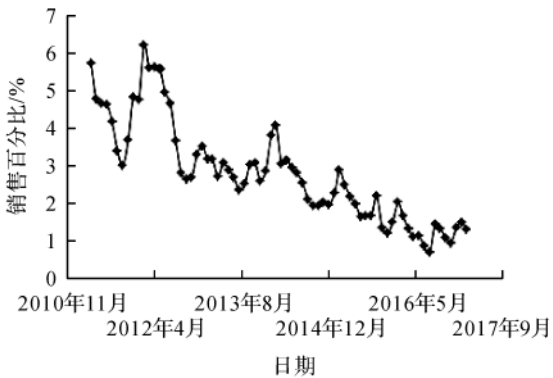
根据表 1—表 8 所示数据,针对不同图案种类女装的销售百分比数据绘制散点折线图,各种类图案的散点折线图如图 2 所示。根据图 2 所示折线图,可将销售百分比变化规律大致划分为两种:第一种情况,变化周期清晰可辨的,其中包括条纹、格子、花色、纯色、碎花/植物花卉 5 种图案种类,该组折线图的变化规律具有很明显的以一年为周期的起伏形状;第二种情况,变化周期不易直接观察的,其中包括圆点、卡通、字母、动物纹、人物、抽象图案 6 种图案种类。



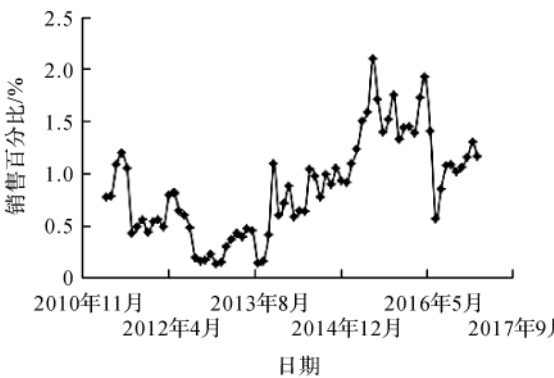
(a) 条纹女装散点折线



(b) 格子女装散点折线



(c) 圆点女装散点折线



(d) 卡通女装散点折线

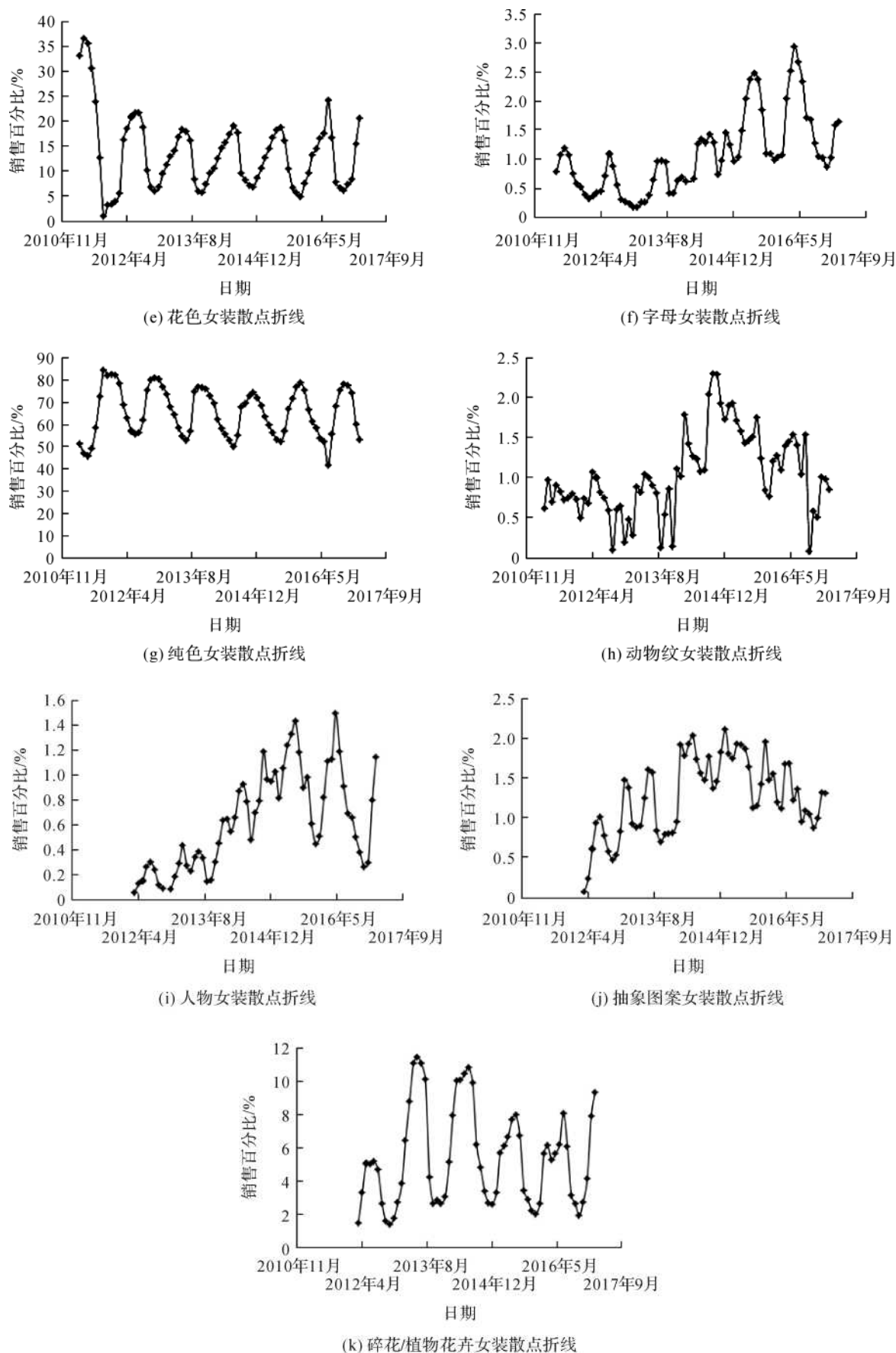


图2 根据不同图案种类女装的销售百分比数据所绘制的散点折线图

在第二种情况中,6种图案的女装销售百分比均在5%以下波动,可认为消费者对这些图案的消费需求往往是随机的、冲动的,在平常的供应中仅需维持少量库存即可,故不适合对其进行图案流行趋势预测。经过以上分析,选取条纹、格子、花色、纯色、碎花/植物花卉6种图案进行流行趋势预测,其销售百分比比较大且具有鲜明的随时间变化趋势。不过从原始数据中可知,纯色的销售百分比虽然也有上升下降的变化规律,但其一直处于每月销售百分比的第一位,无流行程度的变化,故不对其流行的趋势进行研究与预测。

现对第一种情况中的图案流行状态进行分析,图案的流行程度变化遵循低流行-中流行-高流行-中流行-低流行的循环发展。在女装设计中,图案的变化是直接受季节的影响做规律性运动的,根据图2所示的第一种情况的图案折线图也可以发现其有着明显的季节性变化现象。对除了纯色图案以外的第一种情况的图案(条纹、格子、花色、碎花/植物花卉)

的数据进行分析,可以发现每个夏季条纹、花色、碎花/植物花卉图案达到最高流行度,格子图案达到最低流行度,而每个冬季则反之。上述的流行度变化过程在每一年都会反复出现,仅在幅度上有所不同。因此,可以发现女装图案流行变化曲线的周期由春夏季和秋冬季组成,时长为1年,其中条纹、花色、碎花/植物花卉等类型的图案,春夏季达到最流行秋冬季达到最不流行,格子等类型的图案,春夏季达到最不流行秋冬季达到最流行。总而言之,图案的流行变化规律是以秋冬季(或春夏季)的低流行度开始,经过半个周期后达到春夏季(或秋冬季)的高流行度,再经过半个周期以低流行度结束,如此循环。

3. 流行趋势预测模型的构建

参考文献[17]中的实验数据处理方法,现选取条纹图案的女装所有销售百分比数据进行模型构建,自2011年4月至2017年3月的销售百分比数据如表9所示。

表9 自2011年4月至2017年3月条纹类图案的女装销售百分比数据

%

时间(年一月)	2011-4	2011-5	2011-6	2011-7	2011-8	2011-9	2011-10	2011-11	2011-12
销售百分比/%	6.35	7.47	9.68	10.80	8.73	6.46	5.96	5.22	4.28
时间(年一月)	2012-1	2012-2	2012-3	2012-4	2012-5	2012-6	2012-7	2012-8	2012-9
销售百分比/%	4.87	5.97	5.04	6.03	7.26	8.25	8.04	7.59	6.09
时间(年一月)	2012-10	2012-11	2012-12	2013-1	2013-2	2013-3	2013-4	2013-5	2013-6
销售百分比/%	5.07	4.38	3.46	2.52	3.51	5.13	6.02	6.24	7.26
时间(年一月)	2013-7	2013-8	2013-9	2013-10	2013-11	2013-12	2014-1	2014-2	2014-3
销售百分比/%	8.95	8.03	6.18	4.97	3.25	2.47	2.67	3.47	4.34
时间(年一月)	2014-4	2014-5	2014-6	2014-7	2014-8	2014-9	2014-10	2014-11	2014-12
销售百分比/%	6.65	7.28	8.43	9.06	7.31	4.79	3.55	2.00	1.89
时间(年一月)	2015-1	2015-2	2015-3	2015-4	2015-5	2015-6	2015-7	2015-8	2015-9
销售百分比/%	2.19	2.66	4.78	7.12	7.24	7.66	7.88	7.77	5.69
时间(年一月)	2015-10	2015-11	2015-12	2016-1	2016-2	2016-3	2016-4	2016-5	2016-6
销售百分比/%	3.75	2.68	2.07	2.53	4.14	7.20	9.45	10.77	12.01
时间(年一月)	2016-7	2016-8	2016-9	2016-10	2016-11	2016-12	2017-1	2017-2	2017-3
销售百分比/%	15.46	12.20	9.19	5.20	3.66	3.37	3.90	6.48	8.26

预留2017年3月的数据进行检验,将2011年4月至2017年2月的数据导入Matlab中,参考文献[18]中的时间序列分析方法,设时间为X轴,销售百

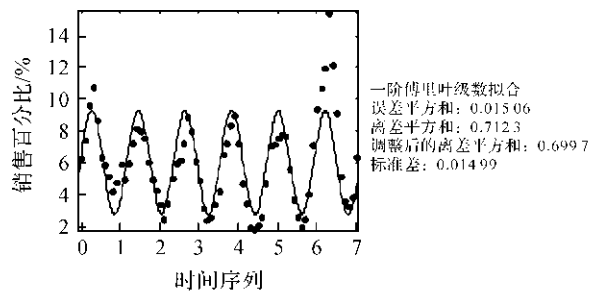
分比为Y轴,2011年4月为时间原点0,2017年3月为7.1,一个月间隔为0.1,并调用Matlab的cftool函数拟合工具箱进行函数拟合。本文分别对2011年4

月至2017年3月条纹图案女装的销售百分比数据进行了一阶至八阶傅里叶级数拟合,其结果如图3所示。从图3可知,考虑误差平方和、离差平方和、调整后的离差平方和以及标准差等统计量和傅里叶级数拟合方程的复杂度^[19],建议选取六阶傅里叶级数拟合方程作为女装图案流行趋势预测模型,其表达式为:

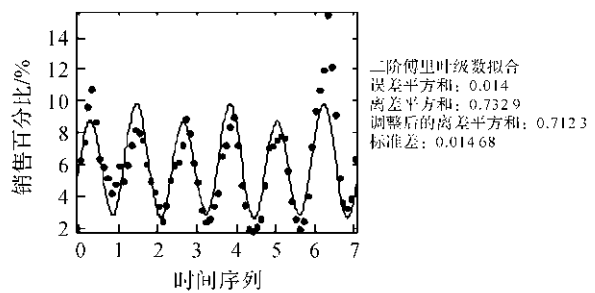
$$f(x) = 0.06053 + 0.01172\cos(0.8807x) - 0.001874\sin(0.8807x) + 0.003147\cos(1.7614x) - 0.006171\sin(1.7614x) - 0.004583\cos(2.6421x) -$$

$$0.002904\sin(2.6421x) - 0.005658\cos(3.5228x) - 0.0003079\sin(3.5228x) - 0.006193\cos(4.4035x) + 0.003016\sin(4.4035x) + 0.003644\cos(5.2842x) + 0.03216\sin(5.2842x) \quad (5)$$

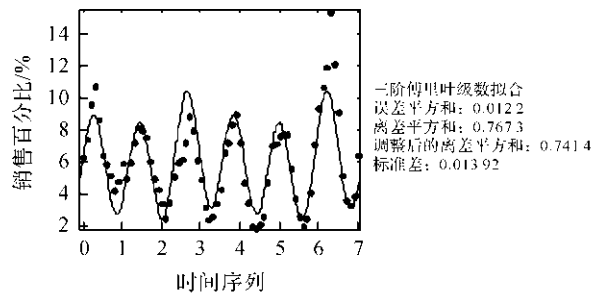
其误差平方和为0.0044、离差平方和为0.9153、调整后的离差平方和为0.8960、标准差为0.0088。总体而言,该六阶傅里叶级数拟合预测模型具有较高拟合度和还原度,可以对流行趋势变化做出很好的描述。



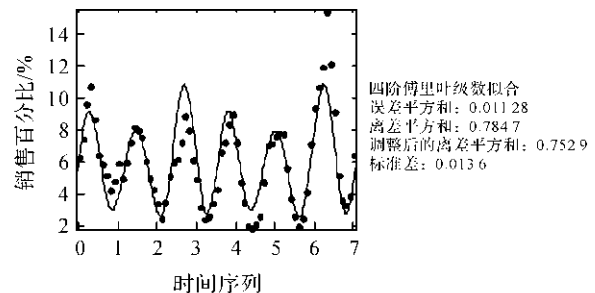
(a) 一阶傅里叶级数拟合



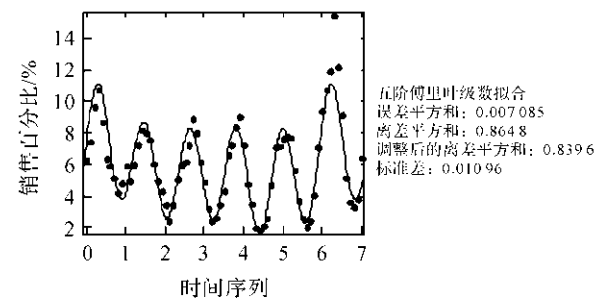
(b) 二阶傅里叶级数拟合



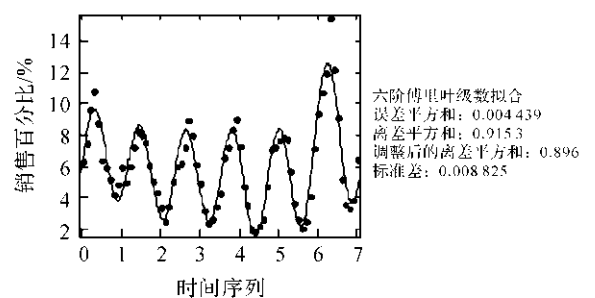
(c) 三阶傅里叶级数拟合



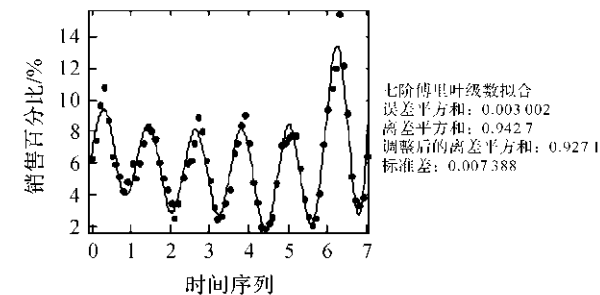
(d) 四阶傅里叶级数拟合



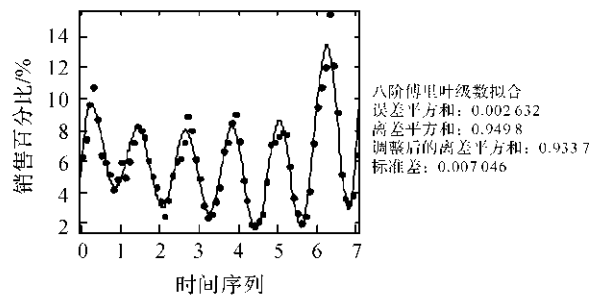
(e) 五阶傅里叶级数拟合



(f) 六阶傅里叶级数拟合



(g) 七阶傅里叶级数拟合



(h) 八阶傅里叶级数拟合

图3 一阶至八阶傅里叶级数拟合结果及相关指标参数

4. 流行趋势预测模型的检验

将预留 2017 年 3 月的数据($x=7.1, y=8.26\%$)与 $f(7.1)=5.71\%$ 比较,误差结果可接受,并且由于采用傅里叶级数拟合的方法,数学模型的趋势预测将会更加准确。从图 2 可知,条纹图案的女装销售百分比在 2017 年 3 月时呈现继续上升的趋势,故可将 2017 年 4 月($x=7.2$)带入 $f(x)$,可得 $f(7.2)=7.32\%$,此结果即为对 2017 年 4 月条纹图案销售百分比的预测值,说明条纹图案的女装逐渐呈现出流行的趋势。由于采用傅里叶级数拟合,其对现有数据的还原度相比于多项式拟合有所降低,但其对流行趋势的走向把握要高于多项式拟合,不易出现随着预测时间点的延伸而导致函数发散的现象。

图 4 为基于六阶傅里叶级数拟合函数所得出的条纹图案流行趋势图,可以看出该预测模型对于周期性的流行变化有着很好的刻画。同样地,表 1—表 8 中所提到的其余种类的图案也可以按照本文中的流行趋势预测模型建立方法,得出每种图案相应的流行预测模型,并且基于这些预测模型可以获得未来某一时刻各种图案的流行状态,将不同图案的流行状态预测数据汇总可以得到完整的图案流行趋势变化规律。

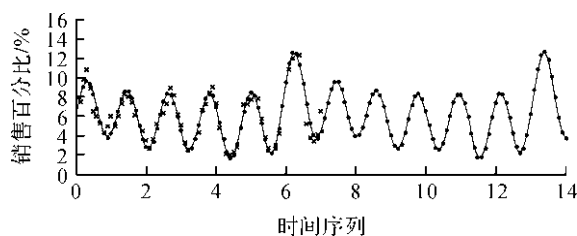


图 4 基于六阶傅里叶级数拟合函数所得出的条纹图案流行趋势图

三、结 语

本文首先对流行及服装流行预测进行了阐述,收集了某电商女装品牌以图案进行分类的销售数据,对销售数据进行了分析归纳,选取了傅里叶级数拟合作为女装图案的流行预测模型,定量构建出了女装图案流行预测的数学表达式,对历史图案数据进行了检验,对未来图案流行趋势进行了预测。本文所提出的方法着重于对于流行趋势的表述,对不同图案的女装销售有一定的指导意义,对不同图案

的女装流行趋势有着准确的预测。基于文中所提出的预测方法,日后随着销售数据样本的不断积累,其预测结果可以变得更加准确。同时,该预测方法可以用于其他不同类别的服装设计要素流行趋势预测中,使得对服装流行趋势的把握更加全面。

参考文献:

- [1] 穆慧玲. 服装流行趋势[M]. 上海: 东华大学出版社, 2016.
- [2] 林琴约. 服装图案流行探索[J]. 浙江纺织服装职业技术学院学报, 2002, 1(2): 21-25.
- [3] 孟萍萍. 服装流行元素的解析与设计应用[D]. 天津: 天津工业大学, 2008.
- [4] 程雅娟. 几何图案对毛衫风格的影响研究[D]. 无锡: 江南大学, 2006.
- [5] Myers D G. Social Psychology[M]. New York: McGraw-Hill Education, 2012.
- [6] 沈雷. 服装流行预测教程[M]. 上海: 东华大学出版社, 2013.
- [7] 邱影. 浅谈服装设计要素[J]. 黑龙江科技信息, 2009 (19): 65-65.
- [8] 杨威. 服装设计教程[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2007.
- [9] 李熠, 吴志明. 服装流行色预测方法及量化思想比较分析[J]. 纺织科技进展, 2006(2): 82-83.
- [10] 宁宣熙, 刘思峰. 管理预测与决策方法[M]. 北京: 科学出版社, 2003.
- [11] 顾雯. 基于波浪理论与预测学方法的国际男装流行色趋势预测研究[D]. 上海: 东华大学, 2012.
- [12] 刘晓刚. 服装学概论[M]. 上海: 东华大学出版社, 2011.
- [13] Zygmund A. Trigonometric Series[M]. Cambridge: Cambridge university press, 2002.
- [14] 文亮. 分数傅里叶变换及其应用[D]. 重庆: 重庆大学, 2008.
- [15] 张小飞, 张效丽. 基于傅里叶模型的服装出口分析及预测[J]. 山东纺织经济, 2012(1): 13-15.
- [16] 丛志鹏, 梁军, 李乃永. 基于傅里叶级数的故障电压、电流的拟合方法[C]//中国高等学校电力系统及其自动化专业学术年会, 2007.
- [17] 张继龙, 甄蜀春, 曹鹏, 等. 实验数据的曲线拟合方法及其应用[J]. 测试技术学报, 2003, 17(3): 255-257.
- [18] Hamilton J D. Time Series Analysis[M]. Princeton: Princeton university press, 1994.
- [19] 周长锋, 龚日朝, 肖国安. 基于傅里叶级数的自然灾害损失预测模型研究: 以湖南省自然灾害经济损失预测为例[J]. 中国安全科学学报, 2009, 19(8): 5-9.

Pattern trend forecast for women's wear based on Fourier series fitting

RONG Rong^a, ZHAO Liyan^b, HAN Shuguang^c

(a. School of Fashion Design & Engineering; b. School of International Education;
c. School of Sciences, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: As economic globalization deepens, Chinese garment industry is now transforming from a large garment producer to a strong garment producer, which is an inevitable trend. Quick response to the upcoming garment trend and even creating a garment trend all over the world will be the primary task for Chinese garment industry. The women's wear occupies a big proportion in the whole Chinese garment industry, so it is very important to grasp the fashion trend of women's wear. This paper presents a trend forecast method for patterns of women's wear based on Fourier series fitting, which can precisely and effectively reflect the variation of trend and quantitatively describe the degree of trend. This paper establishes a mathematical model based on Fourier series fitting, and the model is verified by the actual sale data and used to predict the future trend of pattern of women's wear.

Key words: Fourier series fitting; trend forecast; pattern of women's wear

(责任编辑:任中峰)

基于用户偏好的个性化服装推荐模式研究

胡觉亮^a,王正方^b,韩曙光^a

(浙江理工大学,a.理学院;b.服装学院,杭州 310018)

摘要:个性化推荐技术在解决信息超载和个性化需求方面有巨大潜力。服装作为电子商务平台重要类目,由于其用户偏好影响因素多、不稳定,且有明显的求异心理,对推荐系统提出更高的要求。从互联网平台的角度出发,通过消费者深度调研、文献研究、结合服装专家意见提取商品属性,构建服装模型;基于层次空间向量模型构建用户偏好模型,模型以用户兴趣度特征向量表示,其中兴趣度为用户浏览和购买记录中服装各属性出现的频率;通过混合推荐算法,对服装模型和用户模型进行匹配,计算目标集合中每件服装的综合得分,以 TOPN 推荐列表的形式完成推荐。对 30 个有丰富网购经验的志愿者进行模拟实验,使用预测准确度和排序准确度两项指标进行评估,结果表明该模型准确有效。

关键词:个性化;用户偏好;商品属性;层次空间向量模型;兴趣度

中图分类号: TP391;TS941

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851 (2018) 04-0136-08

随着网络的普及,电子商务近年来发展迅猛。据中商情报网报道,截至 2016 年,淘宝平台商品已超过 10 亿件,其中服装占比最高,是淘宝平台第一大类目^①。随着商品种类和数量不断攀升,在为用户提供更多选择和服务的同时,也带来信息超载的问题。经济文化的发展和生活节奏的加快,让消费者在追求高效购物的同时,也更加注重服装穿着的个性化和品味。传统的搜索引擎技术,在一定程度上提高了信息筛选的效率,但难以满足消费者对服装个性化的需求。相比之下,个性化推荐系统在解决信息超载问题和消费者个性化需求方面展现了巨大的潜力,引起专家和企业的广泛关注^[1-2]。

个性化推荐系统包括三个重要模块:用户模型、商品模型、推荐算法^[3]。其中,推荐算法的研究是推荐系统研究最为成熟的部分,大量的论文和著作都对此进行研究,形成了多种推荐方法,目前比较成熟的推荐算法主要包括以下几种:基于内容的推荐、协同过滤推荐、基于关联规则的推荐、基于知识的推荐以及混合推荐。

各种推荐方法各有优缺点:基于关联规则的推荐算法得到的结果比较容易理解,但运算耗时,无法快速反应实时推荐;协同过滤是推荐算法中最成功的算法,可以推荐复杂的非结构化的对象,但随着用户增多,推荐性能不断提升,对数据的依赖性增强,存在冷启动问题;基于内容的推荐算法可以很好地解决冷启动问题,但缺点是会受到推荐对象特征提取能力的限制^[3]。

用户模型能反映用户多方面、动态变化的兴趣偏好,对推荐系统和推荐质量有着至关重要的作用。国外对于用户兴趣模型问题的研究较早,成果较多。Fragoudis^[4]通过对几个典型的推荐系统进行综述和分析,指出用户兴趣建模在个性化服务中具有重要地位。Claypool^[5]采取显式评估和隐式挖掘相结合的方法,来预测用户的兴趣和需求。Adomavicius^[6]采用数据挖掘的方法分析用户浏览记录,通过关联规则和用户个人信息构成用户模型。Wei^[7]通过语义概念层次法合并用户短期兴趣和长期兴趣创建用户模型,并通过反馈机制进行模型更新。国内对于个性

收稿日期:2017-11-17 网络出版日期:2018-03-28

作者简介:胡觉亮(1958-),男,浙江杭州人,教授,主要从事运筹学理论与应用方面的研究。

通信作者:韩曙光, E-mail: zist001@163.com

① 数据来源于 <http://www.askci.com/news/chanye/2015/12/25/14020ku4k.shtm>。

化推荐建模问题研究较晚,主要集中在用户兴趣模型表示和兴趣度量方面。兰杨^[8]使用粗粒度法结合加权关键词法表示用户兴趣模型,并从访问时间的维度把用户模型分为长期兴趣模型和短期兴趣模型。杨继萍等^[9]用分级向量表示用户兴趣模型,分级向量分别表示用户兴趣主题及兴趣度。用户的浏览行为和购买行为能够很好的体现用户的兴趣偏好,很多学者对于兴趣度的研究往往基于用户浏览行为的量化^[10]。邵秀丽等^[11]基于用户浏览内容及实际操作的时间使用加权平均的方法量化用户的兴趣度。张玉连等^[12]引入“时间兴趣度”的概念来区别不同时间被浏览的意义和差别,对用户的浏览行为进行分类。

个性化推荐系统现已运用到众多领域,目前在用户偏好较稳定的图书、电影方面的推荐比较成熟,服装类的推荐整体仍处于起步阶段,现有的研究主要有下面几个方面:Kudo 等^[13]通过对消费者的分析数据制定用户对服装属性的决策信息表,并将粗糙集理论应用到服装推荐中。齐扬等^[14]在对服装特征要素分类的基础上,采用 BDEU 决策树算法,构建用户类别偏好模型。王雪等^[15]利用顾客的历史购买记录,采用决策树和协同过滤混合推荐算法,给顾客进行个性化推荐。Lin 等^[16]在原有研究的基础上,提出了用户模型除了用户偏好之外的需求因素。潘璐^[17]把 AHP 层次分析法加入到服装个性化推荐中,为简化推荐算法计算问题提供了新思路。

目前关于服装个性化推荐的研究大部分仍着眼于算法的优化,而忽视了用户模型和服装模型的科学性对推荐系统的重要作用,特别是用户模型和服

装模型的匹配,在一定程度上可以弥补推荐算法的不足。鉴于以上分析,本文通过用户调研和专家评审的方法获取服装属性,提供了确定服装属性的科学依据,并以层次空间向量模型构建服装模型和用户模型,解决了服装模型和用户模型的匹配问题,降低了运算复杂度。最后,通过模拟实验从预测准确度和排序准确度两项指标进行评估,证明该模型的有效性。

一、服装个性化推荐模型

服装个性化推荐模型的核心是根据消费者的偏好向用户推荐其感兴趣的服装,主要由服装模型、用户模型及推荐算法组成。为了实现服装模型和用户模型之间更好的匹配,本文把服装模型作为用户模型的一部分,围绕用户服装属性偏好进行研究。

(一)服装属性确定

服装由颜色、款式、面料三要素构成,其中款式主要通过领型和廓形影响。服装三要素通过不同的组合方式展现出不同的服装风格特征。消费者行为学研究证明个人会形成长期稳定的穿衣风格^[18-19],且不同年龄和收入水平的人对于服装的选购有着较大的区别^[20]。

为了更好地理解消费者的服装购买行为,对 30 名资深网购者进行了深度访谈。参与访谈的用户均表示在特定时间内会有明确的需要选购的服装品类,主要关注服装的颜色、款式、面料、价格等要素。

本文综合消费者深度访谈、文献研究以及专家评审三种方式,最终确定服装属性及对应取值,并根据作用做了分类,服装属性及属性值见表 1。

表 1 服装属性及属性值

属性值	服装属性								
	分类 1	分类 2	价格	适用年龄	服装风格	颜色	领型	廓形	面料
0	男装	T 恤	0~50	小于 18 岁	欧美风格	暖色系	圆领	A 型	棉织物
1	女装	衬衫	50~300	18~24 岁	日韩风格	冷色系	V 领	X 型	麻织物
2		毛衣	300~600	25~29 岁	淑女风格	中性色系	一字领	H 型	丝织物
3		外套	大于 600	30~39 岁	通勤风格		立领	O 型	毛织物
4		连衣裙		40~49 岁	民族风格		翻折领		化纤织物
5		半裙		大于 50 岁			翻驳领		
6		裤装							

服装集合中的每一件服装都可用式(1)的形式表示:

$$i_k = (x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_7, x_8, x_9) \quad (1)$$

其中 x_1 表示分类 1 的取值; x_2 表示分类 2 的取值; x_3 表示价格分类的取值; x_4 表示适用年龄分类的取值; x_5 表示服装风格的取值; x_6 表示颜色的取值; x_7 表示领型的取值; x_8 表示廓形的取值; x_9 表示面料

的取值。如式 $i_{030} = (1, 4, 2, 1, 2, 0, 1, 0, 0)$ 表示编号为 030,价格在 50~300 元之间,适合 18~24 岁年龄用户,属于淑女风格的连衣裙。具体的属性特征为:暖色系、V 领、A 型、棉织物。

(二)用户模型构建

用户模型是个性化推荐的核心和关键,尤其是

用户兴趣的全面获取及合理描述,直接决定个性化推荐的效率和质量^[21]。针对服装商品,本文提出了基于用户偏好和用户需求的用户模型,如图1所示。其中用户信息获取主要包括显式和隐式两种方式。显式获取的数据一般包括消费者注册时提供的如性别、年龄等用户基本信息。隐式数据包括用户在网站中的历史行为数据,包括检索、浏览、收藏及购买等信息。

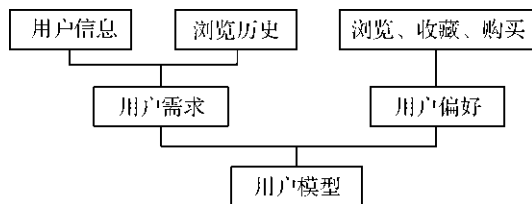


图1 用户模型架构

1. 用户需求模型

不同性别、年龄、消费水平的用户在服装选择时有着明显的区别,且用户在特定时间内有明确的服装品类选购意愿。为了简化计算,提升用户模型的有效性和可计算能力,本文构建用户需求模型 S 作服装推荐的初步筛选:

$S = (\text{性别}, \text{目标品类}, \text{消费水平}, \text{年龄}),$

其中:性别和年龄来自用户注册信息,目标品类和消费水平由用户行为数据确定。提取用户行为数据构建数据集 I_1, I_2 。

$$I_1 = \{i_1, i_2, \dots, i_k, \dots, i_m\},$$

$$I_2 = \{i_1, i_2, \dots, i_k, \dots, i_n\},$$

其中: I_1 是用户从上一次订单完成到目前所有浏览过的服装的集合; I_2 是用户购买过的服装集合;集合中的每一个元素 i_k 代表一条服装记录,以式(1)的形式表示。分别计算 I_1 集合中服装的分类项和 I_2 集合中服装的价格项各取值出现的频率,频率最高的值即为用户需求模型中目标品类和消费水平的取值。

2. 基于层次向量空间模型的用户偏好模型

层次向量空间模型采用树型结构对服装属性进行分类,并以空间向量形式表示用户兴趣偏好,可以很好地表示复杂属性之间的相关关系,降低运算维度。本文采用三层树状结构表示用户偏好模型。第一层表示用户;第二层表示用户感兴趣的服装属性,一个服装属性可以有多个属性值;第三层节点表示某个服装属性下面的属性取值。服装不同类目之间,服装的属性和取值存在差异,以连衣裙为例,构建用户偏好模型,如图2所示。

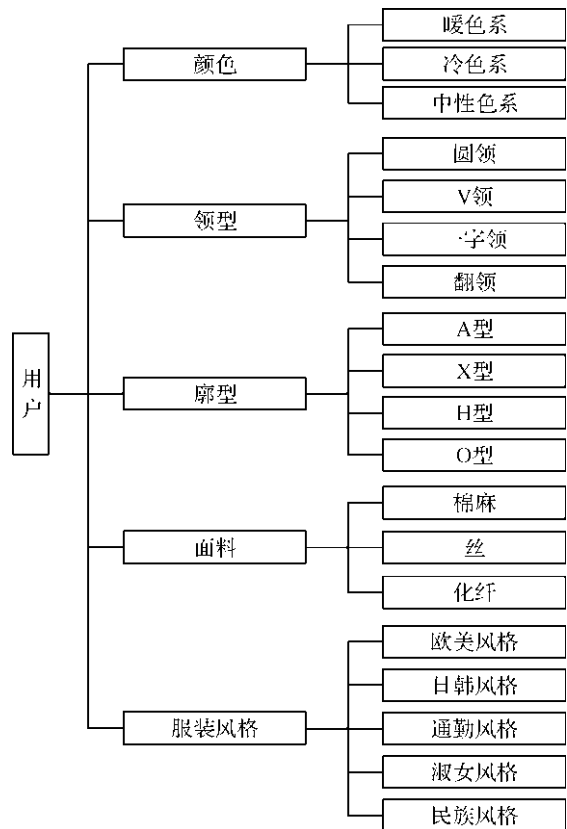


图2 基于向量空间模型的用户连衣裙偏好模型

如果用户有 m 个不同影响服装选购的服装属性,那么用户偏好模型可以表示为如下特征向量:

$$\text{Model} = \{(T_1, W_1, t_1, w_1), (T_2, W_2, t_2, w_2), \dots, (T_m, W_m, t_m, w_m)\} \quad (2)$$

其中: T_i 为第 i 个服装属性; W_i 为该服装属性在用户心中的权重; t_i 为第 i 个服装属性所对应的属性值; w_i 为属性值对应的权重,即兴趣度。

3. 基于兴趣度的服装推荐

兴趣度代表了消费者对于服装的偏好程度,兴趣度越高则用户对于服装的喜好程度越高,购买的可能性也就越高。浏览和购买行为能够很好的体现用户兴趣。运用到服装领域,属性值在用户购买和浏览行为中频率越高,则用户对该属性越感兴趣^[22]。

目标用户对目标服装集合中服装兴趣度计算步骤如下:

Step 1:根据用户的浏览记录和购买记录,转化为0-1评判矩阵。其中每一行都表示一条服装记录,矩阵的列表示该品类服装所有属性的属性值的对应情况,若有则取1,没有取0。可由式(3)表示。

$$\mathbf{A} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1m} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2m} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nm} \end{bmatrix} \quad (3)$$

Step 2:计算各属性值对应的权重,获取权向量 $w=(w_1,w_2,\cdots,w_m)$,其中:

$$w_i = \frac{\sum_{j=1}^n a_{ij}}{n}.$$

Step 3:类似 Step 1 把目标服装推荐集合转化为 0-1 评判矩阵,并将矩阵依据属性分块,以连衣裙为例,得到分块矩阵式 B 。其中第 1 到第 5 列分别代表颜色、领型、廓形、面料、服装风格(参考图(2)连衣裙模型)。每一行代表一件服装,矩阵的行数表示目标服装集合的服装数量。

$$B=\begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & b_{13} & b_{14} & b_{15} \\ b_{21} & b_{22} & b_{23} & b_{24} & b_{25} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ b_{n1} & b_{n2} & b_{n3} & b_{n4} & b_{n5} \end{bmatrix} \quad (4)$$

Step 4:根据式(5)计算目标用户对目标推荐集合中各服装的综合兴趣度 $degr$ 。

$$degr_m=W_5(W_1\times B_{m1}\cdot w_1+W_2\times B_{m2}\cdot w_2+W_3\times B_{m3}\cdot w_3+W_4\times B_{m4}\cdot w_4) \quad (5)$$

$$A_1=\begin{pmatrix} 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 & 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \end{pmatrix}.$$

(二)服装推荐

本文主要是基于电子商务平台进行服装推荐,为了模拟实验的准确性,利用网页数据采集软件神箭手对淘宝网服装进行采集,通过数据处理,通过服装预处理按比例选取 1000 件有代表性的服装构建目标服装集合 I ,将目标集合内的服装对用户进行推荐。

根据前文用户需求模型的构建规则,1 号试验者的需求模型为 $S_1=(1,4,1,1)$,依次进行初次服

其中 W_i 通过用户调研确定; w_i 由 Step 2 计算得到的第 i 个属性的属性值对应的兴趣度向量。

Step 5:根据 step 4 计算的服装综合兴趣度值,并按照目标集合中服装兴趣度值的高低进行排序,进行 TOPN 推荐。

二、实验验证与评估

为了验证推荐模型的有效性,考虑到线上用户行为数据难以获取,本文通过模拟实验实进行验证。

(一)数据采集

我国女性服装网购者主要是年龄在 19~35 岁,月收入低于 3000 元的大学生和职员^[23]。以 80 名在校女大学生作为实验者进行模拟实验,获取实验者的近期浏览数据,输入需求模型中,得到用户对应的目标分类,并对目标分类为连衣裙的 29 位实验者,进行进一步检验。

获取的实验者数据存储为 3 张表:用户近期浏览记录表、用户历史购买记录表和基于式 3 的评判矩阵。以编号为 1 的实验者为例,评判矩阵为:

装筛选,得到目标推荐服装 43 件。根据式(5),利用 Matlab 编码计算每件服装的兴趣度,并从高到低进行排序,结果见表 2 所示。

其中,各服装属性权重 $W=(0.30,0.25,0.25,0.20)$ 由用户深度调研数据得到。按照式(4)计算得到各属性的权向量为:

$$w=(w_1,w_2,w_3,w_4,w_5)=((0.4,0,0.6),(0.6,0.1,0,0.3)(0.9,0,0.1,0)(0.2,0.3,0.5)(0.7,0,0.1,0.2,0))。$$

表 2 服装兴趣度计算结果

服装编码	价格	颜色	领型	廓形	面料	风格	适用年龄	兴趣度
70	1	0.08823529	0.07058824	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0464706
153	1	0.08823529	0.07058824	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0464706
154	1	0.03294118	0.07058824	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0390980

表 2 续

服装编码	价格	颜色	领型	廓形	面料	风格	适用年龄	兴趣度
128	1	0.08823529	0.01176471	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0386275
217	1	0.08823529	0.07058824	0.119118	0.01176	0.13333	1	0.0386275
62	1	0.08823529	0.00637255	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0379085
174	1	0	0.07058824	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0347059
209	1	0.03294118	0.01176471	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0312549
5	1	0.08823529	0.07058824	0	0.07059	0.13333	1	0.0305882
100	1	0.03294118	0.00637255	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0305359
79	1	0	0.00637255	0.119118	0.07059	0.13333	2	0.0261438
23	1	0.03294118	0.07058824	0	0.07059	0.13333	2	0.0232157
148	1	0.08823529	0.07058824	0	0.01176	0.13333	2	0.0227451
35	1	0.08823529	0.00637255	0	0.07059	0.13333	2	0.0220261
64	1	0	0.07058824	0	0.07059	0.13333	2	0.0188235
151	1	0	0.07058824	0	0.07059	0.13333	2	0.0188235
25	1	0	0.00637255	0.119118	0.01176	0.13333	2	0.0183007
132	1	0	0	0.119118	0.01176	0.13333	2	0.0174510
83	1	0.03294118	0.01176471	0	0.07059	0.13333	2	0.0153725
149	1	0.03294118	0.07058824	0	0.01176	0.13333	2	0.0153725
11	1	0.03294118	0.00637255	0	0.07059	0.13333	2	0.0146536
34	1	0.03294118	0.00637255	0	0.07059	0.13333	2	0.0146536
48	1	0.08823529	0.00637255	0.119118	0.07059	0.04118	1	0.0117070
84	1	0	0.01176471	0	0.07059	0.13333	2	0.0109804
147	1	0	0.07058824	0	0.01176	0.13333	2	0.0109804
87	1	0	0.00637255	0	0.07059	0.13333	2	0.0102614
82	1	0	0	0	0.07059	0.13333	2	0.0094118
114	1	0.08823529	0	0.119118	0.01176	0.04118	1	0.0090225
113	1	0.03294118	0	0.119118	0.01176	0.04118	1	0.0067457
179	1	0.08823529	0.07058824	0.119118	0.07059	0.01765	1	0.0061505
219	1	0.03294118	0.07058824	0.119118	0.07059	0.01765	2	0.0051747
216	1	0.08823529	0.01176471	0.119118	0.07059	0.01765	2	0.0051125
127	1	0	0.07058824	0.119118	0.07059	0.01765	2	0.0045934
205	1	0.03294118	0.00637255	0.119118	0.07059	0.01765	2	0.0040415
171	1	0.08823529	0.00637255	0.119118	0.01176	0.01765	2	0.0039792
131	1	0.08823529	0	0.119118	0.01176	0.01765	2	0.0038668
121	1	0.08823529	0.07058824	0	0.01176	0.01765	2	0.0030104
130	1	0.03294118	0	0.119118	0.01176	0.01765	2	0.0028910
32	1	0	0.01176471	0	0.01176	0	2	0
117	1	0.08823529	0.07058824	0	0.01176	0	2	0
118	1	0.03294118	0.07058824	0	0.01176	0	2	0
185	1	0.03294118	0.07058824	0	0.07059	0	2	0
208	1	0.08823529	0.00637255	0.119118	0.07059	0	2	0

(三)评估验证

准确度是推荐系统最重要的评价指标,主要通过预测准确率和排序准确度来衡量^[24]。

1. 预测准确率

预测准确率是指在系统的推荐列表中,用户喜欢的商品所占的比率^[25]。

由于现有的电子商务平台主要根据商品排名和消费者浏览过的商品进行推荐^[26],与本模型的数据结构不一致,没有可比较的显存模型。因此,随机抽取连衣裙热销榜中的10件服装与模型计算服装兴

趣度排名前10的服装打乱顺序让实验者评分。其中高于6分为喜欢,低于6分为不喜欢。同时计算每个实验者针对模型推荐服装和随机推荐的服装评分的平均值。

实验结果显示:根据模型结果推荐的290款服装中,有238件评分高于6分,准确率为82.06%,而热销榜随机推荐的290款服装中,有87件是评分高于6分的,准确率仅为30.00%。模型推荐的服装与随机推荐服装的评分平均值也存在明显差异,见图3所示。

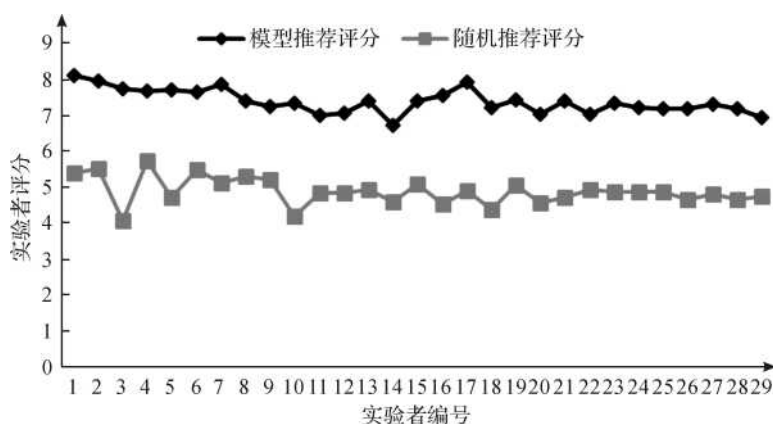


图3 不同方式下推荐结果的评分数据

2. 排序准确度

排序准确度用于度量推荐模型得到的服装兴趣度跟用户心中评分的符合程度,可以通过斯皮尔曼等级相关系数来衡量。

斯皮尔曼等级相关系数(Spearman rank correlation coefficient, SRCC)用于计算推荐系统推荐物品的排名顺序与真实的排名顺序之间的皮尔逊相关系数^[25],其定义可用式(6)表示:

$$SRCC = \frac{\sum_i (r_1(i) - \mu_1)(r_2(i) - \mu_2)}{\sqrt{\sum_i (r_1(i) - \mu_1)^2} \sqrt{\sum_i (r_2(i) - \mu_2)^2}} \quad (6)$$

其中: $r_1(i)$ 与 $r_2(i)$ 分别为推荐系统中的排名与真实排名, μ 为排名的均值。如果推荐系统中物品的排名与真实的排名相同,则SRCC的值为1^[25]。根据29位实验者的评分反馈计算斯皮尔曼等级相关系数,如图4所示,总的斯皮尔曼系数的均值约为0.884481,排序准确度良好。

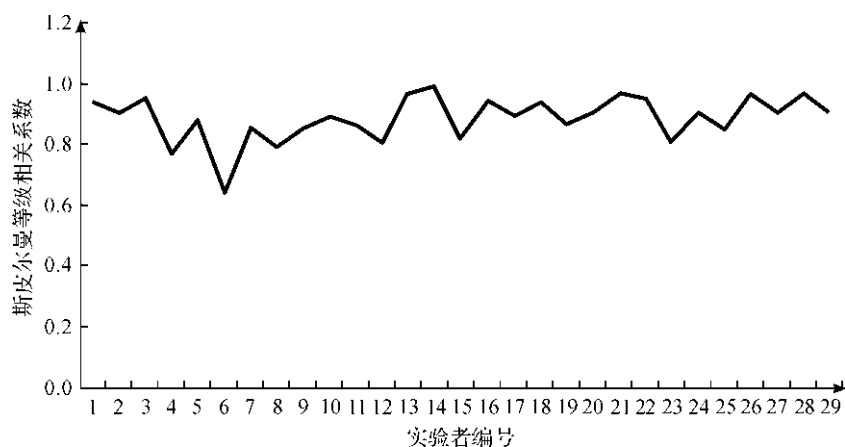


图4 模型推荐结果的斯皮尔曼等级相关系数

实验结果显示,本文所采用的服装个性化推荐模型推荐效果良好,有一定的实用价值。

三、结 语

本文把条件筛选和层次向量空间模型的思想运用到推荐模型中,能够很好的降低运算复杂度,为后续推荐算法的优化提供了新思路,在多维度产品推荐中具有一定指导意义。把服装模型作为用户模型的一部分,提高了服装模型和用户模型之间的匹配程度,从而增加了推荐的准确度。经模拟实验验证,本文提出的服装个性化推荐模型具有良好的推荐效果。通过该模型,可以更好的帮助商家了解用户偏好,充分挖掘消费者的潜在需求,提高推荐转化率。另外,准确把握消费者需求,可以优化用户购物体验,提升消费者满意度。

由于受到时间和客观条件的限制,本文重点研究了消费者对服装属性的偏好,而忽略了不同服装属性组合对消费者选择服装的影响。另外,推荐模型只是通过模拟实验进行验证,尽管该实验很大程度上还原了推荐过程,但用户评分仍存在一定的主观性。因此,笔者认为后续可以重点研究不同服装属性组合对消费者选择服装的影响,并考虑与电子商务合作,根据大量用户行为数据和客观反馈进行模型的验证和优化。

参考文献:

- [1] 范福军,陈畅足,陈方明. 中小服装企业的电子商务转型模式[J]. 纺织学报,2014,35(3):145-150.
- [2] 李秋艳. 服装个性化推荐方法研究[D]. 苏州:苏州大学,2014.
- [3] 王国霞,刘贺平. 个性化推荐系统综述[J]. 计算机工程与应用,2012,48(7):66-76.
- [4] Fragoudis D, Likothanassis S D. User modeling in information discovery: An overview[J]. Proceedings of Advanced Course on Artificial Intelligence,1999(s1):17-43.
- [5] Claypool M. Implicit interest indicators[J]. Computer Society,2001,32(1):33-40.
- [6] Adomavicius G, Tuzhilin A. Using data Mining Methods to Build Customer Profiles[M]. Computer,2001,34(2):74-82.
- [7] Wei C, Huang C, Tan H. A personalized model for ontology-driven user profiles mining[C]//2009 International Symposium on Intelligent Ubiquitous Computing and Education. IEEE,2009:484-487.
- [8] 兰杨. 移动个性化信息服务中用户兴趣建模的研究[D]. 四川:电子科技大学,2009.
- [9] 杨继萍,王跃,高雪松. 个性化流媒体服务中基于行为分析的用户兴趣建模[J]. 计算机应用与软件,2011,28(8):247-250.
- [10] 孙雨生,刘伟,仇蓉蓉,等. 国内用户兴趣建模研究进展[J]. 情报杂志,2013,32(5):145-149.
- [11] 邵秀丽,乜聚科,侯乐彩,等. 基于综合用户信息的用户兴趣建模研究[J]. 南开大学学报(自然科学版),2009,42(3):8-15.
- [12] 张玉连,王权. 基于浏览行为和浏览内容的用户兴趣建模[J]. 现代图书情报技术,2007,27(6):52-55.
- [13] Kudo Y, Amano S, Seino T, et al. A simple recommendation system based on rough set theory [J]. Kansei Engineering International,2006,6(3):19-24.
- [14] 齐扬,朱欣娟. 基于数据挖掘的服装推荐系统研究[J]. 西安工程大学学报,2010,24(4):438-443.
- [15] 王雪,董爱华,吴怡之. 基于RFID技术的智能服装推荐系统设计[C]//王雪. 2011年全国电子信息技术与应用学术会议论文集. 西安:东华大学信息科学与技术学院,2011:4.
- [16] Lin Y C, Kawakita Y, Suzuki E, et al. Personalized clothing-recommendation system based on a modified Bayesian network[C]//2012 IEEE/IPSJ 12th International Symposium on Applications and the Internet. IEEE,2012:414-417.
- [17] 潘璐. 基于层次分析法的服装推荐专家系统[D]. 上海:东华大学,2016.
- [18] 王坤良. 大学生服装购买行为研究[J]. 纺织报告,2006,27(8):54-57.
- [19] 梁建芳,李筱胜. 电子商务环境下女性服装消费行为分析[J]. 浙江理工大学学报,2011,28(5):728 - 733.
- [20] 陆鑫,刘国联. 中小城市居民服装消费行为(倾向)的调查分析[J]. 大连工业大学学报,2002,21(3):232-234.
- [21] 冯子威. 用户兴趣建模的研究[D]. 哈尔滨:哈尔滨工业大学,2010.
- [22] 邢玲,宋章浩,马强. 基于混合行为兴趣度的用户兴趣模型[J]. 计算机应用研究,2016,33(3):661-664.
- [23] 刘建国,周涛,郭强,等. 个性化推荐系统评价方法综述[J]. 复杂系统与复杂性科学,2009,6(3):1-10.
- [24] Ricci F, Rokach L, Shapira B. Introduction to Recommender Systems Handbook[M]//Recommender Systems Handbook. Springer US,2011:1-35.
- [25] 吴良涛,李涛,张霞,等. 基于商品属性与用户聚类的个性化服装推荐研究[J]. 现代情报,2015,35(9):165-167.
- [26] 潘颖. 基于融合目标偏好的群组推荐研究[D]. 南京:南京财经大学,2016.

Research on personalized clothing recommendation mode based on user preference

HU Jueliang^a, WANG Zhengfang^b, HAN Shuguang^a

(a. School of Sciences; b. School of Fashion Design and Engineering,
Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Personalized recommendation technology has great potential in terms of addressing information overload and personalized needs. Clothing as an important category of e-commerce platform, higher requirements are put forward for the recommendation system, because influencing factors of user preferences are numerous and instable, and users have obvious mentality of seeking differences. From the perspective of Internet platform, the attributes of goods were extracted through the deep research of consumers, literature research and combination of opinions of clothing experts to build the clothing model. User preference model was built on the basis of the hierarchical space vector model, and the model was expressed by user interest feature vector, where interest degree is the frequency of each attribute of the clothing in users' browsing and purchasing records. The clothing model and the user model were matched through the hybrid recommendation algorithm, and the comprehensive score of each piece of clothing in the target collection was calculated. The recommendation was completed in the form of TOPN recommendation list. Finally, 30 volunteers with rich experience in online shopping were chosen for the simulation experiments. The two indicators forecasting accuracy and sorting accuracy were used to evaluate the model. The results show that the model is accurate and effective.

Key words: personalization; user preferences; product attributes; hierarchical space vector model; interest degree

(责任编辑: 钱一鹤)

近三十年严复译名研究述评

王会伟,张德让

(安徽师范大学外国语学院,安徽 芜湖 241003)

摘 要: 严复译名问题近来一直为学术界所热议,但各方学者的研究角度不同,观点不一的状况使得当前严复译名研究稍显重复、混乱。利用文献法,对近三十年来严复译名研究做简要梳理,发现目前研究主要聚焦于严复译名观之探究和译名消亡原因之挖掘两个方面,语料库的应用和新史料的发现也为此类研究带来了新的方法。然而,这些研究也暴露出了研究案例经典化、译名发展与消亡研究断代、语料不足及术语界定标准缺失等问题,研究者仍大有可为。

关键词: 严复;译名研究;述评

中图分类号: H315.9

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0144-06

严复作为晚清翻译西学之第一人,其八部译著给晚清时期的国民思想带来了巨大的冲击,其“治异国语言之至乐”的学术精神颠覆了当时古旧的学问范式,其翻译功底可见一斑。然而,即便是严复这样的翻译大家,也曾在译介术语时发出“一名之立,旬月踟蹰”^{[1]263}的感叹。他在《天演论·译例言》中就术语泛滥和术语翻译困难的问题展开论述,一语道出早期术语译名创制之繁与难。作为学科建设和发展的基础,术语和术语翻译如今越来越受到学界的关注,而严复这种近乎开创性的术语引进和翻译活动更是如此。鉴于此,本文对当前严复译名研究略作梳理,分析其中的优点与缺陷,并在此基础上试对今后严复译名探究提出意见。

翻译界最早以专题形式论述严复译名的文章要属王克非^[2]撰写的《〈严复集〉译名札记》一文。他以中华书局出版的《严复集》为参考,整理收录了部分严复在各译著译例言、案语以及政文(政治性文章)中针对某一具体术语翻译的讨论,并且将其中有关译名厘定的言论拼凑成文。王文虽未以某一译名为切入点展开具体研究,但是其开创新的角度却打

开了严复译名研究的大门,也为后辈学者指明了方向。王克非之后,国内严复译名研究大体上可以划分为两个方向:a)术语翻译方法与译名观之探究;b)译名淘汰消亡原因之追溯。现就这两点分别总结评述。

一、翻译方法与译名观研究

这类研究的思路主线是以翻译本体(即严复某一个具体的译名)为出发点,从考据学、词源学和语言成分分析等角度,分析总结严复翻译术语时采用的方法,并最终提炼出严复的译名思想。陆道夫^[3]以《天演论》“evolution”、“constitution”和《群己权界论》“liberty”三个词切入,结合严复本人的论述,将其译名方法总结为以下四点:注重译名的统一化管理;翻译以前界定新说之涵义;必要时会自造新词;为求易懂,广查古籍。后辈研究者杨红^[4]、彭明蔚等^[5]以数据统计的方式,得到了与之相同的观点。这一研究结果虽然打破了前人只述不究的藩篱,但以今天的眼光来看难免有些泛泛而谈。刘松^[6]也就严复译名问题发表了自己的观点。他首先从严复各

译著中广泛地收集译名语料,通过论述证明了严复术语符合其“信达雅”翻译标准;其次他把严复译名分为音译和意译两类,认为由于当时汉语张力不足,有些术语不得不采用音译策略,但如此一来“雅”就不复存在了,而意译则体现了严复在翻译术语时的创造性。此外,严复“树新译,不循旧”的“拓译名之荒”的做法则反映了严复维护汉语纯洁性的民族主义心理。与刘松广集语料的做法不同,刘莉琼^[7]仅以“right”一词的翻译为例深入探究了其译名背后的机制,认为严复并非刻意仿古,对形而上的追求可能才是严复译名思想的核心与精髓。张沁兰^[8]以《严复集》中的《附卷·汉英译名对照表》为基础,在全语料的视角下全面考察了严复的译名情况,并将其分为音译、沿用古籍词汇、旧词新译和一语多译等四种类型。可见,此时严复译名研究已经由浅入深,从翻译手法和策略逐步向译名所负载的译者思想过渡。在此过程中,张德让^[9]的翻译会通研究起到了关键性的推动作用。他虽未就严复译名问题专门论述过,但却提出了严复“统新旧”“苞中外”的中西会通思想,认为严复在翻译西学时,首先以与原文相似的译语资源打通原文,而后“归求反观”,真正做到以西学纠正,更新中学观点。这一研究结果有力地否定了有些学者^[10]所持的严译“格义”一元说的论调。格义法是翻译实践中常见的翻译策略,旨在寻找中外文化中的契合点和相似性,以中国传统文化中的概念与思想比附外来文化中不为中国读者所理解的“新识”。因此,从翻译理论角度来说,格义可以看作是读者反映论的一种具体表现形式。会通法则不然,它在格义的基础之上,从西学角度反观中学之弊病,要求超越诠释主体的历史性和个人偏见,实现不同文化的视域融合^[9]。张景华^[11]认识到了严译的会通性,但就严复译名问题而言,他认为严复在选择和创制术语时,并非单纯地以格义或者会通某一种手法就可以完成的,而是二者相互补充,共同构建出了严复译名语义场。由此可见,随着翻译研究逐渐呈现出文化转向的趋势,严复译名考究也逐渐深入,由先前的以意义指称论为转移的论述,转向了文化因素对译名的影响,推动了严复研究的发展。

应当指出,学界除上述对严复译名的历史意义和学术价值的正面研究外,还有部分学者客观地讨论了严复译名中的诸多缺陷。如王建鲁^[12]就直抒胸臆地指出,严复对术语的任意使用,一方面体现了他对作为中国救赎基石的科学的术语规范化和严格

化漠不关心,另一方面也体现了严复对日语新词的排斥心理。这一言论着实值得后辈的研究者予以关注和思考。反观中文发展的历史可以发现,严复的许多译名已经不为国人所用,而他当初极力反对的日语译名如今已经变成了汉语话语体系中的常见词汇。郎宥榭^[13]的统计显示,严复《中西译名表》共收录词汇482条,而现在还为学术界使用的仅有52条,有效使用率不过12%。这其中的原因纷繁复杂,引起了不少学者的关注。张德让和张景华虽在其论文的注释和结语处提及这一点,但均未能佐之以充足的史料,给出令人信服的解释,而这为后来的严复译名消亡原因的挖掘提供了研究思路。

二、译名消亡原因研究

严复一生八部译著^①均以文言为载体。新文化运动之后,白话文迅速普及,严复的诸多文言译名逐渐失去了使用群体,使用率下降,甚至出现了“死亡”的“惨状”。国内有多位学者发掘了现象背后的动因。袁锦翔^[14]是首位探究严复译名消亡的学者,他指出译名从来都是边立边废,并且把严复译名废弃的原因分为以下五种情况:a)界说不清;b)用字古奥,过繁过长;c)追求典雅,译得过简;d)不该音译或音译不准;e)偏离原意,措辞不当。可以看出,袁氏主要从语义和语音等语言学角度入手研究,且每个原因后均配有实例,具有一定的可信度。冯天瑜^[15]同样发现严复译名中的语音问题,认为严译中大量音译词存在音节复杂的现象,因此难以在汉语体系中立足,并逐渐被意译词取代。此外,他还突破性地点明了严译和日本译名之间剪不断、理还乱的关系。通过考察史料冯氏发现,自20世纪初日本译者加藤翻译的《天演论》传入中国以来,大批日本译名便和严复译名呈现出相互交融,相互影响的局面。此后,张法^[16]顺着冯氏的这条思路,分别从日语译名取得胜利的日本原因和中国原因两个角度详尽地探究了严复译名消亡的历史原因。由于日语文化性本身就对技术、对细节、对精致有偏好的一面,因此日语译名要较严复译名更加接近西学思想;而在中国方面,洋务运动导致中国教育体系全面西化,而日本则是该西化过程的捷径。大量的西方课程与图书从日本引进,随之而来的必然有新鲜的日译新词。从上述研究的关注点可以看出,严复译名消亡原因的研究

① 另有一说为9部,把《支那教案论》也包括在内。

也经历了一次由语言学向文化层面的转向。随着时代的进步,学界不再满足于文字本身,更注重影响文字的外部结构。

然而,正是在这样一股浪潮中,蒋骁华^[17]逆流而行,重新从严译文字本身探讨译名淘汰的原因。他认为严复古雅的译文风格从一开始就决定了其新译术语被淘汰的命运,具有审美价值的严译古文体不利于对新概念的严格定义。具体原因有四:其一,古文体不符合“新知新体”的时代发展趋势;其二,桐城文体追求“雅训”,但它却容易把西学概念转变为国学概念;其三,严复翻译术语采用大量单音节古词,而其具备的一词多义特性往往容易造成概念模糊;最后,曲高和寡的译文不适合大众阅读。廖七一^[18]发现日语词汇结构和构词法均与汉语高度兼容,这在客观上为日语译名在中国的传播和盛行制造了空间。此外,他再次将严复译名衰败的事实置于历史语境下予以考察,指出严复开始译书之际正值中日交往的“黄金十年”,日本国内出现了“清国保全论”的观点,日本帮助甚至直接参与清政府的教育改革,大批学生赴日留学,各类教辅书籍及材料源源不断地传入中国,这些事实均推动了日语译名在中国的顺利融入。蒋、廖两位学者虽角度不同,但各自给出的解释都不无道理。蒋文着重探究严复译名被淘汰的译者内部原因,廖文的历史学视角解释了译名淘汰的外部动因,二者在继承前人研究成果的基础上,提出新的观点,相互补充,共同构建出了严复译名发展的历史全貌。

值得一提的是,近年来有关严复译名淘汰消亡原因的研究多与考据学和历史学等传统学科方法挂钩,这是研究者力图还原历史真相的体现。然而,随着人们认知能力和科技知识的不断发展与创新,学科间的相互交流变得愈发频繁,翻译学也不例外。计算机的普及和语料库语言学的提出给翻译研究带来了新的范式,严复译名研究也因此受益,有了新的突破。

三、语料库与严复译名研究

基于平行语料库的翻译研究可以深入到许多宏观和微观的翻译现象,它所具备的对齐源语和目的语的功能能够帮助人们认清翻译的本质,因此,将其用于翻译研究的作用是巨大的,对于严译这种无论是在形式上还是内容上都出现大规模改动的翻译活动来说,其优点更是不言而喻。

翻译界也确有学者在平行语料库视角下审视严

复的翻译活动。黄忠廉^[19]以自建的《天演论》平行语料库为例,主张在现有的语料库划分机制中增添变译语料库分支,以便现代科技能够和近代翻译研究相结合。黄氏的这篇论文,虽未介入《天演论》等严译语料库的应用层面,但为其他学者自建严译平行语料库提供了坚实的基础。黄立波和朱志瑜^[20]就在此基础上,收集严译《原富》、郭大力和王亚楠合译《国富论》和杨敬年译《国富论》等三个不同时代的《The Wealth of Nations》译本语料,自行构建了三译本的平行语料库。他们把经济学术语的翻译作为切入点,以英语术语为节点词,通过语料检索分析认为,严复翻译的诸多经济学术语都有古籍来源,且其用法并非一成不变的,而是随语境和具体用法而变化。此外,他们还提出了严复虽表面上排斥日语译名,但仍旧在译文中使用日译新词的新观点。另外一位借助语料库研究严复的学者是韩江洪^[21],其研究方法与黄、朱二人略有不同。他首先确定了汉语节点词“仁”,在自建的严译《群学肆言》语料库中做反向检索,最终发现严复在翻译时多以中国传统学术中的单音节关键词处理源语中的各种表达,并将这种策略定义为“关键词方法”。

刘桂生曾在《在纪念严复逝世八十周年大会上的讲话》中呼吁学界不断以新的方法继续研究严复译著,平行语料库的应用可谓是对这句话的响应。在收集和对齐语料的过程中,研究者更容易发现严复对译文所做的细微变动,而语料库独具的语料检索和提取功能则能够攻破由于严译篇幅较长、改动较多而导致的原文—译文对照不清的障碍,进而更加准确且客观地考察严复的翻译活动。然而,科研创新不仅仅局限于研究技术与方法的突破,新史料的发现也能够给研究带来新的视角,左右研究者的研究方向。近几年,国内研究者在严复史料方面也有重大突破,发现了严复八部译著之外的部分翻译手稿和批注稿件,推动了严复译名考察的进展。

四、新史料的发现与严复译名研究

李炽昌于2000年在英国剑桥图书馆发现了严译《马可所传福音》原件,拓宽了严复翻译研究的范围。任东升^[22]在描述该译本时,对严复基督教译名问题略有涉及。在他看来,严复在翻译基督教术语时,虽然多沿用前人的旧译,但在处理文化负载词时则呈现出归化的倾向,而且频繁以佛教和儒家思想会通原文。这一点在笔者看来颇具启发性。严复译

文中的佛教元素并不少见,如在《原富》中严复曾以“渐”“顿”二教修行之长短、得道之快慢总结斯密所说的两类征税方法。此外,从严复在《天演论·译例言》中称鸠罗摩什为“法师”的做法也可以看出严复对于佛教的尊敬。但学界目前鲜有人系统论述严译与佛教之间的关系,这或能为以后的研究指明一个方向。

2013年,黄兴涛^[23]意外发现了严复100年前主持清末学部“编订名词馆”时留下的一份《植物名词中英对照表》。据他介绍,该表是由林纾合译者魏易编撰的,严复则负责审核校对工作,并在其中添加了42条长短不一的批注,这对于严复译名研究具有重大的意义。黄兴涛仔细翻阅各批注后发现,严复在其中或纠正魏易译名的错别字,或对其译名提出质疑,建议重译,更有甚者则直接体现了严复对“东文”(日语)译名的排斥态度。严复对译名创制的原创性和对本土文化的坚持可见一斑。冯志伟^[24]受此启发,从现代术语学角度对严复在对照表中的批注做了更深层次的解读。首先,严复本身并非植物学方面的专家,且审校核实时除《说文》和《尔雅》等字书外没有专业书籍资料可供参考,因此严复经常做出错误的批注,这是术语专业性缺失的根源。其次,严复多次纠正魏易译名的做法则体现了他对译名确切性的关注。最后,严复此时开始注重译名的单译性,指出每当出现中文一名对应英文多词时,要“悉列于第二格中方合”,反之亦然。值得注意的是,在严复早期的翻译作品中,一名多译是极为普遍的现象,如《原富》中“standard”一词就有“准”“准程”“金银”等多种译名。严复审校该对照表的时间为1918年,此时距离他最后一部译著《名学浅说》出版已经过去近十年时间,这期间他由一语多译向译名单译性过度的客观事实可以看作是对有些学者严复语言观“非进化说”^[25]的一种有力反驳。

五、目前研究的缺陷与不足

尽管学术界目前已经针对严复译名问题展开了充分的研究,也取得了较为丰硕的研究成果,但是本文在综述过程中发现现有研究存在以下几个方面的不足。

其一、案列太过经典化,重复性较强。研究者在论述其观点时,往往反复使用严复本人在各译著译例言、案语、正文以及书信中具体讨论过的例子,如此一来就会造成研究针对性强,研究结果重复的缺点。如严复在《群己权界论》中对为何以“自繇”翻译

“liberty”的言论就被6~7篇论文反复使用,相似的例子还有introduction—悬谈—导言(《天演论》)、economy—经济学—理财—计学(《原富》)、logics—名学(《名学浅说》)等。符号学家皮姆(Pym)认为:“翻译过程是理论化过程,译者在此过程中会面临诸多选择,而当他把自己如何选择的过程与他人分享时,就形成了翻译理论。”^[26]目前大多数严复译名研究过度关注严复的分享过程,从而忽略了其理论化过程。严复一生八部译著,涉及自然科学、经济学、社会学、政治学、法学和哲学等各个学科领域,由他选择和创制的译名琳琅满目,仅从少数几个译者本人讨论过的译名中析出的译名观,恐怕难以解释严复所有的术语翻译。

其二、译名消亡并不代表译名本身失去研究价值。目前有关严复译名消亡的研究虽不无道理,但大都难以摆脱后世解释学上的优势地位和便利条件。因此,只有真正舍弃这种后世的便利,才能够真正地深入严复译名本体,体会到严复“一名之立,旬月踟蹰”的不易与艰辛。此外,译名消亡面临的另一窘境就是研究者仅把严复译名看作是一个静止不动的结果,而非动态过程,这使得严复译名生成研究与消亡研究相脱节,无法串联成为一个有机的发展体。近年来,日语学术界逐渐兴起一阵“死语研究”热潮,即考察某一词汇从产生到消亡的整个历史过程。研究者或许能够从中受益,把“已死”的译名“复活”。

其三、语料不足,且语料处理不当。目前严复译名研究语料的主要来源有二:《严复集》后附的《汉英译名对照表》和自建语料库。《汉英译名对照表》收录译名数量之多,查阅之方便的优点有目共睹,但却具有一个致命的缺陷,即该表中的每一个源语术语均只对应一个目的语译名。严复译名的一大特色就是一名多译,因此表中提供的译名无法涵盖严复的全部译名创制实践,在分析译名观时可能会出现偏差。黄立波和朱志瑜在构建《原富》语料库时,仅以《原富·部甲》前五章为真实语料。然而,严译《原富》共五部三十三章,可见其语料利用率不足16%。此外,黄、朱二人的研究是在句级对齐的基础上进行的。此举在现今以忠实或对等为规范的翻译语境下并无不妥,但若用在以经世致用思想为翻译主旋律的近代翻译研究上,就难免有脱离语境之嫌,因为严复在翻译时采用的达旨法和桐城古文的文章学特征决定了其译文的变译性,严复创制的译名可能会随行文特征发生形变。鉴于上述原因,研究者借助语

料库研究严译时,应当采取句级对齐和篇章对齐的双重标准,建立全译本的语料库,以确保研究结果公正客观。

其四、很多严复译名研究把人名和地名的翻译列入考察范围,这一做法值得商榷。根据《牛津高阶英语词典(第八版)》给出的解释,术语(terminology)意指某一特别学科中的技术词汇与表达(the set of technical words or expressions used in a particular subject)。因此,把人名和地名的翻译作为严复译名研究的做法,多少有些不妥,同时也暴露了此类研究在术语界定和筛选方面缺少标准的弊病。如果说地名尚且可以划分到人文地理学,那么人名就显得无处可去了。此外,术语符号不仅包括单词符号,还包括短语集合,一个词汇符号往往能够和其他单词符号生成新的短语型术语符号。目前研究并未对短语型术语翻译给予应有的重视,这也是今后研究应当攻破的难题。

六、结 语

严复在《天演论·译例言》中提出的“信达雅”翻译标准曾为早期译界所追捧,被视作是翻译界的“金科玉律”。然而,严复翻译本身最大一个特点就是译名对原文改动较大,出现了所谓不忠实的现象,国内许多学者也针对此现象提出了诸如变译理论、翻译会通论^①等翻译理论。这一方面推动了中国本土翻译理论的研究与发展,但在另一方面也是严复本人所述翻译思想与其翻译实践相脱节的例证。因此,严复译名观也绝不仅仅像他在译例言中所说的“译者遇此,独有自具衡量,即义定名”那样简单,还有更深层次的机制等待学者进一步挖掘。

参考文献:

- [1] 严复. 严复全集:卷一[M]. 汪征鲁,方宝川,马勇,主编. 马勇,徐超,黄令坦,编校. 福建:福建教育出版社,2014.
- [2] 王克非.《严复集》译名札记[J]. 外语教学与研究,1987(3):51-53.
- [3] 陆道夫. 试论严复的译名创新[J]. 河南大学学报(社会科学版),1996(1):37-40.
- [4] 杨红. 从《天演论》看严复的译名思想[J]. 兰州交通大学学报,2012(10):94-96.
- [5] 彭明蔚,黄陈颖,桃李春. 浅析严复《天演论》中的术语译名[J]. 中国科技术语,2016,18(6):45-48.
- [6] 刘松. 论严复的译名观[J]. 中国科技术语,2016(2):32-37.
- [7] 刘莉琼. 从“right”的翻译看严复的译名思想[J]. 宜春学院学报(社会科学版),2007(10):146-149.
- [8] 张沁兰. 严复译作的刊行及其译名问题研究[D]. 福州:福建师范大学,2016.
- [9] 张德让. 翻译会通论[J]. 外国语:2010(5):66-72.
- [10] 吕坤良,曹立新. 严复对西学的“格义”[J]. 渭南师专学报,1994(3):61-64.
- [11] 张景华. 论严复的译名思想与翻译会通[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版),2013(5):135-138.
- [12] 王建鲁. 从术语与评注看严复的欧洲逻辑中国发现之旅[J]. 商丘师范学院学报,2015(11):44-46.
- [13] 郎宓榭. 西学译介与晚清汉语词汇之变迁[M]. 济南:山东画报出版社,2012.
- [14] 袁锦翔. 严复译名管窥[M]//袁锦翔. 名家翻译研究与赏析. 湖北:湖北教育出版社,1990.
- [15] 冯天瑜. 新语探源:中西日文化互动与近代汉字术语生成[M]. 北京:中华书局,2004.
- [16] 张法. 日本新词成为近代中国哲学术语的主要原因:“中国现代哲学词汇的起源与定型”[J]. 中国政法大学学报,2009(4):67-75.
- [17] 蒋晓华. 大声不入里耳:严复新词未流行原因研究[J]. 外国语文研究,2015(3):62-67.
- [18] 廖七一. 严译术语为何被日语译名所取代? [J]. 中国翻译,2017(4):26-32.
- [19] 黄忠廉. 变译平行语料库概说:以严译《天演论》为例[J]. 外语学刊,2009(1):116-119.
- [20] 黄立波,朱志瑜. 严复译《原富》中经济学术语译名的平行语料库考察[J]. 外语教学,2016(4):84-90.
- [21] 韩江洪. 从《群学肆言》中的“仁”看严复的会通式翻译策略[J]. 中国翻译,2016(3):87-91.
- [22] 任东升. 论严复圣经片段翻译[J]. 东方翻译,2011(2):15-26.
- [23] 黄兴涛. 新发现严复手批“编定名词馆”一部原稿本[N]. 光明日报,2013-02-07(11).
- [24] 冯志伟. 严复手批《植物名词中英对照表》原稿本的发现[J]. 中国科技术语,2014(2):50-54.
- [25] 韩江洪. 严复话语系统与近代中国文化转型[M]. 上海:上海译文出版社,2006.
- [26] Anthony P. Exploring Translation Theories[M]. New York: Routledge,2010:2.

① 变译理论是黄忠廉基于严复对原文改动的事实提出的,他把严复的翻译策略划分为增、减、编、述、缩、并、改等多种手法;张德让的翻译会通虽不是源于严复的翻译实践,但在解释严译时,也不能完全脱离严译的改动。

Review of studies on Yan Fu's translating terms

WANG Huiwei, ZHANG Derang

(School of Foreign Studies, Anhui Normal University, Wuhu241003, China)

Abstract: Yan Fu's translation of terminology has been the hot topic in academic circle over the past three decades. The fact that researchers are holding different views has made the result overlapped and even unclear. With the help of documentary study, this paper reviews the studies on Yan Fu's translating terms and find that existing studies mainly focus on his thoughts of terminology translation and the reason why his translating terms have died out. Along with the application of parallel corpus in translation studies and the discovery of new historical data, new methods are adopted to explore Yan Fu's terms. However, there are still many problems to be solved by later researchers.

Key words: Yan Fu; studies on translating terms; review

(责任编辑:任中峰)

基于变译语料库的严复译名观研究

——以《原富》译本为例

王会伟¹,任炯铭²,张智勇³,张德让¹

(1. 安徽师范大学外国语学院,安徽 芜湖 241000;2. 南京理工大学经济管理学院,
南京 210094;3. 武汉大学经济与管理学院,武汉 430000)

摘 要:近年来严复译名观一直受到各方学者的持续关注,但目前的研究多暴露出研究案例经典化、语料收集不足、术语筛选标准缺失以及研究结果重复等问题。以严译《原富》为例,自建《原富》全译文变译语料库,以经济学术语为切入点,重新考察了严复的译名观。研究发现,儒家孝悌观对严复选择和创制术语有一定的影响,而佛教术语也为严复的译名创制提供了便利。此外,译名词频的变化说明严复具备统一译名的进化性语言观,但译名同时也是他宣泄主观情感的又一场所。

关键词:严复;原富;译名观;变译语料库

中图分类号: H059

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0150-07

严复在翻译实践中首创性地将大量学科术语译为西方新学,虽然在中国的传播与发展做出了巨大的贡献,但这些严氏译名并没能得到学界充分的关注。早期翻译界以严复译名为切入点,试图从中探究严复的译名观,认为严复在翻译术语时遵循其“信达雅”翻译标准,会从汉语固有词汇中汲取译名,必要时则会自造新词^[1-5]。然而,此类研究时常陷入讨论对象经典化的窘境,诸如 liberty、economy 等术语的翻译被反复讨论,研究结果呈现出雷同的现象。鉴于此,本文将严译《原富》为例,重新挖掘严复的译名思想,旨在前人研究的基础上,还原严复创制译名的历史全貌。

一、语料库与严复译名

黄忠廉^[6]是最早将语料库与严译结合的学者,他提倡将翻译平行语料库进一步划分为全译和变译两类,并以严译《天演论》为语料,自建《天演论》变译语料库,证明了该分类方法的合理性与可行性,但并

未涉及研究层面的操作。随后,韩洪江^[7]自建了严译《群学肆言》语料库,他发现严复时常以中国传统学术(如儒家思想等)中的单音节词(如“仁”)翻译社会学术语,并将此方法命名为“关键词法”。此外,黄立波与朱志瑜^[8]在充分收集《国富论》不同译本的基础上,自建严复《原富》,郭大力、王亚楠《国富论》和杨敬年《国富论》三译本平行语料库。他们以严译经济学术语为突破口,考察了同一术语在三个不同历史时期的译名情况,最终发现,严复多从中国古籍中找寻术语译名,且某一具体术语的译名并非完全统一,有时为了句式的对偶甚至翻译成一个小句。黄、朱二人打破了研究对象经典化的束缚,把关注点放在前人尚未讨论过的译名上,并以大量统计数据为依托,较为客观地论述了严复术语翻译的情况。但是严复译名多呈现出一语多译的现象,而该研究仅截取《原富·部甲》前五章作为研究对象,并未创建《原富》全译本的平行语料库,因此其研究结果可能出现些许偏差。此外,黄、朱与韩氏的研究均采用

收稿日期:2018-01-02 网络出版日期:2018-03-28

基金项目:安徽师范大学研究生科研创新与实践项目(2017CXSJ023)

作者简介:王会伟(1994-),男,安徽灵璧人,硕士研究生,主要从事翻译学方面的研究。

通信作者:张德让,E-mail:zhangderang@hotmail.com

全译平行语料库,力求在对齐源语和译语语料的过程中实现句级对齐。这种做法在追求译文忠实对等的现代翻译市场中并无不妥,但若将其应用于以中体西用和经世致用为指导思想的晚清翻译实践研究中,就出现解构历史语境的危险。因此,在自建严译语料库时应以变译语料库原则为转移,在尽可能保留译文语境的情况下,考察严复的译名情况。

二、《原富》全译文变译语料库设计与术语提取

晚清特殊的历史背景与翻译致使严复采用变译翻译策略,译文在形式和内容上均不一定与原文对等。因此,不宜将严译置于全译语料库句级层面的研究框架下,而应从变译语料库角度进行考察。变译语料库是以原文的篇章结构为蓝本,将变译文本与原句、段、节、章/篇、书逐项平行对照的语料库^[6],有助于严复变译实践的观察和描写。^①

严复话语是古代性和现代性的奇异组合^{[9]24},即便是他没有改动的地方,其行文通常也和上下文构成前后指涉关系(如对仗句的使用等)。为了能够尽可能地保留生成语料的语境,《原富》语料对齐过程中并未设置固定的对齐单位,而是以严译行文为转移,将语料划分成不同层级的单位。若某一单句的文章学功能仅为总结上文的论述,那么在对齐时就可以实现句级对齐;若某一单句和前文存在论述上的逻辑关系,亦或是严复改动较大,译文仅深层结构相同时,则考虑在段或篇章层面对齐语料。对于明显译述他家之言和不译程度较大的地方,则以“Addition”“删去未译”等标识在语料中标注,并最终完成对齐工作,导出为术语提取和检索做准备。

据 Wordsmith 生成的词汇表显示,亚当·斯密(Adam Smith) *The Wealth of Nations* 共有 9129 个单词,以何种标准划分和筛选这些词汇是术语提取的关键。黄、朱二人的研究以独立小词为基础,着重考察了零语境下的术语翻译情况。从现在术语翻译的单独对应性角度看,这固然可取。然而严复^{[10]518}则认为译名“在己能达,在人能喻,足矣”,所以他所创的部分译名没用固定的表层结构。此外,术语符号不仅包括单词符号,还包括短语集合,一个词汇符号往往能够和其他单词符号生成新的短语型术语符号。出于这两方面的考虑,本文在筛选术语时,首先确定单词型经济学术语,之后以这些单词型术语为节点词做反向检索,从而在其前后跨距为 4

的范围内提取出短语型经济学术语,以便全面描述严译经济学术语的翻译情况。以 bank 一词为例,它和其他单词相互搭配,构成众多短语型术语(见表 1)。

表 1 bank 短语型术语译名(部分)

搭配	严复译名	现今通行译名
The Bank of England	英伦版克	英国银行
The directors of the bank	说告版克者	银行董事
Bank money	通行常币	银行票据
Bank bills	版克钞	银行汇票
Royal bank	赖耶版克	皇家/贵族银行
Public bank	钞业	公共银行

bank 一词的译名随该词前后搭配的变化而变化,而绝非以“版克”音译就能完全概括的。Baker^[11]把词汇的意义划分为四类,其中命题意义(prepositional meaning)是最为术语翻译研究者热议,从而忽略了词汇本身的预设意义(presupposed meaning)。严复译名思想研究也是如此,唯有在全语境的关照下,才能够全面客观地描述严复的译名活动和译名思想,语料库自带的节点词检索功能恰好为此提供了便利。下文就以全语境《原富》语料库为基础,在力求客观还原严复译名活动的前提下,继续挖掘严复的译名思想。

三、《原富》经济术语与严复译名观

(一)译名与严复宗教观

capital/stock(资本)和 interest/profit(利润)是一组意义上相互指涉的概念术语,任何一方的缺失都会导致另一方意义的缺损。此外,它们还是描述和解释其他一切经济现象的基础,贯穿于斯密原著的始终,所以二者的译名处理尤为重要。在 BFSU Paraconc 平行语料库^②的帮助下, capital/stock 与 interest/profit 的严复译名得以全面展现(见表 2)。

① 在此感谢安徽师范大学外国语学院符丽娟、陶李婷、汪淑婷与王文会等四位同学为语料对齐做出的贡献,以及上海海事大学外国语学院刘天明同学提供的技术支持。

② 数据库相关资料请见: Xu, Jiajin, Maocheng Liang & Yunlong Jia. (2012). BFSU ParaConc 1.2.1. National Research Centre for Foreign Language Education, Beijing Foreign Studies University.

表2 《原富》capital/stock 与 profit/interest
译名一览表

原词	严复译名
capital/stock	财;国财;鬻财;出财;役财;母;母复;母本;新母;母财之用;本群之母者;视母财为广狭;所斥之母财;母财常分于二邦;用其母财;以使母财之用近;其所斥之母财;母财不增;国之母财;母财之多寡;制造母财;田者之母财;母财日多;农业之母本;母财之日充;径者之母;复其母;全母之复;母财且缘此而不进;新母之所贍;裕母财;母财非徒得也
profit/interest	利;赢利;计利;自然之利;利厚;费之子钱;子钱自多;悉取子钱;资货子钱;民资货子钱愈益重;子钱之重;法禁子钱;子钱息率;仰子钱之家众也;民贫而后子钱加;子钱不收;资货之子钱者;每岁收子钱;付之以届期之子;常法子钱;子钱之所从出也

由表2可以看出,在大多数情况下,严复分别以“母财”和“子钱”翻译 stock 和 profit,当二者共同出现时甚至简译为“母子”。严复以道德伦理关系转译经济现象的做法或与其宗教观有一定的联系。他曾在《保教余义》中对宗教的起源做了明确的论述:

民皆未开,物理未明,视天地万物之繁然淆然而有条理秩然,思之而不得其故,遂做鬼神之说以推之,此无文化之人公例矣。^{[10]85}

在严复看来,宗教起源于人类对自然界万事万物的思考,即人的主观能动性对客观世界的改造。随着群体的不断发展,社会分工逐渐趋于明晰化和专业化,人类开始从科学的角度理解世界。随后,严复指出:“盖学术任何进步,而世间必有不可知者存。不可知者长存,则宗教终不废。”无论科学如何进步与发展,自然界终将存有科学难以解释的事物与现象,而这就为宗教的发展提供了土壤,所以严复进一步认为“宗教之起点,即科学之尽处”。除上述愚昧起源说之外,严复还借斯宾塞尔之言补充自己的观点:

初民之信鬼始于人身,身死而幽魂为变实,而尚于人间之事,如是名曰精气观念 animism。乃从而奉事之,亲媚之,以析人事之福利。惟先位此而后推

之为魁,为天神,而宗教是说乃兴。^{[10]318}

严复认为宗教首先起源于无知,并以“精气”之说为发展基础,逐渐在人类社会站稳脚跟。宗教的社会供能是严复关注的另一个焦点问题,他曾在《支那教案论》的按语中对基督教的社会功效大加赞赏,认为中国百姓自出生以来,很少有人能够接受良好的教育,因而容易受到邪说异端的蛊惑。但基督教东传,其教义教导人们应当“存于相爱而不欺”,这对于百姓启蒙和社会发展的作用很大,使得严复直呼“此于教化,其曰小补”。随后严复认识到,宗教的社会规范作用是具有普遍性的,他说:

合一群之人,建国于地球之面。人身,有形之物也,凡百器用与其規制,均有形之事也。然莫不共奉一空理,以为之宗主。此空理者,视之而不见,听之而不闻,思之而不测。而一群之人,政刑之大,起居之细,乃无一事不以此空理而行。^{[10]83}

在严复的观念中,但凡有人群生活的地方就有宗教的身影。生活在社会群体中的每个个体,不论其出身与职业为何,都会共同遵奉同一“空理”,它并非看得见,摸得着的物质性存在,而是以“信仰”的感知形式在无形中制约着社会成员的行为。从百姓的日常生活起居到君主治国平天下的政治活动,都或多或少地受到宗教的影响。这也就是说,宗教通过“信仰”把不同利益代表的阶层在一定组织范围内通过教义等方式进行整合与调控,进而实现不同利益矛盾冲突下遵守一个共同的社会规范^[12]。基于上述两点,严复将宗教定义为:

故凡世间所立而称教者,则必有鬼神之事,祷祠之文,又必有所持守约束,而联之以为宗门徒党之众。异夫此者,则非今西人所称为教也。^{[10]910}

从上述定义可以看出,严复认为凡属于宗教范畴的事物应当满足三方面要求:鬼神说、约束和宗徒之众。据此,严复回应了“外人常疑中国真教之所在”的问题,认为儒家的“孝悌”思想实为“中国之真教”。严复^{[10]1016}说:“季札之葬子也,曰:体魄则归于地,魂气则无不之,未闻仲尼以其言为妄诞也。”他以季子嬴博葬子的故事说明,孔教中存在和斯宾塞“精气观念”相类似的“游魂”思想,这体现了孔教的神性特征;其次,严复^{[10]850}把孔教之孝看作是“百行之原”,认为“远之以事君则为忠,迩之以事长则为悌”,这强调了孝在社会行为规范中的作用;最后,严复认为孔教并不缺少信徒,他说:“然中国孝子不以天下

忘其亲,方正学移孝作忠,至于湛十族不反顾,使西人见此,其诧为大奇者,又当如何?”^{[1]851}这足以见得孔教影响之深远,能够使得其思想时代相传而“不反顾”。严复不厌其烦地论述宗教的起源于特征,就是为了说明中国宗教的存在,为了说明孔教之孝就是宗教^[15]。

作为严复翻译前结构的一部分,“孔教之孝乃中国之真教”的观念影响了严译的解释活动和译名的创制与选择过程。在 stock 与 profit 的案例中,经商之人需首先投下资本,而后才有获得利润的可能。这种资本生利息的经济学原则恰好与儒家思想中女性责任观存在相似性。《女论语·训男女》有云言:“大抵人家,皆有男女,年以长成,教之有序,训诲之权,亦在于母。”^{[15]74-75}古时男性或征战沙场,或忙于农耕,亦或中举做官,养育和教导儿女的重任自然落到了母亲身上,更有“母以子显,子以母贤”^{[15]68}之说。严复以目的域(儒家思想)中母生子,母养子,母育子观念映射始发概念域(经济学)中先资本后利润的现象,在形式和意义双重层面上构成了单向指涉关系。

实际上,儒家孝悌观强调的是一种双向责任,除规范了母亲在养育儿女方面的责任外,还要求后辈在“敬”的基础上,孝顺父女,报答其养育之恩。资本和利润也具备同样的双向关系。斯密曾在论述利润时指出,商人在获利之后往往会把部分利润以资本的形式再次投入到商业活动中,以期获得更大的利润,并在无形中构成了从利润到资本的反向指涉关系。严复译名中的“子”“母”词素在伦理语境下也具备相似的逆指涉关系。《尚书·酒诰》一篇言曰:“殷人肇牵车牛,远服贾用,孝养厥父母。”^{[16]182}可见“孝”思想自古以来便受到人们的重视,孔子更是把“孝”看作“仁之本”,认为“人之行,莫大于孝。”^{[16]19}严复以孝思想中儿女反哺父母的伦理关系映射了利润再生资本的深层结构,如此译名虽有背于今日术语翻译所要求的零翻译性,但在当时却足以使对经济学一无所知的士大夫读者仅从字面上皆可以推断术语之间的关系。

值得注意的是,除儒家孝悌语义场外,佛教语义场也是严复翻译的被用词库之一。他在翻译时虽“于辞义间,无所颠倒附益”,但却时常借佛教术语来生成自己的译名系统。如 capital 除自身为经济术语外,还与其他词汇构成短语型术语,其译名统计如表3所示。

表3 《原富》capital 短语型术语译名

搭配	严复译名
capital stock	母财;国财
fixed capital	常住;常住母财
circulating capital	循环;循环母财

其中 fixed capital 今译为“固定资本”,意指以厂房、机器设备等不变形式存在的生产资本,严复则译为“常住母财”,有时甚至简译为“常住”。“常住”一词来自佛学术语,本指“绵恒过去、现在、未来三世,恒常存在,永不生灭变异”,在佛经中多指佛祖法身不变,甚至就有“常住钱”之说。严复或许是受该表达式启发,取“常住”和“母财”构成偏正结构译名,其语义和现今译名并无二致。

由此可以认为,严复在翻译过程中逐渐认识到,译名的选择和创制具有更新国民思想的重要价值。由于中西方发展上的差异和思想上的不同,西学概念的翻译终究不能止步于语词层面,所以严复在“用吾古以翕收以成吾大”观念的指导下,以儒家和佛教等在中国影响甚远的思想译介术语。儒家孝悌观帮助严复构建术语的内在意指网络,把译名相互串联起来,体现了严复“治异国语言之至乐”的学术精神;佛教则凭借其丰富的佛学术语为严复创制术语提供了便利。^①基于此,有学者认为,正是严复受到的中国传统文化教育使他形成了非进化性的语言观^{[9]41}。但事实并非如此,严复创制译名实则是一个动态发展的过程,许多译名并非已经确立之后便一直沿用,而是在不断的自我否定和怀疑中反复修订。下面就以 monopoly 译名在《原富》五部中的变化说明上述观点。

(二) monopoly 译名变化与严复语言观

“monopoly”今译为“垄断”,意指大型企业或者集团对相应部门产品的生产和销售进的独占和联合控制。严复在译文中多以“辜榷”(亦作“辜”“辜较”等语)和“专利”(或以“专”和“利”构成“专其利”“专…之利”等动宾结构)翻译该词,这两种译名的使用频率在《原富》五分部的变化如图3所示。

① 相似的例子还有以佛教术语“赖耶”音译“royal”一词,以佛教中“渐顿二教”修行时间之长短,得道速度之快慢,增词总结斯密提出的两种国家征收税费的方法等。钱钟书评价支谦的《法句经序》时曾说:“严复译天演论并立所标‘译事三难,信达雅’三字见此矣。”严复本人在《天演论·译例言》中提到鸠摩罗什时,也尊称他为“罗法师”。佛教对严复及其翻译思想的影响可见一斑,而目前鲜有文章论及此处,有待学者进一步研究,值得专论。

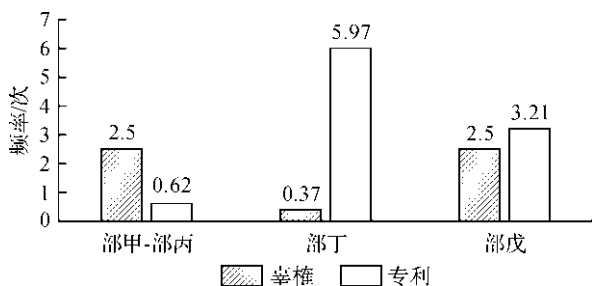


图3 “垄断”“专利”使用频率变化

斯密在《国富论》前三卷中主要论述分工对人类社会的积极作用以及劳动工资、租金、利润三者之间的关系,因此 monopoly 在该部分中出现的次数相对较少。严复在这一阶段多选择以“垄断”作为该词的译名,其使用频率为 25.0%,而“专利”译名虽有所使用,但此时的使用频率仅为 6.2%。此后,随着斯密论述话题的焦点逐渐转向外属殖民地、国家债务和重商主义等方面,monopoly 出现的次数逐渐增多,此时“专利”成了该词的首选译名,使用频率高达 59.7%,而“垄断”则低至 3.7%。然而在部戊中,二者则趋于一致,分别为 25%和 32.1%。

“垄断”和“专利”使用频率变化之大说明,严复在不同的翻译阶段对同一术语的译名厘定可能持有不同的考量标准。根据皮后锋^[17]的研究,严复自 1896 年 10 月着手《原富》的翻译工作,并于 1901 年 1 月译毕,前后共耗时五年。翻译是译者此在的阐释^[18],严复的此在在这期间随着同时结构(即翻译过程对 monopoly 认知的变化和翻译观念的更替)的生成而不断改变,而译名正是这一变化的载体,其早期以某一具体译名为主的术语翻译策略是严复译名统一思想之所在。“中国开化数千年,于人生必需之学,古籍当有专名”,所以译者在创制译名时,若要做到“深阔与原名相副”,沿用故名是最恰当的方法。但是当时的译者往往面临着“其理虽为中国所旧有,而其学为中国所无的困境”,他们只能“自有法想”,创制“在己能喻”的译名。严复认为,所有创制的译名“未有不指为不通者也”,均需经过“亲治其学通澈首尾者”考核查实后才能使用。因此,严复曾多次在信件中表达了“译名通用,以期一律”的需求,并将其写入了《京师大学堂译书局章程》:

法于开译一书时,分译之人另具以册,将一切专名按西国字母次序开列,先行自拟译名,或沿用前人已译名目,俟呈总译裁定后,列入《新学名义表》《人、地专名表》等书备他日请奏准颁行,以期划一。^{[10]128}

可见,严复已经认识到了术语和术语译名统一

在学科建设和发展过程中的重要作用,开始有组织地编写术语一名表,并主动在其译文中践行译名统一的思想。根据韩江洪^[7]的统计,严复在《群学肆言》中多次以“仁”翻译“right”“ethnics”“sympathy”等术语,这种一个译名对应多个术语的现象和《原富》中以“垄断”或者“专利”作为“monopoly”不同阶段主导译名的做法形成鲜明对比,这说明严复在“专名乃译事之权舆”思想的指导下,在翻译术语的过程中亦步亦趋,发现专业性和单译性实乃术语翻译之关键所在,从而摒弃了自己之前一词多译的做法,据此可以认为,严复的语言观是随翻译的深入不断进化的,而非韩文所言,是“非进化性”的。

除上述两个译名外,严复在翻译 monopoly 时还采取了另外三种策略:a)译为“垄断”;b)以“垄断专利”“垄断专利”等组合形式出现;c)以小句形式描述该词的含义,如“外货之廉平者不来,则本国工贾之货独销”等。这三种译名的使用率虽然不高,但是可以视为严复寻求译名创新的尝试,尤其是“垄断”译名,已经和现今译名相同。有趣的是,随着部戊中“垄断”和“专利”的使用频率逐渐趋于一致,组合译名的使用频率则呈现出上升趋势,这或许说明直到《原富》译毕时,严复仍在修订译名,甚至陷入了难以取舍的困境,译名厘定的艰辛可见一斑。

(三)译名情感化

译笔情感化实非科学著作翻译之正法,但张德让研究发现,严复八大名译从序言、正文到按语,情感化随处可见^[19],他将严译的情感化手法总结两类:a)句首句末语气词和各句式的并用;b)通过文内添加、文后按语的形式附以己见。严复借助这两种方法表达主观情感时,多是与原作思想产生共鸣,或赞同宣扬该思想,或对中国固受旧法的现状表示焦虑,但从 monopoly 一词前后的语词搭配可以看出,严复在翻译某一术语时,会将其本人对该术语的主观评价融入译名中。

monopoly 在牛津英语词典中的释义为:a) the complete control of trade in particular goods or the supply of a particular service; b) The type of goods or services controlled in this way. 该释义中出现的描述性词汇几乎均为中性词汇,唯有“complete”稍显消极,可见 monopoly 在现代英语话语体系中词性较为中立。在 *The Wealth of Nations* 的全语境环境下,monopoly 与其他描述性词汇共现,统计结果如表 4 示。

表 4 monopoly 在 The Wealth of Nations 中搭配词的语义韵分布

词性及频率	消极语义韵	中性语义韵	积极语义韵
描述性词汇	break down; enemy; encroach; against; wretched spirit; not contented with; not very probable; the consequence of; has forced; subject to; hurtful effects; bad effects; depress; hinders; discourage; retard; hurts; absurd; strict and oppressive; improper	establish (established/establishment); naturally; no; give; sell at; home market; trade; procure; had; sugars; secure; by means of; by; extensive; exercised; commerce; assume to; establishment; continually drawing; colony trade; established; has not; turn... into; has drawn; home and colony markets; purpose; without; establishing; in spite of; effect; alter; render; has proved; proved; procures; custom; maintenance; support; exempt from; obtain; ingenuity; occasions; afford; more or less strict; real; English Commerce; temporary; a new machine; perpetual; grant	Greatest advantage; increase; strengthen; enjoy; contributed; keeps up; raises; principal badge
频率	25.6%	64.6%	9.7%

表 3 的数据显示,monopoly 在亚当·斯密话语体系中的前后搭配结构大致上可以划分为三类:首先是具有消极含义的词,如 depress, hurtful effects 等,这类词项在所有搭配结构中的频率为 25.6%;其次是语义中立的词类,该类词项在搭配结构中数量最多,比重约为 64.6%;最后一类是具有积极特

点的搭配词,占总搭配结构的 9.7%。由此可以认为,monopoly 在斯密的话语系统中呈现出一种复杂的语义特点,即以中性为主,消极次之,甚至略显积极的语义韵特征。严复对三类搭配结构的翻译如表 4 所示(局部),并与郭大力、王亚楠的翻译进行对比。

表 5 monopoly 在 The Wealth of Nations 中搭配词的语义韵分布

消极搭配			中性搭配			积极搭配		
原文	严译	郭王译	原文	严译	郭王译	原文	严译	郭王译
oppressive monopoly	阴靳其权利以之腹利	垄断事业侵犯一般自由	establish a real monopoly	相朋党为奸利	树立了一种独占的场面	the monopoly indeed raises..... profit	然则专利之政,所独利者赢矣	独占提高商业利润率
the bad effects of monopoly	虽有专利之有害...有以权其害而大有余	独占的恶影响	a monopoly against the sheep farmers	牧者之羊毳亦悬甚厉之禁	取得了一种妨害牧羊者及羊毛生产者的独占	no monopoly of the home market can raise that value	奖其出,禁其入,其值不以之增	国内市场独占,都不能提高谷物的真实价值。

通过比对可以发现,现当代译者在翻译 monopoly 时,往往忠实于客观事实,不对术语和原文做任何情感层面的升华。严复翻译至此,多以小句为主观情感的表达载体,在译文增加诸如“奸”“甚厉”等消极情感符号,变中性搭配为消极含义,把内心对垄断阻碍国家经济发展的愤懑注入译文中。除不同语义韵之间的相互转换之外,严复还通过在同一译名小句中添加多个消极符号(如将“oppressive”拆分为“阴”“腹”两个消极符号)的方法,进一步深化原文的消极思想。严复将译名情感化,其目的或许在于借助语言的导向性和遮蔽性特征,增强或改变某术语在目标读者此在的折射,进而引导读者完成译者预设的解释过程。如在 monopoly 的案例中,严复以消极符号的形式,从文体和意义的双重层面强化了“垄断”在读者内心的负面影响,从而使士大夫读者认识

到独占的危害,引导他们发动经济改革。严复此举在今日的翻译语境下尤为不妥,完全置术语的客观性于不顾,而这或许也是严译术语逐渐消亡的内部动因之一。

四、结束语

符号学家安东尼·皮姆(Anthony Pym)认为,翻译的过程是理论化的过程,译者在此过程中会面临诸多的选择,而当他把自己如何做出选择的过程与他人分享时,便形成了自己的翻译理论^[20]。目前大多数严复译名研究过分关注了他的分享过程,而对其理论化过程的关注则略显不足。基于变译语料库的《原富》经济学术语研究为探究严复翻译的理论化过程提供了途径。严复在认知经济学思想和处理经济学术语翻译时,会将中国儒家的某些思想成分

融入其中,同时从佛教术语中寻找相似结构,逐步形成了以中释西,跨域翻译的译名体系。随着翻译的深入,严复迫切统一译名的愿望和译名抉择的愁苦愈发明显,这是严复进步语言观的完美体现。此外,译名也是严复宣泄译者主观情感的场所之一,但是这种做法与现今术语翻译所追求的透明性背道而驰。需要指出的是,严复创制的译名数量之大,内涵之丰富,因此,其译名观也绝非一部《原富》所能穷尽的,要完全探析各种关系,还需结合另外七部严复译著做进一步的研究。

参考文献:

- [1] 王克非.《严复集》译名札记[J]. 外语教学与研究, 1987(3):51-53.
- [2] 陆道夫. 试论严复的译名创新[J]. 河南大学学报(社会科学版), 1996(1):37-40.
- [3] 刘松. 论严复的译名观[J]. 中国科技术语, 2016(2):32-37.
- [4] 张景华. 论严复的译名思想与翻译会通[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2013(5):135-138.
- [5] 张沁兰. 严复译作的刊行及其译名问题研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2016.
- [6] 黄忠廉. 变译平行语料库概说:以严复《天演论》为例[J]. 外语学刊, 2009(1):116-119.
- [7] 韩江洪. 从《群学肆言》中的“仁”看严复的会通式翻译策略[J]. 中国翻译, 2016(3):87-91.
- [8] 黄立波, 朱志瑜. 严复译《原富》中经济学术语译名的平行语料库考察[J]. 外语教学, 2016(4):84-90.
- [9] 韩江洪. 严复话语系统与近代中国文化转型[M]. 上海: 上海译文出版社, 2006.
- [10] 王斌. 严复集[M]. 北京: 中华书局, 1986.
- [11] Mona B. In Other Words: A Course Book on Translation [M]. New York: Routledge, 1992:13-16.
- [12] 周志杰. 严复宗教思想探析[J]. 福建师范大学学报, 2016(3):49-58.
- [13] 李承贵. 西方宗教视野中的中国宗教:严复的一个考察[J]. 江西社会科学, 2006(2):32-36.
- [14] 宋若莘. 女论语. 翟博. 中国家训经典[M]. 海口: 海南出版社, 1993.
- [15] 慕平. 尚书[M]. 北京: 中华书局, 2016.
- [16] 胡平生. 经译注[M]. 北京: 中华书局, 1999.
- [17] 皮后峰. 略论《原富》的翻译[C]//中国近代启蒙思想家:严复诞辰 150 周年纪念论文集. 北京: 方志出版社, 2003.
- [18] 张德让. 重构·体验·融合:文学翻译的诠释学视角[J]. 解放军外国语学院学报, 2005(2):67-70.
- [19] 张德让著. 明清儒家士大夫翻译会通研究[M]. 南京: 南京大学出版社, 2017.
- [20] Pym A. Exploring Translation Theories [M]. New York: Routledge, 2010:1.

A translation-variation-corpora based study of Yan Fu's thoughts of terminology translation: A case study of *Yuan Fu*

WANG Huiwei¹, REN Jiongming², ZHANG Zhiyong³, ZHANG Derang¹

(1. School of Foreign Studies, Anhui Normal University, Wuhu 241000, China;

2. School of Economics and Management, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing 210094, China; 3. School of Economics and Management, Wuhan University, Wuhan 430000, China)

Abstract: Yan Fu's thoughts of terminology translation have been the hot topic in academic circle, but existing studies mostly show such problems as the canonization of research examples, the shortage of corpora collection, the deficiency of screening criteria and the overlap of research results. Taking *Yuan Fu* translated by Yan Fu for example, this paper tries to build the translation variation corpora for *Yuan Fu* full translation version. By taking terminology of economics as the entry point, Yan Fu's thoughts of terminology are delved into again. The study demonstrates that the thought of Confucian school on filial piety has certain infrequence on Yan Fu when selecting and generating terms, while terms of Buddhism also offer convenience for Yan Fu to create translations. Besides, the fluctuation of the rate of terms means Yan Fu owns an evolutionary language belief of unifying translations, but the terms he created are another place where he expresses his subjective feelings.

Key words: Yan Fu; *Yuan Fu*; thoughts of terminology translation; translation variation corpora

(责任编辑: 任中峰)

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中的魔幻叙事研究

付明端

(浙江理工大学外国语学院,杭州 310018)

摘 要:美国墨西哥裔作家鲁道夫·阿纳亚代表作《保佑我吧,乌勒蒂玛》的叙事主题是在矛盾中实现和谐统一,达到文化和解。作者继承拉美魔幻叙事传统,利用民族传统中的神话故事、幽灵梦境及民间药师等文化符号再现美国墨西哥裔被隐藏、压抑、遗忘的历史,以唤醒墨西哥裔民族传统文化意识,重审印第安文化及历史根源。文化差异的存在,文化冲突的消解以及文化杂糅的形成是贯穿作品的主线。以阿纳亚为代表的墨西哥裔美国作家在文化身份寻求和建构过程中,成为不同文化之间的桥梁,在和谐共生的文化理想中积极书写墨西哥族裔的“美国故事”。

关键词:《保佑我吧,乌勒蒂玛》;魔幻叙事;文化理想;神话;民间药师

中图分类号: I106

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0157-06

魔幻叙事是20世纪50年代前后在拉丁美洲出现的文学现象,它与拉美文学的无缝对接在一定程度上是因为拉美地区种族和宗教文化的悠久性及多元性。美洲土著文化、西班牙天主教文化和盎格鲁·撒克逊清教文化因素以杂糅方式在拉美多元共生。面对文化的混杂性,拉美作家在文学创作时坚持民族文化的神话传统、民间故事及宗教习俗,策略性地采用魔幻叙事反映现实生活。在此,作家笔下的魔幻仅仅是一种写作手段,借助魔幻揭示现实生活才是真正目的。以鲁道夫·阿纳亚为代表的美国墨西哥裔作家继承民族文化传统中的魔幻叙事,在文学创作中利用民族传统中的神话故事及幽灵叙事等再现美国墨西哥族裔被隐藏、压抑、遗忘的历史,以唤醒族裔民族传统文化意识,促使他们在多元文化理想中建立和谐共生的族裔文化身份。本文将以前述魔幻叙事为切入点,对美国墨西哥裔作家鲁道夫·阿纳亚代表作《保佑我吧,乌勒蒂玛》(1972)进行解读,挖掘作品神秘魔幻背后的族裔文化特色及美学价值,在一定程度上丰富和完善美国墨西哥族裔文学研究。

一、神话与民间故事

神话与民间故事“解释、维护和保护社会的基本

价值观、风俗习惯和信仰,并成为社会稳定持续的前提。”^[1]作为文学的起源,神话与民间故事以多彩的内容、神秘的想象、乐观的精神以及迥异的风格为文学提供营养。在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中印第安神话与民间故事几乎贯穿整部作品。^[2]阿纳亚对古代印第安神话及民间故事的引用、改变或重写,使文本充满神秘魔幻色彩,其目的是明确印第安民族遗产是墨西哥裔民族文化的必然构成,并以此强调墨西哥族裔的历史记忆,唤醒美国墨西哥族群的家园意识,从而在多元身份构建中重新定义和建构自我。

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中典型的印第安神话是有关金鲤鱼的传说。阿兹特克神话中的羽蛇神命令女神恰尔秋特里秋统治第四个世界。一百多年后突然灾难从天而降,世界被洪水毁灭,人变成鱼,只有一对夫妻幸免于难。洪水退后,这对夫妻厌倦了终日以玉米为生的日子。他们没有抵挡住美食的诱惑,吃了由自己族人变成的鱼,最终给自己打来厄运。神话传说中金鲤鱼的描述与阿纳亚笔下的故事极为相似:“众神将人类变成鲤鱼,让他们永远生活在河里……所以捉这些鲤鱼是一种罪,吃下它们则是更严重的罪行,因为它们其中有一部分就是那些人。”^{[3]56}在作者笔下,困在河水中的鲤鱼具有深刻

的象征意义,它们代表着神奇的印第安民族文化精神。金鲤鱼从不放弃对神的信念,它们从南向北、不断向上游的迁徙行为指涉美国拉美移民克服困难、坚持回归阿兹特兰故土,追溯民族文化之源的决心。“鲤鱼挣扎着要在河水干涸成涓涓细流,把它们困在陌生水塘之前,努力回到家乡。这实在是很美的景象。即使机会很小,有些鲤鱼还是可以回到家乡的。”^{[3]57}文中的“回到家乡”具有特殊的含义,代表着印第安人历史上就生活在这片美丽的土地,他们拥有合法的土著身份,是美国土地的主人而非主流社会眼中的“他者”。通过金鲤鱼的神话传说,阿纳亚希望墨西哥族裔明确他们与印第安之间的文化传承,唤起对印第安传统文化的尊重和骄傲。在此,金鲤鱼代表的印第安传统文化,在墨西哥移民身份困惑时给予精神上有力的肯定和支持。^[4]

阿纳亚笔下的金鲤鱼还具有异教神的象征意义。幼年的安东尼奥在经历了卢比托、纳西索及弗洛伦斯的死亡后,对无所不知,无所不在的上帝开始质疑,并产生信任危机。这时,他的伙伴们将异教神“金鲤鱼”介绍给他。他见到金鲤鱼时很快被吸引:“它真的是一位神祇……看到它,所有的疑问和忧虑瞬间蒸发。我静止不动地呆着,被天空、大地和溪水的精髓吸引被抚慰。”^{[3]119}金鲤鱼的安静与美好给年少的安东尼奥带来的是宁静与和谐,这正是在各种矛盾与冲突挣扎的他最需要的一种安慰和引导。传统墨西哥文化中万物有灵的思想引导安东尼奥进入土著神话的世界,他意识到在官方既定的宗教(即托尼一家虔诚信仰的天主教)之外,还有另一种精神信仰和道德观,即土著的异教信仰。^{[5]22}他开始思考除了天堂的神,是否可以有别的神,美好的、让世界和平的神。在乌勒蒂玛和小伙伴的指引下,安东尼奥确认金鲤鱼就是异族的神,是另一个上帝的存在,并且他逐渐确定这两种神可以同时存在,互为补充。这种信念使安东尼奥开始客观看待身边的各种矛盾冲突及暴力事件,内心也不再困惑痛苦,而是肯定差异、跨越对立、走向和谐。在此,作家阿纳亚把金鲤鱼当成自然界创造和谐的一个元素,这与印第安文化强调万物之间平衡和谐的哲学思想一脉相承。作品通过异教之神“金鲤鱼”等根植于人类集体无意识之中的神话原型,利用文化杂糅的传统,以更加隐晦委婉的方式讲述文化的整合。这种叙事肯定了墨西哥神话在种族面临信仰危机时可以发挥重构个人自我以及种族历史的积极作用。“我们的原型必须根源于我们个人和部落的经历,一边赋予我们新的杂交身份。”^{[6]149}

二、幽灵与梦境叙事

“如果魔幻现实主义小说不去写人的神化,不写鬼魂,那将不是魔幻现实主义。因为印第安民族的意识中万物皆有灵,他们就是用神,用鬼魂来解释和理解这个世界的。”^{[7]19}幽灵或幻象元素在语言和文化方面成了某些象征物,将种族解构成一种在社会性和文本性具有媒介作用的动态过程。《保佑我吧,乌勒蒂玛》借助幽灵叙事揭示美国墨西哥族裔被隐藏、压抑、遗忘的历史,唤醒族裔民族传统文化意识,继而促使他们在多元文化理想中构建新的族裔文化身份。

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中的三个印第安幽灵故事再现了拉美族裔的集体记忆及被殖民统治的历史。“很久以前,亚诺土地是属于科曼奇印第安人的土地。后来专门跟科曼奇人交易的西班牙人来了,接着墨西哥人和他们的牧群也来了。很多年前,三个科曼奇印第安人突袭一个墨西哥人的牧群,这个人就是德耶兹的爷爷。德耶兹爷爷召集其他墨西哥人一起将那三个印第安人绞死,并把他们的尸体吊在树上,没有按照他们的习俗将印第安人埋葬。结果那三个灵魂就在农场里游荡。”^{[3]240}印第安民族科曼奇人常年以狩猎为生,他们骁勇善战,曾在德克萨斯西部生活几十年。墨西哥人到来之后夺走他们的土地,后来新政府在美国政府的帮助下,印第安科曼奇人遭到进攻,他们的居住地被占领,而墨西哥也随之进入美国政府控制的后殖民统治时代。在文化适应过程中,美国霸权文化为了维护其统治地位,将自己的价值规范作为普适性的意识形态进行文化宣传。他们刻板地把印第安人描述为野蛮、不开化的民族,许多墨西哥人因此得到内部殖民,拒绝承认自己的印第安血统,更倾向于认可白人血统。

对于移民到美国的墨西哥移民来说,美国主流社会对边缘群体实行的文化殖民使少数族裔传统文化被改写、同化和抹杀。这使处于弱势地位的墨西哥族裔慢慢在思想上受到影响,他们开始根据殖民者的意识形态改造“自我”。《保佑我吧,乌勒蒂玛》中安东尼奥的父亲就把印第安人作为另类看待:“教育对他们有什么用……他们只学会像印第安人那样讲话。”^{[3]43}而事实上,很多墨西哥人是欧洲白人和印第安人的混血,他们身上永远保留着印第安的传统文化记忆。阿纳亚希望借助幽灵间接披露美国主流社会作为政治目的对印第安人的恶意宣传,从而改变墨西哥族裔长期对印第安祖先的误解。作品中,阿

纳亚一改主流文化中对印第安人野蛮残暴的形象塑造,三个印第安幽灵是以受害者的身份出现,它们因灵魂无处安放而四处游荡,后来也是被女巫强迫下对德耶兹家人下诅咒。

在此作者对三个幽灵给予极大的同情:“这三个饱受折磨的鬼魂不该受到责怪,它们只是受到女巫的操纵。”^{[3]140}虽是冤魂,它们并不伤害仇人,依然善良醇厚。在此,作者借幽灵叙事者之口用魔幻现实主义的叙事方法向读者传递不可叙述、无法言说的生活真实。^[8]幽灵形象使墨西哥族裔反观到自己身上印第安人的血统,促使他们用新的眼光看待历史文化传统,从而构建新的墨西哥裔文化身份。布罗根·凯瑟琳认为:“幽灵促使一个民族重新想象他们支离破碎的、已经被抹掉的历史,用新的想象为未来重新自我定义。”^{[9]29}阿纳亚希望墨西哥族裔接受美洲土著文化和西班牙殖民文化是他们身份构成的必然要素,学会在自己的族裔文化和主流文化之间寻找衔接点,跨越二元对立,实现相互杂交融合的文化理想。

文学中的梦是一种意象语言,虽然具有梦幻、怪诞的特点,但梦与现实具有一定的联系。文本之梦作为作家有意识的符号化活动产物,具有更强的现实意指性,是作家用于表现作品主题,揭示生活真实,表达思想情志,甚至文化和政治诉求的文学手段。^[10]不管是作为方法或结果,梦境叙事暗含一定的特指意义,可以被弱势族裔文学用来表达族裔被隐藏、被掩盖的各种历史真实。在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中,安东尼奥身处种种不可调和的矛盾冲突之中。他无法调和父母信仰的不同,无法阻止暴力事件的发生,无法相信上帝的唯一性。在困惑和迷茫中,他往往在梦中再现焦虑恐惧、愤怒和抗争,这是他对现实失望后潜意识借助梦境表达自己的内心挣扎。文中安东尼奥的梦主要包括四部分内容:未来梦想的困惑、战争对安东尼奥家人造成的创伤、冲突、暴力甚至死亡事件的纠缠以及金鲤鱼和乌勒蒂玛赐予的力量和勇气。梦中的安东尼奥起初是内心难以安定、总在黑暗中四处游荡,他肆无忌惮的呼喊与控诉充分体现少年内心的矛盾和困惑。

在此,叙述者自发性启动“梦”的思维进行表达或实现,依托梦的情境再现对实际生活中的焦虑,表达自己的心愿和梦想。^[11]作品中共出现安东尼奥的十个梦境叙事,在梦境中,他一直努力在冲突和矛盾中寻找平静与和谐,让万物回归原始的和谐共生的美好状态。在现实与梦幻的相互转换中,文化身份

的模糊和不确定性伴随着安东尼奥身体的成长、情感的发展与自我意识的觉醒。在作品最后,纠缠他的噩梦终于不再出现,他自己的身体和心智也变得更加强壮。虽然未来依然不确定,但安东尼奥不再纠结,并明确了自己要选择的生活。贯穿安东尼奥梦境的金鲤鱼和乌勒蒂玛是善良、正义、睿智、和谐的化身,他们的引导和教化使安东尼奥化解矛盾冲突,心灵得以解脱,获得力量和勇气,走向自我成长。因此,安东尼奥的“梦境”成为一种他的自我救赎、自我慰藉和自我寄托的途径。

三、民间药师与民间医术

墨西哥人具有“万物有灵”的宗教信仰,认为自然和超自然的和谐关系是保证人类健康安宁的根本,而不和谐就会导致疾病和灾祸。^{[12]68}墨西哥裔文学作品中有大量关于“民间药师”及民间医术的描述,在作家的笔下,“民间药师”身上具有强大的魔幻神秘色彩,他们可以仗剑除魔、利用神赋予的力量,配合神秘的仪式或者草药等方法抚慰病人的灵魂、为病人指点迷津或治愈身体的病痛,恢复人与自然的和谐关系。“民间药师”(Curandero/a)一词是西班牙语与印第安语共同演变而来,民间医术起初就没有自身的归属,是宗教信仰与民间医术结合而成。这说明民间药师和民间医术是美洲印第安自然哲学与西班牙殖民者的天主教信仰相互杂糅、整合的产物,融合了印第安医药知识、灵性信仰以及西方医学和基督教思想这两类迥然不同的文化要素。^{[6]152}因此,在一定程度上,“民间药师”与民间医术自身的魔幻与神秘色彩使之成为联系现实世界和灵性世界的桥梁,这种矛盾的整合化解功能体现了文化理想的杂交和融合,与美国墨西哥裔多元文化身份建构具有相同的意义。

在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中,“民间药师”、民间医术与神话、梦境及民间传说等融合在一起,相互作用以强化作品的魔幻叙事色彩。阿纳亚笔下的乌勒蒂玛是典型的民间药师和通灵的萨满巫师。她不仅懂得草药和古老药方,能创造奇迹、治愈病人,还可以消除女巫所下的诅咒,驱逐女巫放入人体内使人生病的恶魔。当安东尼奥的舅舅卡洛斯身患重病,医生和教士都无能为力时,乌勒蒂玛给他服用自制草药并利用传统仪式为他驱魔治病,最终使卡洛斯很快痊愈。当泰诺斯家中莫名有鬼魂出现,房内的物件突然飞落,屋外的石头砸落院子,恶魔敲打屋顶,神父的赐福也毫无用处时,乌勒蒂玛通过和灵性

世界交流,确定是冤死的印第安人亡灵下的诅咒。随后她通过法事使印第安人的冤魂得到安宁,最终达成与过往的和解并解除诅咒。

乌勒蒂玛是善良勇敢的化身,她总是主动帮忙人们治疗疾病,充当桥梁角色,通达灵性世界,帮助遭受病痛之人摆脱心理、精神和人际关系等麻烦,安抚人们受伤的心灵,最终实现身心兼治的效果。作为巫医身份的乌勒蒂玛,虽然时常会承受误解和偏见,甚至有时候身处危险,但她总是把自己的安危置之度外,在别人需要时会第一时间去帮助和解救他们脱离痛苦。在暴力面前,她坚强无畏,挺身而出,甚至不惜牺牲自己的生命换来大地的和平和安宁。乌勒蒂玛的善良、仁爱、勇敢及坚强是墨西哥人传统美德的集中体现。她的行为映射着墨西哥传统文化中的瓜达卢佩圣母形象,成为阿纳亚笔下少年安东尼奥成长路上的引路人以及墨西哥裔美国人的精神引导者。每当安东尼奥身处困惑时,都是乌勒蒂玛的言传身教让他从矛盾和冲突中解脱出来,继而找到内心的平衡。安东尼奥在乌勒蒂玛的教导下最终挣脱各种困惑和不安,并在跨越矛盾和冲突的艰难过程中获得力量,坚定信念,内心回归安宁。在跨越的过程中,他明白了来自太阳的甘露最后也滋润着大地,自己其实无须进行取舍,而是可以打破二元对立的矛盾,寻找和解与和谐。

作为墨西哥裔作家,阿纳亚试图通过墨西哥裔民间药师及民间医术的魔幻叙事,展示民族传统医术的文化价值,揭示它在生理上及心理上对墨西哥族裔的神奇治愈功效。乌勒蒂玛兼具的神秘精神领袖和民间药师形象对墨西哥裔美国人构建文化身份,树立文化自信具有积极象征意义:一方面呼应民间医术在族裔传统文化中的需求,具有救赎民间文化价值的作用,同时帮助身处文化冲突中的族裔获取力量,跨越矛盾,实现和谐文化身份的建构。

四、魔幻叙事中的文化理想

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中梦境、神灵、巫术、信仰等元素相互交织,作者以丰富的象征描绘了生活的神秘层面,以奇妙的叙事展现印第安人独特的文化与生活。魔幻叙事中的神秘因素与历史记忆融合在一起反映客观现实,各种荒诞叙事背后展示的是墨西哥裔美国人的真实生活及文化现象。在此,魔幻叙事策略性地成为民族承载文化记忆的手段,读者可以透过魔幻连接现实,并重新思考墨西哥族裔新的多元文化身份。鲁道夫·阿纳亚对墨西哥族裔文

化身份进行了这样的解读:“墨西哥人的世界观以西班牙文化和天主教文化为主,但是也受到美洲土著文化宗教信仰的影响。这种文化的语言载体是西班牙语,但是在其精神实质和历史记忆中,还保存着西欧思想、希腊神话、基督教—犹太教神话和宗教思想。土著墨西哥人和格兰德河流域的印第安人的思想和神话早就渗透在集体记忆之中。”^{[13]92}墨西哥裔美国人从血缘上来说土著的印第安人和西班牙人通婚的产物,其族裔文化就是这两种文化杂交而成。

对于墨西哥裔美国人复杂的文化身份,作家阿纳亚在文学书写时强调美洲土著文化和西班牙文化的融合,并且以此为出发点理解族裔个人的多重美国文化身份。在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中,阿纳亚通过魔幻叙事表达的族裔文化理想:美洲土著文化、西班牙天主教文化和盎格鲁·撒克逊清教文化因素和谐杂糅在墨西哥裔人身份中,墨西哥裔人应该在各种文化的异同中不是一味强调对立和矛盾,而是智慧地互为吸收,彼此容纳,从而形成墨西哥裔独有的文化身份建构。这种文化理想超越了瓜达卢佩小镇中主流文化与族裔文化的冲突,传统文化和现代文化的矛盾。同时,在这种文化理想的引领下,墨西哥裔积极探寻民族文化中的传统价值观和集体意识,并在不同文化的差异中寻找契合点,沿着历史发展的脉络,把传统文化与当代文化有机结合,最终达到精神的和谐统一。

对于少数族裔来说,格洛丽亚·安扎尔多瓦所说的“第三个国家”以及霍米巴巴所谓的“第三度空间”都是对族裔矛盾身份的概括。作为处于边缘和相对弱势的少数族裔群体,他们都经历过来自主流文化的压力甚至排挤的过程。少数族裔为了争取自己的话语权和地位,要做的首先是要坚持自己民族文化的传统精髓,同时积极发声宣传继承民族文化的精华,以使其能够代代相传,成为美国多元文化中有机的组成部分。关于如何发声,如何在强势文化和弱势文化对话中保持族裔文化的独特价值是包括族裔作家及其他民族文化代言人面临的难题。简单排斥主流强势文化不仅仅在现实中无法可行,而且也使民族文化处于孤立自闭,难以创新发展的境地。在此,以鲁道夫·阿纳亚为代表的族裔作家采取了间接委婉的方法,在作品中通过魔幻叙事积极为民族文化发声,以声音的盛宴展示民族文化的巨大魅力和价值,从而以潜移默化的形式把民族文化杂糅在多元文化之中。

阿纳亚在访谈中承认他本人同样经历过两种文

化的熬煎,是乌勒蒂玛“拯救”了她。他说:“我发现,我需要通过我的声音,用我固有的各种象征来塑造我的人物。我需要描写我的文化、我的历史以及我民族的集体经历。”^{[13]96}像阿纳亚一样的众多少数族裔作家一方面坚持民族文化的传承,同时还要理智看待美国多元文化的现实,学会智慧地、有策略性构建新的族裔文化身份。他们充分利用文化杂糅的传统,以开放性的态度看待文化的冲突与整合,在文学书写中充分利用魔幻叙事中的荒诞神秘,以更加隐晦委婉的方式讲述文化的整合。在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中,鲁道夫·阿纳亚借助乌勒蒂玛和安东尼奥等形象表达自己的文化理想,把不同文化的矛盾和冲突最终在墨西哥裔的传统文化价值理念中实现彼此融合,达成统一和谐。最终“小说中各个对立的方面—父亲和母亲的对抗,平原人和农民的对峙,基督教和非基督教的对垒,都被合成了一种辩证统一的关系。”^{[14]641}这种辩证统一的关系体现鲁道夫·阿纳亚对民族传统文化的自信和骄傲,使当代墨西哥裔坚持保留民族文化传统精髓,并把这份精髓作为民族文化身份中最核心和最根本的构成部分。在《保佑我吧,乌勒蒂玛》中,民族传统文化的出现是以魔幻叙事的方式展现出来,其中大量的宗教、神话、民间传说、民间医术等魔幻元素作为文化符号逐渐成为墨西哥文化表征和文学再现中的特定符号,这不仅代表美国墨西哥裔人生存智慧的体现,也体现了少数族裔作家的民族责任感。

阿纳亚笔下不同文化的辩证统一关系同时也说明墨西哥裔作家对主流文化的间接抵制,他们策略性地借用魔幻叙事方法再现墨西哥裔美国人的真实生活。在此,魔幻叙事只是一种手段,通过魔幻揭露现实在魔幻中建构族裔的多元文化身份,重塑民族文化理想,树立民族文化自信才是作家的真正目的。

五、结 语

《保佑我吧,乌勒蒂玛》中的魔幻叙事体现了以主人公安东尼奥为代表的美国墨西哥裔身份建构的复杂性,展现了文化差异的存在、文化冲突的消解、文化杂糅的趋势、文化身份的流动性及相对稳定。作品中土著神话、典仪及萨满教活动在传统文化中发挥了积极作用,幽灵与梦境的“潜叙述”改变墨西哥族裔对祖先的先前认知,促使墨西哥族裔肯定并认可印第安血统,并用新的想象重新定义自我文化

身份。以鲁道夫·阿纳亚为代表的美国墨西哥裔作家作品中的荒诞怪奇和迷信色彩与拉美民族文化历史融为一体,夸张的人物和情节以及各种超自然现象融入社会现实的创作方法成为拉美裔文化传播的策略,继而实现对拉美传统文化的创造性转化和创造性发展。这些少数族裔作家作为一种群体,成功地以叙述民间故事、古代神话以及幽灵梦境的魔幻叙事与强势文化达成对话,成为不同文化的联接点,充当起“民间药师”的角色,坚持并继续民族历史记忆,宣扬民族传统文化,继而在和谐共生的文化理想积极书写墨西哥族裔的“美国故事”。

参考文献:

- [1] James E. The nature and function of myth[C]//Robert A S, Ed. Anthropology, Folklore and Myth. New York: Garland Publishing, Inc., 1996:172-180.
- [2] 解友广.《保佑我吧,乌勒蒂玛》:墨裔作家鲁道夫阿纳亚的文化民族主义之路[J]. 英美文学论丛, 2015(1):308-320.
- [3] Anaya R. Bless Me, Ultima[M]. New York: Warner Books, 1994.
- [4] Kanoza T. The golden carp and moby dick: Rudolfo Anaya's multi-culturalism[J]. MELUS, 1999, 24(2): 159-171.
- [5] Olmos M, Rudolfo A. Anaya: A Critical Companion[M]. Westport: Greenwood Press, 1999.
- [6] 李保杰. 当代美国拉美裔文学研究[M]. 济南: 山东大学出版社, 2015.
- [7] 李德恩. 拉美文学流派的嬗变与趋势[M]. 上海: 上海译文出版社, 1996.
- [8] 付明端. 从女性哥特主义传统解读《接骨师之女》[J]. 外语教学, 2013(2):92-95.
- [9] Kathleen B. Cultural haunting: Ghosts and Ethnicity in Recent American Narrative [M]. Charlottesville: The University Press of Virginia, 1998.
- [10] 许双如. 族裔经验的“潜叙述”: 华裔美国文学梦境叙事研究[J]. 当代外国文学, 2017(1):27-35.
- [11] 黎芳. 美国文学的现代性要素梦境叙事[J]. 江西社会科学, 2016(9):101-106.
- [12] Madsen W. The Mexican Americans of South Texas[M]. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1973.
- [13] Anaya R. The Anaya Reader[M]. New York: Warner Books, 1995.
- [14] 萨克文·伯科维奇. 剑桥美国文学史: 第7卷[M]. 孙宏, 译. 北京: 中央编译出版社, 2005.

Studies on magical narrative in *Bless me , Ultima*

FU Mingduan

(School of Foreign Languages, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The narrative theme of *Bless me , Ultima* written by American Mexican writer Rudolf Anaya is to achieve harmony and unity in the conflict and reach cultural reconciliation. The author inherited Latin American tradition of magical narrative, and utilized fairy tales, ghosts, dreams as well as folk healers in national cultural symbols, to reveal the hidden, repressed and forgotten history of American Mexicans so as to awaken the consciousness of traditional culture and re-examine their Indian cultural and historical roots. The existence of cultural differences, reconciliation of cultural conflict and formation of cultural hybridity are the main clues in the novel. In the process of seeking and constructing cultural identity, Rudolf Anaya and other American Mexican writers become the bridge between different cultures, and actively write “American stories” for American Mexicans in the harmonious cultural ideal.

Key words: *Bless me , Ultima* ; magical narrative; cultural ideal; myth; folk healer

(责任编辑:任中峰)

国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系研究

刘 曦

(浙江理工大学史量才新闻与传播学院,杭州 310018)

摘 要:近年我国各级旅游目的地都非常重视开展境外社交网络营销传播,然而目前对传播效果的评估还缺少系统性的指标评价体系。文章以国际旅游营销效果评价的特殊性为思路引领,以传播互动和传播效果作为研究框架,构建了由产出力、沟通力、传播力和吸引力四大维度组成,涵盖二级指标11项和三级指标33项的综合性指标评价体系;选取北京和苏州的境外旅游官方账号作为研究案例,运用该指标体系做初步的实证检验。结果表明,两地所开展的国际旅游营销传播各有专长,均处于国际化发展的提速时期。

关键词:国际旅游营销;社交媒体;传播效果;指标体系

中图分类号:G206.3

文献标志码:A

文章编号:1673-3851(2018)04-0163-07

高速发展的社交网络在当前国际旅游营销研究和实践中,已成为重要的市场环境因素。社交时代的国际旅游营销是以当地政府机构作为最核心的领导机构,依托海外社交媒体平台,将城市软实力、城市形象等公共产品纳入营销体系,通过有效的信息传播和活动策略影响海外潜在旅游者对目的地的态度,从而优化目的地形象的营销传播活动。

因而,区别于企业开展整合营销传播,国际旅游营销突出的是传播活动的“互相理解”以达共识的社会价值,而非单一的商业价值。正如罗杰斯所指出的那样,“传播是参与者创造并互相分享信息以达到互相理解的过程”^[1]。这决定了国际旅游营销传播效果评价的特殊性和复杂性,不能以单个或少数的到达性指标进行评估,这将无法表征国际旅游营销传播的全貌。然而,目前现有研究对于旅游目的地社交网络营销传播效果的关注还主要集中在粉丝量和互动数等简单指标上,缺乏系统解析和综合评价。

本文以国际旅游营销效果评价的特殊性为思路引领,以传播互动和传播效果作为研究框架,建构了国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系。研究旨在通过国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系的构建,对旅游目的地形象传播研究的整体理论做出补充,并为中国各级旅游主管部门开展海外社

交媒体营销传播提供思路参考和应用指导。

一、相关文献综述

学术界关于“国际旅游营销与社交媒体”的相关研究方兴未艾,研究主题大致围绕以下三个方面展开:

(一)社交媒体的旅游应用研究

大部分的研究主要围绕旅游者/消费者行为和社交媒体在旅游营销和管理方面的应用展开探讨,其中社交媒体带来企业与消费者之间的关系转变的相关研究较受关注。大部分的学者通常会从旅游行为的决策机制这一研究视角入手,揭示社交媒体对于激发旅游者需求、信息收集直至旅游意向形成的作用机制,这部分的研究成果已比较丰厚^[2-3]。Hudson等^[4]、Presti等^[5]认为社交媒体从根本上改变了旅行者的旅游计划与消费方式;Verma等^[6]的研究表明旅游者比较倾向于信任朋友推荐的信息,其次是旅游网站的推荐;Mendes等^[7]则发现使用社交媒体的年轻人更愿意相信UGC提供的相关信息。

(二)旅游信息的传播研究

社交媒体营销的过程是通过信息传播实现的,社交媒体的营销功能可以通过传播效果来验证^[8],旅游目的地社交网络营销与社交网络信息传播效果具有统合关系,因此传播学会是社交网络营销研究重要的

学科支持。综合国内外关于旅游信息传播的研究,学者们多从旅游信息的传播模型和传播效果视角入手,例如,有学者从网络信息场、信息源属性等角度构建了旅游信息的网络传播模式^[9-10];庞闻等^[11]构建了“旅游信息传播的立体模型”并提出了“旅游信息主要是指在旅游活动能够发生前,以促成或保障旅游活动顺利进行为目的,向旅游者和潜在旅游者传达有关旅游目的地的各类信息”;孙丽^[12]从传播效果研究的角度出发,根据林之达的两级效果理论,将旅游行为的发生推演为两个层递阶段:第一阶段是旅游态度/决策的形成,作用于心理系统;第二阶段是旅游行为的发生。

(三)旅游网络营销的绩效研究

该部分研究学者们普遍认为网络信息流动的复杂性导致难以确定营销绩效的关键指标^[13-14]。旅游网络营销的绩效评价成为最具挑战性的问题。目前,关于旅游网络营销绩效评价方面,多数学者倾向于使用多维指标去评价旅游网络绩效^[15-16]。社交网络环境下,融合了社交信息传播逻辑的社交媒体营销指标体系研究,业界多使用粉丝量和互动数等量化指标进行评估,在理论界有学者采用实验法,探讨作为社会关系变量的社会距离和作为个体心理变量的调节定向是如何影响口碑信息接收^[17-18];也有学者采用质性研究方法,基于扎根理论,在过程研究的视角下探究政府旅游公共营销绩效的理论框架和指标体系^[19-20]。

总体而言,国内外整体研究数量较少,仍未形成获广泛认可的评价指导原则。因此,构建具有兼容性和整体性的国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系是目前亟待解决的重要问题。

二、国际旅游营销的社交网络传播效果指标体系建构

本文将遵循层次性、全面性和可行性的原则构建政府旅游营销社交网络传播指标体系。指标选取首先借鉴国际旅游营销业界、社交媒体舆情分析等领域代表性和公认度较高的已有指标,再以社交媒体的旅游信息传播逻辑作为主要研究思路,以信息传播效果为着力点开展指标设计,力求尽量涵盖国际旅游营销工作的各方面内容,从而能全方位评估国际旅游营销社交网络传播的效果。本文所建构的指标体系综合了境外各类社交媒体平台,在具体应用时可根据平台的信息传播特征略做调整。

(一)各级指标的确定

在指标的设计过程中,项目组首先列举所有的相关重要指标,征集业界、职能部门和学界共13位专家学者的意见。经过反复征询和修改确定该套指标类目,最终共设一级指标4项,二级指标11项,三级指标33项,详见表1。该套指标体系尝试应用德尔菲法确定每一项指标的权重系数。德尔菲法,也称专家调查法,是一种匿名的主观预测方法,该方法能获得具有较高准确度的集体判断结果。项目组成员在实施过程中,每位专家均采用匿名打分的方式,经过几轮征询和修改,最后综合每位专家的意见确定每一项指标的权重系数。由于整个评估过程的匿名性和独立性,因而最终结果具备较高的客观性和可靠性。

表1 国际旅游营销的社交网络传播效果指标体系

一级指标		二级指标		三级指标		指标说明
指标名称	权重系数	指标名称	权重系数	指标名称	权重系数	
A1 产出力	0.243	B1 更新率	0.286	C1 日均贴文更新率	0.234	C1 平均每日发布的贴文数量 C2—C3 平均每月发起社交活动/专题发布数量
				C2 月度活动更新率	0.392	
				C3 月度专题更新率	0.374	
		B2 主题丰度 (主体构建的形象)	0.272	C4 旅游资源	0.222	C4—C8 衡量各主题构成的比例
				C5 当地重大事件	0.178	
				C6 国际重大事件	0.168	
				C7 民生故事	0.214	
				C8 创意活动	0.218	
		B3 类型丰度	0.216	C9 文本	0.192	C9—C12 衡量各类型构成的比例
				C10 图片	0.296	
				C11 游戏	0.218	
				C12 视频	0.286	
		B4 功能丰度	0.226	C13 告知	0.246	C13—C15 把所有贴文按照“信息功能”归类告知:旅游相关资讯和报道分享;美景、美食、趣事和格言激励;活动、比赛、投票
				C14 分享	0.346	
				C15 激励	0.408	

表 1 续

一级指标		二级指标		三级指标		指标说明
指标名称	权重系数	指标名称	权重系数	指标名称	权重系数	
A2 沟通力	0.216	B5 沟通粉丝的能力	0.344	C16 响应率	0.502	C16 官方直接对话粉丝数量占所有评论的百分比
				C17 平均响应时间	0.518	C17 官方对社交媒体受众的评论或询问作出回应平均所需的时间
		B6 沟通行业机构的能力	0.314	C18 与同行机构直接对话比率	0.314	C18 对话同行机构的贴文数量/总帖数
		B7 沟通媒体的能力	0.342	C19 与国内媒体直接对话比率	0.434	C19 对话国内媒体贴文数量/总帖数
				C20 与国际媒体直接对话比率	0.568	C20 对话国际媒体的贴文数量/总帖数
		B8 社交网络影响力	0.688	C21 意见领袖比例	0.460	C21 粉丝中意见领袖所占比例
A3 传播力	0.252	B9 二次传播力	0.312	C22 媒体机构比例	0.062	C22 粉丝中媒体和行业机构所占比例
				C23 优质粉丝比例	0.478	C23 欧美地区粉丝所占比例
		B10 社交吸引力(评估传播主体的吸引力,即官方社交账户的吸引力)	0.518	C24 年度热帖传播速率	0.544	C24 年度排名前三位热帖的转发次数
				C25 年度热帖的传播路径(报名、投票活动贴除外)	0.456	C25 年度排名前三位热帖的转发次级
				C26 粉丝点赞率	0.176	C26 粉丝平均点赞率:粉丝点赞数/粉丝总量
				C27 粉丝转发率	0.218	C27 粉丝平均转发率:粉丝转发数/粉丝总量
A4 吸引力	0.289	B11 目的地吸引力(用户感知的形象)	0.482	C28 粉丝评论率	0.214	C28 粉丝平均评论率:粉丝评论数/粉丝总量
				C29 粉丝增长率	0.178	C29 粉丝年度总量差/上年度粉丝总量
				C30 粉丝保持率	0.218	C30 平均每季度的粉丝增长率
				C31 目的地知晓度	0.322	C31 该账号粉丝评论中,个体意识到目的地的存在,并对该目的地有所了解
						C32 目的地好感度
				C33 目的地旅游意向	0.316	C33 该账号粉丝评论中,表达对目的地的期待和旅行意向

由于各单项指标实际物理单位含义存在差异,因此需对统计数据进行无量纲化处理,本文采用比重法,按下列公式将统计数据实际值变换为在指标值中所占的比重,取为指标得分值。公式如下:

$$P_i = \frac{D_i/U_i}{\sum_{i=1}^n D_i/U_i} \times Q_i,$$

其中: D 为第 i 项指标的实际统计数值, U 为该项指标的标准参考单位值, Q_i 为该项指标的专家打分权重值。三者代入公式,通过计算在上级指标中的比重

并根据标准进行一定转换,从而得出该项指标经无量纲化转换的实际分值。

根据指标得分值与指标权重值建立数学模式:

$$E = \sum_{i=1}^n Q_i P_i,$$

其中: E 为统计指标分值, P 为第 i 项指标得分值。最终可得出一级、二级指标评价体系得分值。

(二)各级指标的解释和数据采集方法

国际旅游营销不仅具有营销传播的经济价值更具有旅游外交的形象传播价值。区别于以往只关注

政府旅游官方账户的“粉丝数”等少数单一达到指标的评价方法,本文的指标体系的设计聚焦于国际旅游营销的整体传播过程,以目标—产出(过程绩效)—效果(结果绩效)作为该套指标体系的建构思路,以营销传播的互动过程和社交信息的传播效果作为指标选择的研究框架,将社交网络环境下的国际旅游营销传播分为两大体系进项评估,分别为:过程绩效指标体系和传播效果指标体系。

1. 过程绩效指标体系

该体系评估相关政府旅游主管机构在社交媒体营销过程中的执行能力,包括产出力和沟通力。产出力评估该账户生产内容的丰富度、区别度和人格化。沟通力评估该账户在社交网络上与目标用户沟通的能力。

(1) 产出力

产出力评估的是传播者的执行能力,包括社交平台的内容发布频率和内容建设情况。传播内容的优劣是影响传播效果的首要因素。更新率作为二级评估指标是贴文或者社交活动的更新频率。“主题”和“类型”则分别从传播内容主题的丰富度、内容类型的丰富度来评估生产内容的多样化。其中特别需说明的是“主题丰度”,该项指标可以用来测量传播者精心建构的“目的地形象”。“功能”是测量传播者发布贴文和活动的表达方式,区分为“告知”“分享”和“激励”,实际上用于评估传播者角色的定位。“告知”是传播者向用户传递目的地城市相关的背景情况和旅游信息,比如转载当地新闻、发布旅游政策和资讯等,传播者的角色是信息提供者;“分享”是指传播者向用户分享目的地相关的资讯和美图等;“激励”则是传播者发布具有激励性质的活动或者贴文用于激励用户分享贴文和参与活动,传播者的定位是促进关系的建立。“功能”指标涉及比较精确的语义分析,因而需要人工阅读获取相关数据。

(2) 沟通力

该项指标评估的是传播者与用户之间的沟通能力。社交媒体的优势在于超越了渠道障碍,实现了“直接沟通”。笔者认为有效的沟通有利于建立和维护传播者与用户(粉丝)之间的关系。良好的用户关系有利于信息的有效到达。沟通力指标,笔者设计了三项二级指标,即“沟通粉丝的能力”、“沟通行业机构的能力”和“沟通媒体的能力”。该套指标的数据采集可以通过大数据第三方监播工具获取。例如 Social baker 等监播工具可以识别账户和用户之间

的对话次数,这便可作为“沟通粉丝能力”的佐证。

2. 传播效果指标体系

该体系评估的是国际旅游营销的传播效果,包括传播力和吸引力。传播力评估的是国际旅游营销的社交影响力,吸引力评估的是国际旅游营销的社交吸引力和目的地吸引力。

(1) 传播力

国际传播力评价的是某一账户在社交网络的国际传播能力。在国内外学者的著述中,对于传播力的解读视角很多。其中,刘建明教授从媒介研究的研究视角出发,将媒体的国际传播力界定为:“媒介的实力及其搜集信息、报道新闻、对社会产生影响的能力,包括媒介的规模、素质、传播的信息量、速度、覆盖率及影响效果。”^[20]根据刘教授的定义,结合政府旅游官方账户的信息传播特征,笔者对传播力的指标进行划分,涵盖“社交网络影响力”和“二次传播力”两项二级指标。

其中“社交网络影响力”聚焦信息传播的覆盖率,由“意见领袖比例”、“媒体机构比例”和“优质粉丝比例”三项三级指标构成。意见领袖在注重“平民化和个性化”的社交网络上发挥着巨大的作用,社交网络用户更愿意信任和接受相关专业领域内“意见领袖”的推荐和意见,因而行业内的意见领袖具备很大的影响力。官方账户要在行业内扩大影响力,首先需要吸引意见领袖的关注,并积极与行业内的意见领袖建立关系,意见领袖的比例越高,该账户的传播力越大。“优质粉丝比例”在这里特指欧美地区粉丝的比例,国际社交平台的主要用户群集中于欧美地区,同时欧美市场也是中国国际旅游营销的重点突破地区。

“二次传播力”是指信息被二次传播的速度和规模。该项二级指标分别由两项三级指标“年度热帖传播速度”和“年度热帖的传播路径”(报名、投票活动贴除外)评估。“年度热帖传播速度”由年度排名前三的热帖的转发次数作为评价指标,“年度热帖的传播路径”笔者将选择年度排名前三的热帖转发层级作为评价指标。

(2) 吸引力

作为评估传播效果的第二级维度,吸引力评价的是该账户的社交网络吸引力和目的地吸引力。社交网络吸引力是指政府旅游官方账户在虚拟社交网络上的吸引力,分别由粉丝点赞率、粉丝转发率、粉丝评论率、粉丝增长率和粉丝保持率五项三级指标组成,其中点赞、转发和评论是评估粉丝和账户之间

的互动情况,粉丝增长和保持是评价账户的吸粉能力,都是该账户吸引力的体现。“目的地吸引力”则是评价该账户所推广地的形象接受情况,笔者根据态度的三个演变层级即“知晓、好感和意向”来评估用户心中的“目的地形象”。

3. 指标体系的应用范围和数据采集方法

该套指标体系是基于传播学的理论研究和综合各类旅游主管机构在开展社交媒体营销实践的基础之上,指标的选择具有综合性和全面性,可根据不同的研究目的用于大数据样本或者小数据样本的量化分析。因为不同类型的社交平台信息传播规则和平台使用方式有所差异,所以33项指标在不同的社交媒体平台上应用时会有所差别,在实际运用过程中需根据平台的信息传播规则和数据采样的可行性选择相关指标组合分析。

指标体系中量化的原始数据可开展抽样分析也可以由社交媒体账户监测工具抓取,实际数据需经过二次处理计算获取。具体指标的数据获取方式为:指标C1—C12和C16—C30可由社交媒体第三方监播工具提供的原始数据二次处理获取,目前国际上主要的社交媒体监测工具有Google analytics、Social baker和Klarity等。指标C13—C15和C31—C33则需通过抽样进行内容分析,人工阅读的优势在于可识别细腻的语词分析,精确测量指标数值。

三、社交网络传播效果指标体系的应用

笔者选取全球最大的社交网站脸书(FACEBOOK)平台,中国旅游城市中粉丝量排名靠前的地方城市旅游局公共主页,苏州主页(Visit Suzhou, China)和北京主页(Visit Beijing)作为研究案例,运用该指标体系对苏州和北京的境外旅游社交网络营销实践做初步检验。

笔者选取了苏州专页和北京专页在脸谱平台2016年4月1日至2016年6月30日一个季度两个账户的所有报道和评论数据作为基础研究样本,研究指标涵盖二级指标B1—B3, B5—B10。该部分数据由第三方监播工具Social baker月度监播报告分析获取。除此之外,为精确评估贴文质量,二级指标B4“功能丰度”和B11“目的地形象”的数据获取,项目组采用人工阅读的方式,进一步分析细腻的语义差别。本项研究选取的社交媒体平台是FACEBOOK,如上所述,鉴于FACEBOOK平台的信息传播方式和相关研究工具的限制,其中部分三级指标数据未能获取,包括B6、B7沟通媒体和行业机构的能力和C25热帖传播路径。

北京和苏州作为中国知名旅游城市,处于城市旅游国际化推广的提升阶段。结果显示,两地所开展的境外社交网络营销传播实践均已取得一定成效,从二级指标的得分来看,苏州和北京的分值参差不齐,各有优势(见图1)。

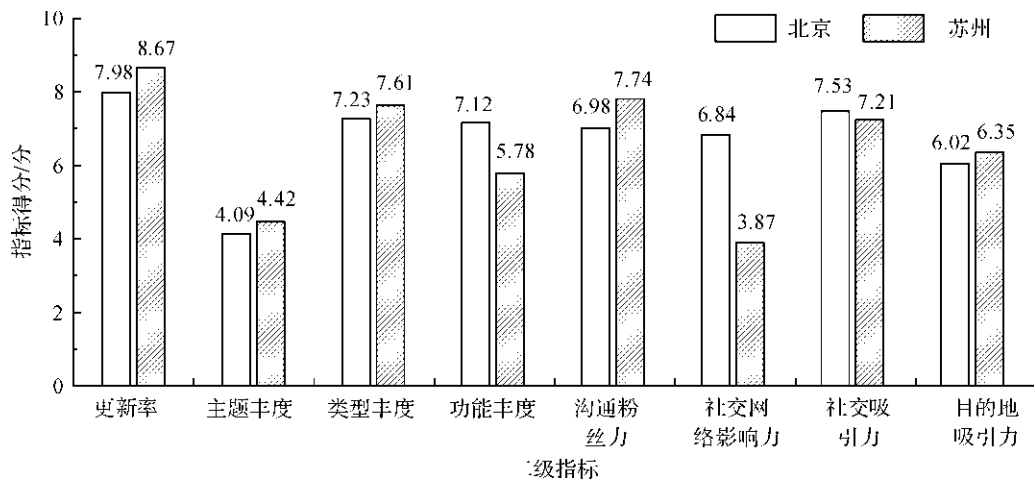


图1 北京和苏州二级指标比较

从“产出力”指标判断,苏州得分为7.76,北京得分为7.57,苏州高于北京。苏州专页的优势在于更新率,更新率苏州得分为8.67,北京得分为7.98。苏州每日平均发帖1.41条,北京每日平均发帖1.27条。北京专页的创意优势在于通过线上活动的

设计(互动游戏等)的设计打造目的地“虚拟体验”,加速虚拟世界和现实世界的互动,丰富了旅游目的地传播互动体系。北京与苏州在内容策略上,均以分享当地旅游资源的方式来吸引用户关注,包括当地美景、建筑、美食、文化等等。在营销活动的创新

实践上,两地迎合了当前社交媒体营销的趋势,开展O2O营销,即结合线下活动的举办,配合线上传播,通过投票、游戏、比赛这类具有激励性功能的活动或者贴文来提高用户的关注度和参与度。

从“沟通力”指标判断,苏州得分7.74,北京得分6.98,苏州优于北京。两个城市均比较注重与粉丝的对话,凸显热情好客的城市气质。北京专页针对粉丝评论的回复率为83.63%,平均响应时间是1.2天,基本为当天回复。苏州专业的回复率是85.12%,平均回复时间是1天,基本为当天回复。在与粉丝的互动中,两个城市的社交账号不仅主动答复粉丝的疑问,感谢粉丝的赞美,同时也主动解释负面或有误解的评论。

从“传播力”指标判断,苏州得分3.87,北京得分6.84,北京作为首都,在国际传播力上占有先发优势。然而,相对其他三项指标,传播力指标的得分比较低,这代表北京和苏州海外旅游账户的国际传播力相对较弱。从优质粉丝比例来看,北京账户占多数的粉丝都来自欧美地区,比例为55.21%,苏州为40.21%。从贴文的平均转发率来看,北京也略高于苏州。然而,由于国际环境、文化心理等差异性,无论是在旅游业还是其他产业,通过社交媒体营销提升海外传播力是中国各旅游主管机构面临的最大挑战,需要精心的内容设计和常态化传播机制建设。

从“吸引力”判断,两地得分不相上下,如图1所示,在“社交吸引力方面”北京专页占据优势,北京得分为7.53,苏州得分为7.21,数据表明北京和苏州专页的设计卓有成效,粉丝的参与度和好评度较高,粉丝增长和保持率稳定。研究数据显示,通过事件营销活动能有效提高互动数,活动期间,粉丝参与数据会有明显的上升;点赞、转发和评论是评价粉丝互动力的三阶层递指标,评论是最高级别的参与行为,纵观两个账户“粉丝评论率”指标,北京的粉丝评论率略高于苏州,北京得分为4.85,苏州得分为2.87分。从“目的地吸引力”指标来看,苏州专页占据优势,苏州得分为6.35,北京得分为6.02。知晓、好感和意向为层递指标,抽样数据显示,好感指数两市相近,苏州专页粉丝的目的地意向略高于北京,苏州为5.95,北京为4.55。结果说明,北京和苏州专业建构了优质的旅游形象,指示着传播效果的初步实现,形象的建构作用在于游客目的选择的第一阶段,在初期选择中具有关键性作用。

综合上述数据分析显示,北京和苏州的境外社交媒体营销实践都取得了相当的成效,处于“国际化”发

展的提速时期,在国际化旅游营销的道路上前行仍需付出艰苦的努力。目前,两市海外账户均以“互动”和“激励”为核心带动城市形象的推广,然而作为官方账户,两市社交媒体账户的品牌特征还不凸显。作为城市对外传播的窗口,官方主页相较于个人或者非官方组织具有更好的可信度、公信力、影响力和推动力,政府应走出宣传局限,树立品牌传播理念。平台角色应根据社交媒体信息传播的特征和海外用户的心理接受需求调整定位,从“劝服”向“分享”回归,强调资源的分享、关系的建立,从而帮助用户“自我实现”。

目前两市社交媒体营销的共同“短板”是在国际传播力上。回顾两地社交账户的热门互动议题几乎都是当地的自然环境和旅游资源,这同时也在其他风景旅游城市的官方账户上有所体现。相较于国内用户,海外的普通用户由于受到文化梯度的影响,对全国各地自然风景的辨识度不会很高,能清晰识别有代表性的“中国符号”并不多。因而,在阅读“风景类”图片信息时不可避免带来接受的类同感。中国各目的地城市这几年都在推进国际化进程,政府旅游的社交媒体营销传播应超越“营销旅游”的定位,拓宽国际视野,实现外交价值。

四、结 语

本文首先立足于传播学的视野,推演了国际旅游营销的社交媒体传播效果指标体系,并使用该套体系初步检验了杭州和苏州的国际旅游营销传播实践,通过一级指标和二级指标得分总体把握两市营销传播实践的优劣势,通过进一步检验三级指标找出其症结所在,抛砖引玉,希望能为将来的中国各级城市的国际旅游国际形象推广提供思路参考。

然而,该项研究在理论和方法上还存在一定的研究局限,首先在数据的采集上,部分指标的数据受到采集工具和人力限制无法精确获得,造成指标的得分不够精准,除此之外,由于篇幅所限无法逐个评析每个指标的得分。在研究方法上的局限主要表现在样本选择上,今后的研究将引入海内外的同类案例进行比对研究,针对社交网络营销传播进行更多的数据挖掘,从而进一步完善和修正指标体系,提高该套指标体系的理论阐释力和普遍适用性。同时,旅游目的地消费决策是一个非常复杂的程序化进程,旅游者从信息的获取到意向的形成直至行为的触发都受到心理变量、环境变量等诸多因素和不同作用机制的影响,因而今后的研究还应探析其影响因素,以求更好的提升传播效果。

参考文献:

- [1] Mcquail D, Windahl S. Communication Models: for the Study of Mass Communications[M]. 祝建华, 武伟译. 上海: 上海译文出版社, 1993: 345-367.
- [2] Simms A. Online user-generated content for travel planning—different for different kinds of trips? [J]. E-review of Tourism Research, 2012, 10(3): 1-10.
- [3] Huang L. Social media as a new play in a marketing channel strategy: evidence from Taiwan travel agencies' blogs[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2012, 17(6): 615-634.
- [4] Hudson S, Thal K. The impact of social media on the consumer decision process: implications for tourism marketing[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2013, 30(1/2): 156-160.
- [5] Presti O L, Raj R. Evolution of social media and consumer behaviour changes in tourism destination promotion [J]. International Journal of Business & Globalisation, 2013, 12(3): 358-368.
- [6] Verma R, Stock D, McCarthy L. Customer preferences for online, social media, and mobile innovations in the hospitality industry[J]. Cornell Hospitality Quarterly, 2012, 53(3): 183-186.
- [7] Mendes-Filho L, Mills A M, Tan F B, et al. Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning [J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2017(8): 1-12.
- [8] 蒋昕. 旅游目的地公共营销中的社交网络传播效果研究[D]. 武汉: 武汉大学, 2014.
- [9] 李君轶, 马耀峰, 杨敏. 旅游网络信息场理论及其导流机制研究[J]. 情报杂志, 2008, 27(12): 87-90.
- [10] 郑鹏, 马耀峰, 李天顺, 等. 信息技术变革中旅游信息传播概念模式研究[J]. 地域研究与开发, 2009, 28(6): 131-135.
- [11] 庞闻, 马耀峰, 郑鹏. 五种旅游信息传播模式的比较与整合[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 74-79.
- [12] 孙丽. 面向旅客的旅游信息传播效果研究[D]. 青岛: 中国海洋大学, 2009: 12-14.
- [13] Bastida U, Huan T. Performance evaluation of tourism websites' information quality of four global destination brands: Beijing, Hong Kong, Shanghai, and Taipei [J]. Journal of Business Research, 2014, 67(2): 167-170.
- [14] Hanson W. Principles of Internet Marketing[M]. Cincinnati: South-Western College Publishing, 2002: 125.
- [15] Wang Y C. Web-based destination marketing systems: assessing the critical factors for management and implementation[J]. International Journal of Tourism Research, 2008, 10(1): 55-70.
- [16] Lee J K, Morrison A M. A comparative study of web site performance[J]. Journal of Hospitality & Tourism Technology, 2010, 1(1): 50-67.
- [17] 陈柏霖. 社交媒体口碑传播效果研究: 基于解释水平理论和调节定向理论的视角[J]. 暨南学报: 哲学社会科学版, 2015(11): 99-105.
- [18] 宋慧林, 蒋依依, 吕兴洋. 过程视角下政府旅游公共营销绩效: 理论框架与评价指标体系构建[J]. 商业经济与管理, 2016(2): 80-88.
- [19] 蒋昕. 旅游目的地公共营销中的社交网络传播效果研究[D]. 武汉: 武汉大学, 2014.
- [20] 刘建明. 当代新闻学原理[M]. 北京: 清华大学出版社, 2003.

Research on the index system of social media communication effect in international tourism marketing

LIU Xi

(Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: More and more tourism cities have carried out social network marketing communication in recent years. However, there is still short of systematic index evaluation system for communication effect evaluation. Based on particularity of international tourism marketing effect evaluation, this study applied the theoretical frame about “Interactive Communication” and “communication effect” to build a comprehensive index evaluation system. This index system includes 4 dimensions (output, communication, propaganda and attraction), 11 second-grade indexes and 33 third-grade indexes. The official accounts of overseas tourism in Beijing and Suzhou were chosen as the cases. The index system was applied for preliminary experiment. The results indicate that two cities have their own specialties in international tourism marketing communication, and both are in the acceleration period of international development.

Key words: international tourism marketing; social media; communication effect; index system

(责任编辑: 任中峰)

春秋时期的齐鲁关系:基于会盟视角的探讨

任中峰^{1,2}

(1. 浙江理工大学杂志社,杭州 310018;2. 浙江传媒学院管理学院,杭州 310018)

摘 要: 从会盟的角度探讨了春秋时期的齐鲁关系,对齐鲁之间的会盟活动进行了统计,按照诸侯争霸的形势将齐鲁关系划分为四个时期,概括了不同时期会盟的特征,进一步分析了晋国会盟活动对齐鲁关系的影响。文章认为会盟是权力格局和利益关系的确认,会盟关系是齐鲁关系的重要内容。齐鲁关系的实质是晋齐关系,作为晋、齐势力过渡地带的鲁国是晋齐关系的一个微妙的平衡点。

关键词: 春秋;会盟;齐鲁关系

中图分类号: K225

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0170-06

春秋时期的齐国和鲁国是一对比邻而居的国家,但是两者的国家实力、国际地位有很大的差距。整个春秋时代齐国都是一个大国,在齐桓公时期齐国一度成为中原诸侯的霸主;而鲁国一直以来都是一个弱小的诸侯,它需要依附于霸主或强国才能得到安全庇护。这种实力和地位的差距构成了两国关系的现实基础,两国关系主要表现为会盟关系。会盟是春秋时期最为重要的国际沟通平台,诸侯各国通过会盟活动维系友谊、协调冲突、处理事务、达成共识、缔结协议、制定规则、分配权力。^{[1]60}春秋二百五十多年的历史中齐鲁关系不断地发生着变化,借助两国之间及它们与其他诸侯的会盟活动,从中大致勾勒出齐鲁关系的变化轨迹,从中可以概括不同时期两国关系的特征以及影响两国关系的重要因素。

一、会盟在齐鲁关系中的重要性

所谓“会盟”,既包括“会”又包括“盟”,是指春秋诸侯各国为解决他们之间的问题和冲突所举行的会议和盟誓活动。作为一种沟通和交往形式,会盟最早可以被追溯至原始社会^[2-4],西周时期会盟正式被

典章化、制度化,成为维系周王权力一种政治制度^[3,5]。春秋时期会盟活动的参加者主要是诸侯各国的国君和卿大夫,这些人在本国国内通常都是国内外事务的最高决策者,由这些重要政治人物参加的国际会盟活动所确定的国际关系,是当时主导性的国际关系。诸侯各国对会盟活动都非常重视,小国借助会盟向霸主表示顺服,寻求霸主支持和帮助;霸主通过会盟向顺服于自己的诸侯发号施令、推行霸权。会盟是一定期国际权力秩序的确认和体现。^{[1]184}

诸侯会盟是春秋历史上一个极为独特的现象,会盟的规模和频次都是空前绝后的,深刻地影响了当时的国际格局及后世的历史进程^[4]。一些研究者^[2,4,6-10]对会盟活动情况进行了统计,不同的研究者得出了不同的结果。笔者在参照其他人研究成果^[7,11-12]的基础上,以《春秋》和《左传》为基础对诸侯国之间的会盟活动进行了统计。结果显示,在255年的春秋历史中^①,诸侯之间共举行了275次会盟活动,其中会有100次,盟有175次,平均每年举行的会盟活动超过1次。

《春秋》及为解释《春秋》而撰的《左传》是以鲁国

收稿日期:2018-03-03 网络出版日期:2018-03-28

基金项目:教育部青年基金项目(14YJC860021)

作者简介:任中峰(1977-),男,河南安阳人,讲师,博士,主要从事传播学方面的研究。

① 按照《左传》的编年,从鲁隐公元年(公元前722年)到鲁哀公二十七年(公元前468年),春秋历史共计255年。

所记录的历史为基础编写的,它们对鲁国的会盟活动记载得非常详细^[13]。齐国与鲁国紧紧相邻,信息传递相对其他诸侯国来说更加便利,因此齐国的会盟活动也得到了比较详细的记载。在275次会盟活动中,鲁国共参加了其中的183次,齐国共参加了其中116次,两国都参加的会盟活动共计89次,齐鲁两国单独会盟29次,见图1。

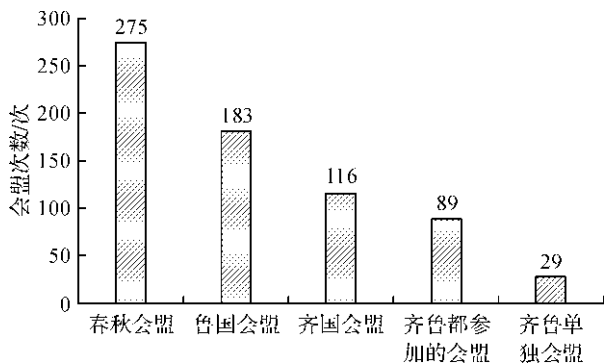


图1 齐鲁的会盟次数统计

会盟和战争是齐鲁关系中最重要两部分内容,它们交织在一起成为齐鲁关系的正反面。战争是引起结构变化最为重要、最富有戏剧性的因素^[14],意味着双方对现有权力格局和利益分配的否定;会盟则是对现有权力格局、利益关系的承认或构建,它意味着两国的和解与沟通。两国关系中强势的一方齐国经常以军事手段胁迫鲁国顺服于自己,弱小一方鲁国则通过会盟向齐国表示顺服以避免遭受更大的伤害,或者通过会盟联合晋国等其他强国制衡齐国。会盟对于齐国和鲁国来说都是非常重要的外交手段。

二、不同时期齐鲁会盟的特征

诸侯争霸是春秋历史的另一大独特现象,齐鲁关系存在于春秋诸侯争霸的特定历史情景之中,争霸活动深刻地影响了两国关系。历史学家通常按照争霸进程将春秋历史划分为若干个具体的阶段^[15-16],结合齐、晋、楚等国的争霸活动,可以将齐鲁两国的会盟关系划分为以下四个时期。

(一)霸前时期

这一时期主要指的是齐桓公成为霸主之前的一段时间,大致涵盖了鲁隐公元年(公元前722年)至鲁庄公十二年(公元前682年)共41年的历史。这一阶段还没有出现像后来齐桓公那样建立了广泛霸权的霸主,中原地区最为强盛的国家是郑国,而齐国仅仅是郑国的一个盟友。^[16-17]中原地区的诸侯结成了宋卫、郑齐两大对立的军事集团,宋和郑分别是这

两个集团的核心。这一时期齐国参加了16次国际会盟活动,鲁国参加了36次,齐、鲁两国都参加的会盟活动共有11次。该时期两国会盟的频次总体而言并不是太高,这表明两国的交往并不是特别紧密。

齐国并不是这些会盟活动的主导者,会盟主题所围绕的大部分都是齐国的盟友郑国和其对手宋国。大部分时间里齐国看起来更像郑国的副手,它与鲁国的关系主要取决于郑鲁之间的关系。鲁隐公六年,齐僖公和鲁隐公在艾举行了盟誓,这件事刚好发生在郑国与鲁国建立友好关系之后,很明显齐、鲁建立会盟关系受到了郑国的影响。^[11]之后鲁国又参加了针对宋国的防之会、中丘之会和邓之盟,这意味着鲁国背叛了原来的盟友宋国加入了郑齐阵营集团。此外,鲁桓公即位后为了寻求外援、巩固君位而与强邻齐国结亲,两国国君先后在赢、讙两地举行了两次相会商议婚事。

郑庄公在鲁桓公十一年去世,郑国就此一蹶不振。这给齐国的崛起带来了机会,齐国逐渐成为北方诸侯中最强大的国家。随着实力的增加,齐国开始寻求对周边国家的支配权,事实上齐国至少从鲁桓公六年就开始谋划吞并纪国^①,而这是鲁国所不愿意看到的^②,两国的矛盾也就此产生。鲁桓公十七年的黄之盟,鲁国试图斡旋齐、纪之间的关系,但这次调解并没有成功,纪国没能避免最终被齐吞并的命运。鲁国调解齐、纪关系的失败已经显示了齐国对鲁国的轻视,更为过分的是齐襄公竟然与其妹妹即鲁桓公的夫人文姜私通,甚至鲁桓公也因此事被暗杀于齐国。^③

鲁国对于齐国的欺凌也无可奈何,只能对鲁桓公的死睁一只眼闭一只眼,鲁国甚至无法阻止文姜与齐襄公的再次私通。这种状态一直持续到鲁庄公八年齐襄公被弑才算结束。齐襄公死后公子纠和小白争夺齐国国君之位,鲁庄公与齐国在莒之盟支持公子纠,但结果却被小白抢先回国即位为齐桓公。有志于成为诸侯领袖的齐桓公采取了相对温和的对外策略,这使齐国与鲁国及其他中原诸侯在齐桓公时代保持了友好的同盟关系。

(二)齐桓主霸时期

从鲁庄公十三年(公元前681年)的北杏之会开始,齐桓公逐渐

① 《左传·桓公六年》记载,齐国欲灭纪国,纪侯到鲁国寻求帮助。

② 杨伯峻认为“纪为鲁甥”,即鲁、纪两国存在姻亲关系。见:杨伯峻,《春秋左传注》[M],北京:中华书局,1990:112。

③ 《左传》记载,鲁桓公十八年,鲁桓公和齐襄公在泺相会,会后鲁桓公与夫人文姜赴齐,后鲁桓公被齐国的彭生杀死于车中。

成为北方中原诸侯的领袖,他是第一个在更加广泛的地理区域内建立霸权的诸侯国君。齐桓公特别善于使用会盟来推行霸权,他称自己“寡人兵车之会三,乘车之会六,九合诸侯,一匡天下”^[18],可见会盟在齐桓公霸权中的重要性。依据笔者的统计,从鲁庄公十三年至鲁僖公十七年,齐国作为霸主共组织了28次诸侯会盟。^①在齐国组织的这28次会盟中,鲁国参加了23次,成为齐国最紧密的会盟伙伴,见图2。

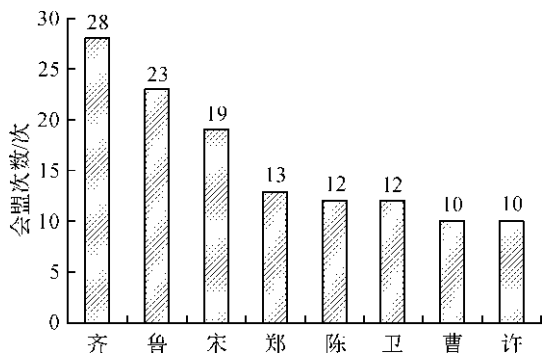


图2 齐桓公主霸时期齐国组织的会盟活动中诸侯的参加次数

鲁庄公十三年,庄公与齐桓公在柯举行盟誓,这意味着从此鲁国正式加入了齐国主持的国际社会。但是鲁国接下来却缺席了三次重要的会盟活动,这三次会盟活动分别是鲁庄公十三年的北杏之会、鲁庄公十四年的鄆之会、十五年的鄆之会,这三次会盟活动都是齐桓公争霸道路上的重要事件。这说明齐桓公称霸初期鲁国和齐国的关系还不是那么紧密,鲁国在齐国所主导的国际社会中被边缘化了。如果排除齐鲁单独举行的会盟活动,统计3个及以上国家参加的会盟活动,就会发现齐国最重要的会盟伙伴不是鲁国而是宋国。宋国参加了全部19次此类会盟活动,而鲁国参加了其中的14次,郑国参加了13次,卫、陈分别参加了12次,曹、许分别参加了10次。尽管鲁国并不是齐国最为重要的会盟伙伴,但它对齐国应该来说是比较忠诚的。这期间鲁国除了庄公与自己的女儿杞伯姬^{[20]285}有过一次相会的活动之外,鲁国没有参加过任何一次没有齐国出席的私下会盟。会盟往往被作为建立关系的一个标志,这说明鲁国此时的对外关系都为齐国的马首是瞻。

(三)晋楚争霸时期

齐桓公于鲁僖公十七年去世,在他去世后晋国逐渐取代齐国的地位成为北方诸侯的领袖。这时南方的楚国也开始强大起来,从某种程度上来说,楚国甚至比晋国还要强大。^[19]晋、楚这两个当时的超级

大国为扩张自己的势力展开了旷日持久的争霸活动,会盟被当作最为重要的争霸工具。普通的诸侯国需要响应霸主的号召参加霸主组织的会盟活动,这被视为对霸主的忠诚,而私下里与其他国家举行会盟活动则被视为对霸主的背叛,则很可能会招致霸主及其盟友的讨伐。晋、楚两国都无法彻底击败对方,时而晋占上风、时而楚占上风。按照晋楚此消彼长的争霸进程,童书业将晋楚争霸的历史划分成了五个阶段。^[16]由于本文考查的是齐鲁两国的会盟关系,这里不需要过多区分两国各占优势的不同时期,只需要将这一段时期笼统地称之为“晋楚争霸”并将之视为探讨齐鲁关系的背景即可。

晋楚争霸大致可以从鲁僖公十八年齐桓公去世开始算起^②,这时楚国已经肆虐于北方并击败宋国使诸侯臣服。晋楚争霸从鲁襄公二十七年的弭兵之盟逐渐趋于平息,但是真正标志晋楚争霸结束的是鲁定公四年的召陵之会。这次会盟是春秋历史上最后一次大规模的会盟活动,参加的国家达到了19个之多。此次会盟之后大规模的会盟活动就此在历史上绝迹,再也没有哪个国家有力量组织影响广泛的大型会盟活动了。

这一时期齐国共参加了60次会盟活动,鲁国共参加了104次会盟活动,在这些会盟活动中有47次是重合的,即47次会盟活动齐、鲁两国都参加了。这意味着鲁国的104次会盟中,有57次是没有齐国出席的。47次两国都参加的会盟活动中,大部分晋国都出席了,齐、鲁单独私下里的会盟并不多。这表明晋楚争霸的大部分时间里齐国和鲁国都一起追随晋国的脚步,两国私下的交往并不是很多。

由于晋国的崛起,齐国已经不再是齐桓公时期的霸主了,但它依然是诸侯中的大国,它在东方诸侯^③依然具有类似于区域霸主的话语权。^{[20]881}为了维护自己区域霸主的地位,齐国并没有完全放弃对鲁国的控制。从鲁文公十六年到鲁宣公十五年,齐国与鲁国举行了6次会盟活动,在这期间齐国还数次攻打鲁国,鲁国被迫以会盟活动向齐国表示顺服。同时齐国也没有放弃对霸主地位的窥觑。鲁昭公二

① 齐桓公于鲁庄公九年即位,但从鲁庄公十三年的北杏之会才开始登上国际会盟的舞台。齐桓公于鲁僖公十七年去世。

② 期间短暂地出现了宋襄公争霸的事件,宋国力量过于薄弱,楚国轻易而举地击败了宋国。

③ 杜预对《左传·襄公十年》的注曰:“光从东道与东诸侯会遇……。”孔颖达正义曰:“盖邾、莒、滕、薛之徒,自相会遇也。”东诸侯主要指的是邾、莒、滕、薛这些小国。

十六年,齐景公还组织了5个国家参加的鄆陵之盟,谋划送出逃在外的鲁昭公回国夺回君位,试图借此提高齐国在国际上的声望,以和晋国争夺北方诸侯的领导权。

(四)霸后时期

鲁定公四年的召陵之会以后,晋、楚都已无力像以往那样组织大规模的会盟集团展开对抗,晋楚争霸的两极格局彻底结束了,春秋进入了一段可以被称之为“霸后时期”的历史。晋、楚霸权的衰落使齐国看到重建霸权的希望,齐景公开始发起会盟活动,组织中原诸侯背叛晋国。由于晋国无力再对中原诸侯的事务进行有效的管理,齐国得以更加肆无忌惮地寻求对鲁国的控制。这一时期齐国共组织了12次会盟活动,鲁国参加了其中的8次,可见齐国对鲁国逼迫之急。

鲁定公十年的夹谷之会,齐国甚至计划以武力劫持鲁定公,齐国要求鲁国在齐国出境打仗时派“甲车三百乘”跟随作战,这等于让鲁国侍奉齐国为霸主;鲁定公十四年的牵之会,鲁国跟随齐国谋划救助晋国内乱中的范氏、中行氏,此举的目的在于进一步削弱晋国的力量;鲁哀公十七年的蒙之盟,鲁哀公没有向齐平公稽首^①,四年后的鲁哀公二十一年,齐国在顾之盟上因此事斥责鲁国;鲁哀公二十年的廩丘之会,鲁国跟随齐国谋划为郑国攻打晋国。这些会盟显示,霸后时期的鲁国几乎完全受齐国挟制,尽管在这期间鲁国曾以武力抵制过齐国,但在大多数时候都屈从了齐国的意志。

从整个春秋的历史来看,霸前时期齐国对鲁国的控制是最弱的,可以说齐国无意也无力将鲁国划为自己的势力范围;齐桓主霸期间,鲁国成为齐国忠实的追随者,参加了齐国组织的绝大部分会盟活动,但齐国最重要的会盟伙伴却是宋国;晋楚争霸期间,齐国作为东路诸侯领袖,并没有完全放弃对鲁国的控制意图,特别是鲁文公、鲁宣公、鲁昭公为国君的部分时间段,齐国都曾经试图从晋国那里夺回对鲁国的控制;霸后时期,齐国在重建霸业的企图中加紧了对于鲁国的征服,鲁国被迫加入了齐国组织的以叛晋为目的的会盟集团,两国的会盟次数大大增加了。

三、晋国会盟活动对齐鲁关系的影响

齐国在齐桓公去世后并没有向郑庄公去世后的郑国那样一蹶不振,但它并没有实力继续保持霸主地位,因为在北方崛起了一个比它更加强大的晋国。晋国的重耳(晋文公)结束了相当长时间的流亡生涯

之后,在秦穆公的护送下回到晋国夺取了君位。鲁僖公二十五年,晋文公在大夫狐偃的劝说下开始了建立霸权之路。^② 鲁僖公二十七年,大夫先轸进一步提出争霸策略:“报施救患,取威定霸。”^③ 晋国在城濮之战中击败楚国,实现了“一战而霸”的既定目标。晋国在北方的霸业一直持续到鲁定公四年的召陵之会,此后晋国由于长期争霸的消耗、卿族内讧、吴、越的崛起以及齐国对北方诸侯的笼络,晋国的霸权才遭到彻底瓦解。晋国从鲁僖公二十八年的践土之盟开始成为齐鲁关系中最为重要的影响因素。整个春秋期间,晋国共参加会盟110次,齐国参加了其中的42次,鲁国参加了其中的74次。显然作为一个小国,鲁国与晋国的交往比齐国与晋国的交往更为紧密。

尽管齐国失去了北方霸主地位,但它仍然是一个有能力挑战晋国的大国。鲁襄公二十七年的弭兵之盟上,晋国也明确承认它无法驱使齐国。尽管这可能是晋国的托词,但也反映了齐国的实力仅次于晋、楚两位霸主。晋国霸权创建的过程中,齐国曾经给予了极大的帮助。城濮大战中齐国站在了晋国的一方,与晋、秦、宋一起对楚国作战。战后晋国组织北方诸侯在践土盟誓,齐、鲁都参加了此次会盟活动,表明两国都承认了晋国的霸权。但晋国势力的扩张必然会威胁到周边大国的区域霸权。正是由于这一原因,齐国和秦国先后都选择了与楚国联合以制衡对它们威胁更大的晋国。

从地缘上来看,鲁国处于晋国和齐国之间,正好是晋国势力和齐国势力之间的过渡地带。齐国自然不希望鲁国脱离它的控制而加入晋国的体系,但是连齐国自己都需要不时向强大的晋国表示顺服的态度,鲁国依附于晋国更是一个无法避免的结果。附近国家的威胁比国际体系中最强大的国家的威胁更受到关注^[21],对于鲁国而言,它可能认为齐国的威胁比晋国更大。鲁国的孟献子曾向晋悼公表示:“以敝邑介在东表,密迩仇讎,寡君将君是望,敢不稽首?”^④ 与其总是要依附于一个强国,不如顺服于最强

① 孔颖达认为“稽首”是“诸侯事天子之礼也”。鲁国认为用天子之礼拜见齐侯是非礼之举。见:《十三经注疏》整理委员会:《春秋左传正义[M]》,左丘明,传,杜预,注,孔颖达,正义,北京:北京大学出版社,1999:823-824。

② 《左传·僖公二十五年》记载,狐偃向晋文公建议:“求诸侯,莫如勤王。诸侯信之,且大义也。继文之业而信宣于诸侯,今为可矣。”

③ 见《左传·僖公二十七年》。

④ 《左传·襄公三年》记载,长檣之盟上鲁襄公向晋悼公行稽首之礼。孟献子对此进行了解释,他将齐国称作鲁国的仇敌。

大的那个,这样还可以借助霸主的力量庇护于自己。

因此晋国是影响齐鲁关系的重要因素。顾栋高^[11]指出,“故齐之於鲁,如切之钢疾,不时閒作,所藉以扁鹊者唯晋,晋伯息则鲁无所控愬。”齐国常常在晋国势力稍衰时逼迫鲁国向自己臣服,当晋国组织力量对它实施打击后,齐国会中止对鲁国的苛求。齐懿公年间,齐国多次攻打鲁国,晋国接受了齐国的贿赂而置之不理,鲁国只好向齐国屈服,两国举行了阳穀之会、鄆丘之盟、穀之盟。鲁宣公十二年,楚国在郟之战中击败晋国,鲁国便于宣公十四年与齐国举行了穀之会,并于次年举行了无娄之会,两次会盟的目的明显都是在晋国力量遭到削弱后向齐国示好。

晋国为了维护鲁国及其他诸侯对它的忠诚,也会在必要时发起会盟、组织力量对齐国加以讨伐,这在客观上使齐国暂时不敢对鲁国逼迫太急。例如重创齐国的鞌之战正是在鲁国和卫国的请求下展开的。为了举行鞌之战,鲁宣公十七年,晋国组织了卷楚之会和断道之盟,鲁成公元年,鲁国又与晋国举行了赤棘之盟寻求庇护,在击败齐国之后晋国又举行了爰娄之盟对战争结果加以确认。鲁襄公十八年的平阴之战,同样也是在鲁国的多次请求下发动的。齐国没有参加晋国在鲁襄公十四年举行的戚之会,鲁襄公十六年的溴梁之盟上齐国又逃避了盟誓活动,在这期间齐国多次出兵攻打鲁国,这些行为都显示了它对晋国霸权的挑战。鲁襄公十六年,鲁国的叔孙豹抓住时机到晋国控诉齐国的行为,晋国于是决定讨伐齐国,先后组织了鲁济之会、祝柯之盟,最终导致了平阴之战的爆发。

齐景公时期,齐国为了与晋国争夺诸侯而对鲁国采取了相对温和的策略。鲁昭公七年,齐国主动向鲁国示好,双方举行了莅盟活动。鲁昭公二十六年,齐景公召集临近的莒、邾、杞举行鄆陵之盟,商讨将被逐在外的鲁昭公送回国内重夺政权。鲁昭公在与季氏争夺权力的斗争中失败而出逃在外,昭公多次向霸主晋国控诉此事,但晋国正忙于平定周室王子朝的内乱,无暇顾及鲁昭公之事。这对于齐景公而言正是一个提高国际声望的好机会,因此他积极地帮助鲁昭公复位,但最终半途而废。

在一些情况下,如果齐国能保持对晋国的顺服,晋国也会不惜牺牲鲁国的利益来换取它的忠诚。例如,鲁成公二年鞌之战后的爰娄之盟上,晋国逼迫齐国归还鲁国的汶阳之田。但在鲁成公八年,晋国又命鲁国将该块土地交还给齐国。六年之内汶阳两易

其主,原因就在于齐国顺服了晋国^①,晋国不惜牺牲鲁国来笼络齐国这个对它来说更重要的大国。

齐桓公之后的齐鲁关系实质上是晋齐关系,鲁国作为大国中间的小国,它的国际处境取决于周边大国实力对比的变化。正如研究国际关系的学者所指出的那样,“国际体系的特征是由大国的兴衰来决定的,这些国家决定了国际互动模式并建立了体系运行规则。大国的兴衰改变了体系内部的权力分配关系”。^[22]而“(国际)体系的界限是按那些大国极力施加控制和影响力的区域来划分的。”^[23]对于晋国而言,齐国对鲁国的控制不能威胁到它在北方的霸权;对于齐国而言,晋国势力的扩张不能妨碍它在东部的区域霸权,鲁国实际上可以被视为是晋齐关系的一个微妙的平衡点。

四、结 语

齐桓公主霸时期和晋楚争霸时期,霸主热衷于使用会盟来控制包括鲁国在内的诸侯各国,两个时期5个及以上诸侯国参加的大规模会盟活动举行了86次,会盟对国际关系的影响力可见一斑。鲁定公四年的召陵之会后,大规模的会盟活动基本消失了,但齐国依然试图通过会盟影响鲁国。不过会盟对于国际关系的重要性逐渐地降低了,战争逐渐取代会盟成为解决国际冲突最主要的方式,春秋历史也转入更加残酷的灭国兼并时代——战国。战争同样是齐鲁关系的一个重要方面,遗憾的是本文对齐鲁关系的考查没有充分考虑战争的因素。如果能够将齐鲁之间的战争也梳理一下,再配合以会盟的数据,将使我们有机会更加准确地描绘齐鲁关系的变化轨迹,更加充分地探讨齐鲁关系变动的原因、结果以及影响因素。此外,周边的邾、莒等小国与齐、鲁的交往十分密切,这些小国和鲁国一样都同属于齐国的势力范围,它们对齐鲁关系的影响也是一个重要因素,未来的研究也可以将这些小国因素考虑在内。

参考文献:

- [1] 任中峰. 春秋会盟的沟通机制[D]. 上海:上海大学, 2017.
- [2] 张二国. 先秦时期的会盟问题[J]. 史学集刊, 1995(1): 11-18.
- [3] 张全民. 试论春秋会盟的特点[J]. 吉林大学社会科学学

^① 杜预曰:“齐服事晋,故晋来语鲁,使还二年所取田。”见:《十三经注疏》整理委员会. 春秋左传正义[M]. 左丘明,传. 杜预,注. 孔颖达,疏. 北京:北京大学出版社,1999:729.

- 报,1995(4):29.
- [4] 莫金山. 春秋列国盟会之演变[J]. 史学月刊,1996(1):14.
- [5] 田兆元,罗珍. 论盟誓制度的伦理与孔子信义学说的形成[J]. 湖北民族学院学报(哲学社会科学版),2006,24(6):15.
- [6] 徐杰令. 春秋会盟礼考[J]. 求是学刊,2004,31(2):107-113.
- [7] 刘伯骥. 春秋会盟政治[M]. 台北:中华丛书编审委员会,1962:216.
- [8] 张高评. 台湾近五十年来《春秋》经传研究综述:上[EB/OL]. [2016-06-13]. http://ccs.ncl.edu.tw/Newsletter_91/p001-018.pdf.
- [9] 廖秀珍.《春秋左氏传》会盟研究[M]//林庆彰,主编. 中国学生思想研究辑刊·初编:第15册. 台北:花木兰文化出版社,2008.
- [10] 邓曦泽. 冲突与协调:以春秋战争与会盟为中心[M]. 北京:人民出版社,2015.
- [11] 顾栋高. 春秋大事表[M]. 吴树平,李解民,点校. 北京:中华书局,1993.
- [12] 姚彦渠. 春秋会要[M]. 北京:中华书局股份有限公司,1955.
- [13] 杨伯峻. 春秋左传注[M]. 北京:中华书局,1990:23.
- [14] 基欧汉. 奈. 权力与相互依赖[M]. 门洪华,译. 北京:北京大学出版社,2002:43.
- [15] 钱穆. 国史大纲[M]. 北京:商务印书馆,1990:52.
- [16] 童书业. 童书业著作集:第一卷:春秋史[M]. 童教英,整理. 北京:中华书局,2008:231.
- [17] 徐喜辰,斯维至,杨钊. 中国通史:第三卷:上古时代[M]. 白寿彝,主编. 上海:上海人民出版社,2004:363.
- [18] 司马迁. 史记:第五册[M]. 裴骃,集解. 司马贞,索引. 张守节,正义. 北京:中华书局,1959:1491.
- [19] 赵鼎新. 东周战争与儒家国家的诞生[M]. 夏江旗,译. 修订本. 上海:华东师范大学出版社,2011:63.
- [20] 《十三经注疏》整理委员会. 春秋左传正义[M]. 左丘明,传. 杜预,注. 孔颖达,疏. 北京:北京大学出版社,1999.
- [21] 斯蒂芬·沃尔特. 联盟的起源[M]. 周丕启,译. 北京:北京大学出版社,2007:154.
- [22] 詹姆斯·多尔蒂,小罗伯特·普法尔茨格拉夫. 争论中的国际关系理论[M]. 阎学通,陈寒溪,等译. 北京:世界知识出版社,2002:90.
- [23] 吉尔平. 世界政治中的战争与变革[M]. 宋新宁,杜建平,译. 上海:上海人民出版社,2007:45.

Discussion on the relationship of Qi and Lu in Spring and Autumn Period: from the perspectives of interstate conferences and alliances

REN Zhongfeng^{1,2}

(1. Periodicals Agency of Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China;

2. School of Management, Zhejiang University of Media and Communication, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The relationship between Qi and Lu which were two leud states in ancient China's Spring and Autumn Period was discussed from the perspectives of conferences and alliances. The author collected the statistics of conference and alliance activities attended by Qi and Lu, divided the relationship between Qi and Lu into four periods according to the situation where princes vied for supremacy, summarized the characteristics of different periods, and further analyzed the influence of Jin's conferences and alliances on the relationship between Qi and Lu. The author concluded that conference and alliance system was a reflection of the structure of interstate relationship and power, which also was the most important part of the relationship between Qi and Lu. The author pointed that the relationship between Qi and Lu was the relationship between Qi and Jin essentially and Lu was a sensitive balance point between those two main states.

Key words: Spring and Autumn Period; conferences and alliances; relationship between Qi and Lu

(责任编辑:王艳娟)

日本萨摩藩对琉球的控制及其隐蔽政策探析

杨 洸

(洛阳理工学院学生处,河南 洛阳 471023)

摘 要:通过对萨摩控制琉球的措施、萨琉的“隐瞒”政策、琉球的“自保”政策和明清的“无视”态度的解读,揭示古代东亚历史转折时期中、琉、日三国的高度复杂关系以及琉球真正的地位,驳斥了“琉球是近世日本幕藩体制国家的一部分”等一系列谬论,从侧面揭示了保持强大国力军力与保持高度警惕性和敏感性对于维护国家与民族利益的极端重要性。对中国使臣的颠预与渎职行为的论述和明清中央政府的消极对外政策的批判,也为后世留下了深刻的启示与警惕。

关键词:萨摩;琉球;隐蔽政策

中图分类号:K303

文献标志码:A

文章编号:1673-3851(2018)04-0176-07

琉球,地处我国东南,自明朝洪武五年(公元1372年),正式成为我国藩属,不但年年入贡,世世来朝,并且遣送官生,进献方物,执礼甚恭。自嘉靖以后,明朝国势衰微,而日本对于琉球也渐生觊觎之心,常存吞并之意。1609年,萨摩岛津氏派兵三千,攻入琉球,国王尚宁被俘,两年以后,国王尚宁获得释放,回归故国。自此,琉球历史进入了所谓的“两属时代”,表面上是中国藩属,却暗中受萨摩钳制,沦为其剥削压榨的对象,萨摩藩强迫琉球恢复与明清两朝的朝贡贸易,均是在隐瞒中国的情况下进行的,此骗局维持了270多年。直到近代,中日两国就琉球问题进行谈判时,中国才知道琉球成为萨摩的傀儡已有二百多年。

1609年的“萨摩入侵”是琉球历史发展的重要节点。学界对该问题的研究,主要集中于中国和日本两地。中国学者通常认为萨摩入侵琉球是贪图中琉丰厚的朝贡贸易,并非为了吞并琉球,此役导致琉球开始了明属中国,暗由萨摩控制长达270年之久的“两属时代”^[1-2]。此外,我国一些学者在研究琉球进入“两属时代”过程的同时,还利用历史事实和法学理论,驳斥了部分日本学者所谓的“自萨摩入侵后,琉球就属于日本”之类的谬论^[3-4]。

部分日本学者的观点同中国学者大致相同,认为萨摩藩主要是为了丰厚的中琉贸易,才发起入侵战争。战后萨摩藩一方面在政治、经济、社会和文化等方面控制琉球;另一方面要求琉球恢复中琉朝贡贸易,以期达到入侵琉球的目的^[5-6]。但一些日本学者为了给日本吞并琉球提供“合法性”,往往歪曲历史史实,提出了所谓的“萨摩统治琉球”、“幕藩体制下的琉球”以及“日琉同祖论”等谬论^{[7]149,[8]125,[9]}。

综上所述,从国内外对萨摩入侵琉球以及琉球“两属”地位等方面的研究可以看出,学术界缺乏通过研究萨琉隐蔽政策来探讨琉球地位的著作,且对萨琉隐蔽政策的研究也不充足,缺乏对册封使无视萨琉关系的行为进行评价的著作。有鉴于此,本文通过论述萨摩入侵琉球以及萨摩控制琉球的具体措施,分析萨琉的“隐瞒”政策、琉球的“自保”政策、明清的“无视”态度体现和展开情况,揭示古代东亚历史转折时期中、琉、日三国的关系以及琉球真正的地位,也力图为当今中国的对外关系和对外政策提供启示。

一、萨摩对琉球的控制

明朝以前,日本和琉球因地缘关系而时有往来。

到了明朝宣德七年(公元1432年),“琉球国王按照明宣宗的要求宣谕日本后,双方的联系才日益加强”^[10]。此时日本和琉球之间只是平等的邦邻关系。日本和琉球的交往,主要发生在九州的萨摩藩与琉球之间。1609年,日本萨摩藩以武力进攻琉球,琉球王尚宁和众大臣被俘至鹿儿岛。萨摩藩入侵琉球的根本目的是为了插手中琉之间的朝贡贸易,获得长期的经济利益。战后,“琉球开始被萨摩藩非法控制,在相当程度上成为其经济和政治附庸”^[11]。

(一)琉球君臣对萨摩的宣誓

1611年9月,琉球国王与大臣们为了早日归国,在萨摩藩的逼迫下,分别向岛津氏献上宣誓书,以此表明他们对萨摩岛津家族的效忠,他们在誓书中被迫写到“琉球自古附庸萨摩岛津君侯,每有承袭,必舫纹船遣祝贺,献之方物,莫懈聘问”^[12],对之前自己的“无礼”行为进行了检讨与反省,又痛陈自己在战争中的无能,对萨摩岛津氏释放自己归国表达了深刻的谢意,发誓归国后对萨摩岛津氏唯命是从,不敢怀有二心。从此,琉球国的最高统治者事实上成了日本萨摩岛津氏。此外,琉球的官员也被萨摩藩所控制,他们已经不再是琉球国王的私属大臣,彻彻底底成为萨摩藩的奴仆。

(二)《掟十五条》的签订

尚宁王及三司官,除了向萨摩呈献效忠于岛津氏的宣誓书外,还被迫承认了《掟十五条》,不过早在此前,尚宁王尚在鹿儿岛时,萨摩已经派官员到琉球,颁布了《掟十五条》。该十五条涉及内容非常广泛,涵盖了琉球王国内政、外交、经济、宗教以及风俗等。经济上,琉球王国的生命线已经完全断绝,从此萨摩藩开始插足中琉之间的朝贡贸易,此外,琉球也彻底丧失国际贸易之利,而琉球本身农业水平极为脆弱,生活所需大多依靠航海贸易,至此一概禁绝,仰萨摩鼻息,琉球王国生机完全失去,其大航海时代^①至此落下了帷幕。政治上,该条约解除了琉球君臣之间的主从关系,萨摩藩控制了琉球三司官的任免权,使琉球国王的权力受到了极大的限制,从此,琉球官吏的主子不在是琉球国王,而是萨摩藩岛津氏大名,琉球国内的亲日势力得以座大。宗教方面,该条约的签订大大降低琉球宗教祝女的权利,从而对琉球王府的权利结构进行重新布局,分解了王权,使得琉球不得不从政治上从属萨摩藩。《掟十五条》的签订,已使琉球基本上失去其自主权利,一切重要事项均须听命于萨摩藩。

(三)《教令十一条》的签订

1613年,萨摩藩强迫琉球签订《教令十一条》,其主要内容为:“第一、须年遣使催检,革其旧俗;第二、凡遣唐船,春发二月,秋发九月,皆回五月,是为定例,必遣官长督各勤惰,勿敢违期;第三、调物可以折价,计应混合输银叁拾贰贯钱,每年会计;第四、于王廩入,亦宜听裁;第五、需最注意,毋痛民矣;第六、须千斛别赋,造营夫必出一人;第七、禁倭商客,抵于都岛;第八、凡于琉球虽自何国有求事着,非我藩符,勿苟听焉;第九、他邦遣船,亦非藩符,皆遵古制勿敢容焉;第十、如漂到船,不论来自何邦,均应救助;第十一、男女皆须劳动”^[12]。

《教令十一条》实质是先前《掟十五条》的补充,该条约的签订,使琉球与日本(萨摩藩除外)、朝鲜、越南、暹罗、爪哇等国的海外贸易被彻底断绝,琉球王国无法利用海外贸易以供国用,彻底成为了萨摩岛津氏的附庸。

(四)规定税赋及调物,每年缴藩

自萨摩攻占琉球以后,岛津氏多次派遣大批测量调查人员(竿奉行),在琉球本岛及其外岛,进行缜密而彻底地丈量与登记,然后按照收成,向琉球征收粮食、实物或现金。“估计其赋税占琉球总产量约三分之一,琉球物产本就匮乏,经此剥削,其惨可知”^{[13]52}。1610年,“久高、久幸国贞贞昌奉旨授三司官书,使于恶鬼纳及诸岛税额捌万玖仟捌拾陆斛,中以五万斛为王廩入,自余颁给诸王,犹或所余,宜混廩入,供王杂费”^[12]。并强迫琉球每年向萨摩缴纳“芭蕉布叁仟端、上布陆仟端、下布壹万端、唐芋壹仟叁佰斤、绵叁贯目、棕榈赤网黑网各百房,莛叁仟捌佰枚,牛皮贰佰张”^[12]。1612年,岛津氏要求琉球,把布匹、牛皮等土特产折算成现金缴纳。

(五)设立在番奉行和大和横目

为了进一步加强对琉球的控制,1631年,萨摩大名在琉球那霸港设立任期三年轮换制的“在番奉行”,其办公馆舍被称为“仮屋”^②。他们的主要职责在中琉之间的贸易和对外关系方面。此外,他们还负责传达萨摩藩发给琉球官员的命令。萨摩藩设立的“在番奉行”等于英国驻殖民地之总督,为代表萨

① 琉球“大航海时代”以1609年萨摩入侵琉球为下限,其上限则可追溯至1372年,期间琉球大力发展海上贸易,逐渐成为东北亚和东南亚贸易之中转站。

② 仮屋是岛津氏为处理战后相关事务,镇压和有效统治琉球在琉球所设立的临时战后统治机构。1631年后设为常设机构,由“在番奉行”进行主要事务的处理。

摩统治琉球之最高当局,实即琉球王之太上皇^{[13]54}。1632年,萨摩藩在琉球各地派遣多名监察人员,是为“大和横目”,相当于我国古代的“御史”,其主要职责是负责监察工作,向萨摩政府报告琉球人和萨摩驻琉官员的行为。

萨摩在琉球设立在番奉行和大和横目,其目的是为了进一步对琉球的政治和经济加以控制。至此,琉球王府所有的行为举动,都受到萨摩驻琉官员的监视与控制,琉球国王的权力被架空,其所主管的课税征收、对华朝贡贸易以及国内秩序的维持等,均是在“大和横目”和“在番奉行”的监视下进行的。

(六)插手中琉朝贡贸易

萨摩藩征服琉球,其中一个主要原因就是利用中国和琉球的宗藩关系,染指利润丰厚的中琉朝贡贸易。因此,萨摩藩不得不维持琉球依然是中国恭顺的藩属的表象,鼓励琉球王国坚持发展与中国的朝贡关系。

萨摩藩对琉球朝贡贸易的条例和规章非常明确而详细,“在番奉行”的监督也非常直接而有力,琉球官员没有主动权和决定权。“当琉球朝贡船离开那霸港前,要做好对船只的维修与检查工作。当‘渡唐银’从萨摩藩运来后,萨摩驻琉官员要马上进行核查……两名来自‘仮屋’的萨摩官员和两名来自琉球王府的琉球官员要检查船上所有的武器,察看武器上的签名,盖上他们的印章,并且将船上所有的物品登记造册。在商客和船员上船之时,还要核实登记簿上的官印。在检查工作期间,所有运到中国的货物都要由萨摩官员检验……在贡船起航之前,不允许其他船只靠近,‘仮屋’所派的官员和大和横目一直都在船上和岸上进行监督。当贡船离开那霸港后,往往要停留在庆良间岛和久米岛,等待有利的风向,因此,萨摩藩还要向两岛各派遣一名大和横目,对贡船进行严格的督察”^{[14]124}。这些条例和规章足以表明,萨摩藩政府特别重视防止其控制中琉贸易的事实被泄露出去。

萨摩以琉球为中介,榨取中琉朝贡贸易中丰厚的利润,琉球成为岛津家族的摇钱树,萨琉这种“非正常”的贸易合作关系,对萨摩藩而言是有百利而无一害的;对琉球而言则恰恰相反,是有百害而无一利的。著名冲绳历史学家伊波普猷把近世琉球形象地比喻为奈良河上的鸬鹚^①,是萨摩藩摄取中国财富的重要工具,琉球原是靠海外贸易谋生,一经萨摩侵略与盘剥,全国财政枯竭,人民生活困厄,不得不靠向萨摩藩借贷度日。

综上所述,萨摩侵琉使得琉球的社会性质发生了巨大的变化。在萨摩入侵之前,琉球只向中国朝廷进贡,是一个封贡体制下明朝的属国,其内政完全自治。而萨摩入侵之后,琉球阳为中国独属,暗为中日(萨)两属,琉球历史进入了“两属时代”,所谓两属,即:“一方面琉球仍然延续着对宗主国的封贡关系,是中原王朝的藩属国;另一方面琉球在政治、经济、社会、文化等方面逐渐被日本萨摩藩控制”^[3]。琉球虽然向中国朝廷的臣服,是出于自愿的,且中国并不干涉琉球内政,但其向萨摩藩的臣服完全是在武力的侵略和胁迫下被逼无奈的选择,纯粹是一个在政治上、军事上恃强凌弱的产物。经济上,中琉的朝贡贸易虽然继续进行,却被萨摩暗中操纵,且大部分利润归萨摩所有,琉球只是中萨贸易之间的“鸬鹚”。在萨摩藩的残酷压榨剥削之下,琉球社会由原来的“中国明代开化的黄金时代”沦为“日本萨摩藩劫持的苏铁地狱”^②时代”^{[13]146}。

二、隐蔽政策的实施

琉球被萨摩藩控制的同时,依然同中国保持封贡关系,每当琉球王位更迭之际,中国朝廷便会派遣册封使来琉,册封琉球新君为王,自1609年萨摩入侵至1879年琉球被日本所吞这二百多年里,中国向琉球相继派出了9次册封使。当册封使来琉之际,萨摩藩便强迫琉球实行一系列隐瞒政策,致使册封使和中国朝廷无法洞察出萨琉的真正关系。

(一)隐蔽政策

册封使在使录中没有明确记载萨琉之间的特殊关系,是因为萨摩藩要求琉球执行一系列的隐蔽政策:1614年,萨摩规定:“琉球人禁止向中国人谈论萨摩入侵之事。关于此点,琉球万事善否,对中国人亦不得吐露丝毫”^{[15]134}。1617年萨摩藩颁布了禁止琉球人留日式发型和穿戴日式服装的规定:“琉球人,不可蓄留日本式须发,不能穿着日本式衣裳,既已为者,应当立刻停止。有违此旨令模仿日本人之样子者,在调查之后,将依法给予治罪”^{[15]135}。1624

① 鸬鹚是一种水陆两栖的鸟类,善于捕鱼,渔人用绳索系其颈,使其只能捕捉大鱼而无法吞食大鱼,大鱼即为渔人所收获,其只能靠小鱼果腹,因此,鸬鹚是一种捕鱼工具,有所获而自己不能享受,故以此来比喻萨摩控制下的琉球。

② 琉球民众在萨摩政权的残酷剥削下,过着惨无人道的奴隶生活,常常只能吃一种叫“苏铁”的果实来充饥,“苏铁”属热带棕榈科植物,有毒,连动物都不敢食之。吃多了可能立即死亡,吃得少还可以通过各种身体调节慢慢解毒,但长期食用仍会中毒而死,故史学家称近世琉球为“苏铁地狱”。

年,萨摩下令禁止琉球人使用日本制度和日本姓名:“令于琉球,自后官秩刑罚,宜王自制,勿称倭名,为倭服制”^[3],“如果琉球人的姓名恰好与日本人的姓名相似的话,这些读音相似的姓名须用不常用的、非日语的汉字合成词书写”^{[14]138}。

当册封使来琉之际,萨摩强迫琉球采取以下措施:“第一、所有日本官员如大和横目、在番奉行、及其部署,非妥善伪装混入册封者,一律迁居琉球东海岸偏僻之地;第二、取缔一切日文招贴、招牌;第三、一切典籍、记录、报告,均讳言庆长之役后日琉新关系”^{[13]64}。

此外,萨摩藩还实施了一个“宝岛”计策:1683年,在汪辑等人来琉之前,萨摩派平山次郎右卫门忠知、肥后平右卫门昌盛二人前往琉球处理中琉朝贡相关事宜,汪辑等人来到琉球以后,“平山和肥后二人同两名琉球在番奉行、四名随从以及六名‘船头’(萨摩七岛商人)等其他在琉日本人一道,以琉球国属地——宝岛人的身份,拜谒了汪辑等人”^[16]。萨摩试图借此引导中国人产生一种新的认识,即琉球与日本之间已无贸易往来,现如今的交易对象只有这些来自“琉球属地”——“宝岛”商人,如果此计策成功,今后萨摩商人与中国册封使船随员之间的贸易活动仍可以用“宝岛人”的身份继续进行,来自萨摩本土的官员则可以用“宝岛人”的身份,在公开场合继续对中琉在册封体系下的往来进行监视。但所谓的“宝岛人”在册封使汪辑看来,“其状狞劣……髡其顶,发际仅留一线,约之脑后,剪存寸许。夏日着棉短衣,赤足,腰插短刀”,此“绝不类中山人”、“或曰即倭人也”^{[17]724-725}。因此,萨摩的伎俩刚一推出就穿了帮,被中国册封使当场识破。

(二)萨摩藩的意图

萨摩强迫琉球推行隐蔽政策的根本原因是贪图中琉朝贡贸易的巨额利润,只要将“萨摩侵琉”、“萨摩控制琉球”以及“萨摩插手琉球贸易”等事实加以隐瞒,琉球便可以顺利地成为萨摩手中捕鱼的“鸬鹚”。相反,明清两朝政府“若闻中山为我附庸,嗣后不可以为进贡”^[18],萨摩就无法达到其目的。此外,当时的中国,在东亚甚至全世界都是数一数二的超级大国,如果中国察觉琉球沦为萨摩的附庸,势必会追究和干预,中日(萨)关系将出现危机。萨摩藩对于丰臣秀吉入侵朝鲜,招致中国以宗主国名义出兵援朝,丰臣政权因之崩溃一事记忆犹新,深恐因萨摩侵琉之事败露,因此断然命令琉球对明清政府采取隐蔽政策,这样既能得到朝贡贸易的好处,也不会开

罪中国。

萨摩对隐蔽政策的设计显得非常小心谨慎,在得知宝岛计策被册封使汪辑识破后,便对隐蔽政策进行修改,即:放弃宝岛计策,在册封使驻琉期间,所有萨摩藩的商人均要撤出琉球本土,不得与中国人交相贸易等,致使在汪辑之后下一任册封使徐葆光到来时,“吐噶喇^①等番舶无一至者”^{[20]30}。可见萨摩藩密切关注其隐蔽政策的效果,不断加以调整,欺骗了中国政府二百余年,可谓是煞费苦心。

(三)琉球的思虑与悲剧

琉球被迫推行隐蔽政策,正合“皇帝在远,拳头在近”这句谚语。尽管中国是琉球的宗主国,对琉球有义务保护,但中国距离琉球较远,且中琉海路险恶,而萨摩距离琉球较近,这种地缘状况,不仅局限了中国对琉球社会真实信息的获取,也会影响到中国对琉球的及时而强有力的保护。而萨摩正是利用其便利的地缘条件,牢牢套住琉球,威胁琉球。在萨摩藩的严密控制下,琉球怀有强烈的恐惧感。近代冲绳历史学家伊波普猷称,“萨摩藩实行的是奴隶制度”^[12]。这种态度也体现于琉球官员间流传的一句话:“交游中国,臣事日本”^{[14]150}。最后一位琉球王尚泰讲的一个故事也反映了这种情况:“如果琉球冒犯了中国,解释清楚就可以了,但如果得罪了萨摩藩,即使是一件微不足道的小事,琉球也会遇到麻烦。此句话成为琉球统治者一代又一代口耳相传的座右铭”^{[14]150}。

在这种情况下,琉球不得不接受隐蔽政策,但是接受此政策,对琉球也不是没有任何好处:第一,隐蔽政策可以使“萨摩控制琉球”等事实不被中国发现,确保了中琉朝贡关系维系,使琉球赖以生存的朝贡贸易得以延续。如果琉球成为萨摩附庸这一事实被中国发现,中琉朝贡关系可能会破裂,琉球的政权运营也将陷入危机。第二,接受隐蔽政策可以避免萨摩再次侵略。中琉朝贡贸易是琉球的生命线,也是萨摩的生命线,如果琉球不接受隐蔽政策,势必会招来萨摩更严厉的制裁,两权相害取其轻。第三,琉球利用中琉封贡关系,抵制萨摩的控制与权威,采用的是“以华制萨”的策略,在竭力寻求一种“权力平衡”。当时萨摩藩对中国还是有所顾忌的,正是这种顾忌的存在,才使其不敢明目张胆地吞并琉球,使得琉球的国祚延长了二百多年。

^① 土噶喇即宝岛也,册封使汪辑在《使琉球杂录》提到:“七岛者……惟宝岛较强,国人皆以‘吐噶喇’呼之”。

琉球曾在明朝封贡体制的荫底下逐渐成为“守礼之邦”和“万国津梁”,逐渐成为东亚海上王国。但自从1609年日本萨摩藩暗中劫持以后,在残酷的压迫下,琉球人过着惨无人道的奴隶生活。他们被迫欺瞒中国,敢怒不敢言,久而久之,看不到希望,对自己的命运难以把握,形成一种被大江健三郎称为“空道的性格”^[21]的国民性。近世琉球是长年在悲剧环境中偷生而来的悲剧性国家,正所谓“哀莫大于心死”。

三、中国的漠视

尽管琉球沦为萨摩藩的奴隶,但仍然受到中国朝廷的册封,每当琉球新王继位,中国皇帝都要派遣册封使至琉球,册封琉球新君为中山王,由于“琉球在海外,候北风而后可归,非可以人力胜者”^[22],册封使们往往在琉球驻留三个月以上,他们有充足的时间对琉球进行详细地考察,他们留下来的《使琉球录》就是最好的见证。但是,笔者对萨摩侵琉之后的中国册封使使录进行考察与解读,虽然其中载有若干怪异的迹象,但是并没有发现萨摩控制琉球的特别明显的记述。

(一)册封使录中的日琉关系

通过隐瞒措施,萨摩“成功”地保守住它强迫琉球臣服于己的秘密,但它却不可能长期瞒得住其在琉球施加影响这一事实,中国册封使绝非头脑简单之人。日本萨摩藩在琉球的影响没能逃过他们的法眼。《明史》和《明实录》中都记载了萨摩对琉球的侵略。萨摩入侵以前的册封使所写的使录中也提到琉球有日本人。由于中国册封使在接受委任后都要阅读中国关于琉球的记载,他们在琉球期间的亲身经历和观察能够证实琉萨之间密切关系的存在。胡靖指出:“八月初旬,日本萨师马(萨摩)人至,市利三倍矣,由馆前横道左行”^[23];张学礼指出琉球的“烟、刀、纸张、折扇、漆器之类,皆来自日本”^[24];汪辑甚至指出“相传琉球去日本不远,时通有无,而国人甚讳之,若绝不知有是国者”^{[17]724};1719年的册封使徐葆光发现了一个非常奇怪的现象,琉球平日流通的货币是日本宽永钱,但当册封使到来之时,却用琉球本土所产的钱币,“其平日皆行‘宽永通宝’钱(钱背无字,或有一‘文’字。按日本宽永元年为前明天启二年,岁在壬戌;此日本旧钱也。钱模大小,亦与前明万历钱相埒。钱质皆赤铜,每百值国银一钱二分。《国朝典汇》云:‘琉球市用日本钱,以十当一’;为近是),临时易之;使还,则复其旧”^{[19]510};1800年的册

封使臣李鼎元亦发现了此现象,却认为琉球人做出此举的原因是“盖国中钱少,宽永钱,铜质又美,恐中国人买去,故收藏之,特制此钱应用。市中无钱,以此,其用心良苦也”^[25];1765年的册封副使周煌指出他在琉球看到的许多中国典籍都是在日本出版的,书中的文字是汉字,但每行字的旁边有日文阅读标记,“询之云自福州购回,福州殊无是也。偶见有宝历、宽永日本诸僭号”^[26];1800年的册封使赵文楷称“宝刀购自日本,琉人讳言与倭通,则曰‘出宝岛’,其实宝岛、恶石岛、土噶喇,皆倭属也”^[27]。

上述例子表明,虽然中国册封使发现了日本对琉球的影响,甚至看穿了萨琉的欺瞒措施,但是没有证据显示他们曾花费力气刨根问底,也没有要求琉球人交代日琉之间的关系,更没有向中国朝廷详细报告琉球的欺瞒行为。这些自大而颟顸的中国册封使们在琉球的半年,只顾享受款待,吟风颂月,游山玩水,过着一种脱离现实的雅客生活,他们满足于琉球王府表现出的忠诚,为他们在首里和那霸看到的所有中国化现象感到高兴,萨摩侵琉后中国所有琉球使录都表明,中国册封使(还有中国朝廷)对日琉关系一直抱着一种无视和无所谓的态度。直到1875年,当日本明治政府命令琉球禁止向清朝进贡、琉球向中国求援时,中国政府才猛然意识到,琉球实际上自1609年以来一直是萨摩藩的一个附庸。在随后中日就琉球问题的交涉过程中,清朝对琉球形势的无知到了令人震惊的程度。

(二)中国无视萨琉关系的原因

通过“使录”,也能看出,册封使也发现了一些日本对琉球影响的蛛丝马迹,但他们还是对日琉关系是抱着一种漠视的、无所谓的放任态度,这种无所谓态度也不难理解。首先,由于明清两朝海洋意识淡薄,对远在海外的属国琉球向来缺乏真正的“重视”,在朝廷看来,琉球只是一个大海中的蕞尔小国,既无经济利益,亦无战略价值,册封使也未对琉球过于关心。第二,明清时期,“中国对藩属国的基本原则是消极的,是放任不管的”^[28]。而且整个封贡体制的特性之一是防御,旨在维护现状以确保中国的安全。中国朝廷对藩属国只会怀远教化,一般不关注其内政和外交事务。虽然琉球是中国最忠诚的藩属国,但中国朝廷对琉球并没有战略上的重视。第三,当时日本对中国的威胁已经渐渐消除,二者处于相对和平的交往时期,因此这些册封使对日本问题并没有像之前夏子阳、谢杰等人那么敏感。第四,中国古代官场历来存在“多一事不如少一事,少一事不如没

有事的为官态度”^{[14]150}。册封使在琉球,受到当地官员和民众的极大尊重,他们的册封使命顺利完成,没有受到任何干扰回朝复命即可,似乎没有必要把萨琉关系弄得清清楚楚并向朝廷提出来,既对他们本人没有好处,也会给朝廷添加麻烦。第五,册封使的使录均是要呈报给皇帝阅览的,正因如此,他们记载的琉球社会各个方面情况都比较正面积极,特别要将琉球如何学习中国制度,琉球人如何仰慕中华文化以及琉球奇特的习俗文化等情况详加记载,使中国皇帝阅览后能够龙心大悦,至于那些负面消极的现象,要么不予记载,要么就曲笔带过。

四、结 语

萨摩藩为了攫取琉球对华的朝贡贸易利益,强迫琉球接受一系列不平等条约。收夺贡纳与朝贡贸易,就成为萨摩藩支配琉球的目的所在。为了不使中琉封贡关系出现任何破裂,萨摩藩要求琉球采取一系列隐蔽措施,表面上降低日本萨摩藩对琉球社会的影响程度,使册封使来琉之际,无法察觉萨摩控制琉球的种种手段以及琉球社会的真实面貌。

中国册封使到来之际,驻琉的萨摩人都要“肃静回避”,不敢正大光明地站在册封使面前,其狼狈和心虚可见一斑。近世的日琉关系更多的是贸易上的“合作”关系,政治上萨摩对琉球虽有控制但是与“归属”毫不相干,“琉球王国一直保持着与中国和日本之间的两属关系的平衡,寻求着本国独立自主的发展”^[1]。“1609年萨摩入侵琉球后,改变了以往的日琉关系,使之从对等关系变成了以强凌弱的关系,并使琉球王国受到了萨摩藩的制约,但并没有从根本上改变琉球王国的独自体制”^[29]。个别日本学者认为琉球是近世日本幕藩体制国家的一部分,即“幕藩体制下的琉球”^[7]或者“琉球王国已被萨摩藩实质性统治”^[8],显然与历史事实不符。

通过对册封使节以及明清两朝对琉球这种无所谓态度的分析解读,得出以下几点启示,对今日中国外交活动也是有所助益的。

第一,要重视周边小国对国家利益的重要性。对小国作用作出清晰的认知,有助于在国际竞争中掌握主动。否则可能会为子孙后代埋下祸根,制约国家的长久发展。清政府和国民政府对琉球地位和利益的轻视是造成今天我国东海问题的一个重要原因。

第二,要有居安思危的意识。政府和外交家要树立“居安思危,有备无患”的意识,只有这样才能

“清醒地看到日益激烈的国际竞争中带来的严峻挑战,清醒地看到前进道路上的困难和风险”^[30]。

第三,出访或外驻外国的官员要对出访国、对象国的社会进行细微观察,尤其是事关国防和对外安全的方面,不能仅仅看到表面现象,要认真加以研究。

参考文献:

- [1] 袁家冬. 日本萨摩藩入侵琉球与东亚地缘政治格局变迁[J]. 中国社会科学, 2013(8): 188-203.
- [2] 李若愚. 从琉球问题看日本的对外扩张政策[J]. 史学集刊, 2011(6): 117-123.
- [3] 修斌, 姜秉国. 琉球亡国与东亚封贡体制功能的丧失[J]. 日本学刊, 2007(6): 117-127.
- [4] 米庆余. 古代日琉关系考[J]. 世界历史, 2000(3): 58-65.
- [5] 秋山謙藏. 琉球征討以後に於ける島津氏の植民政略[J]. 史学, 1929, 8(3): 407-430.
- [6] 赤嶺守. 琉球王国: 東アジアのコーナーストーン[M]. 東京: 講談社, 2004: 114.
- [7] 高良倉吉. 琉球王国[M]. 東京: 岩波新書, 1993: 149.
- [8] 宮城榮昌. 沖繩歴史地図[M]. 東京: 柏書房, 1983: 125.
- [9] 新井白石. 南島志[M]. 東京: 榕樹社, 1996: 293.
- [10] 柳岳武. 明朝时期中、日、琉球关系研究[J]. 安徽史学, 2006(4): 25-34.
- [11] 修斌. 琉球地位的变迁及其复杂性[J]. 聊城大学学报(社会科学版), 2017(5): 49-54.
- [12] 伊知地季安. 南聘紀考(下)[A]. 琉球大学附属图书馆伊波普猷文库收藏版, 史料番号: 092. 4Ki11.
- [13] 杨仲揆. 琉球古今谈[M]. 台北: 台湾商务印书馆, 1990.
- [14] 费正清. 中国的世界秩序: 传统中国的对外关系[M]. 杜继东, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 2010.
- [15] 喜舎場一隆. 近世薩琉關係史の研究[M]. 東京: 国書刊行会, 1993.
- [16] 薛明. 清前期的中日关系研究[M]. 沈阳: 辽宁大学出版社, 2014: 171.
- [17] 汪辑. 使琉球杂录[M]//黄润华, 薛英. 国家图书馆藏琉球资料汇编: 上, 北京: 北京图书馆出版社, 2000.
- [18] 蔡铎, 蔡温, 郑秉哲. 中山世谱[M]. 北京: 中国文史出版社, 2016: 283.
- [19] 徐葆光. 中山传信录[M]//黄润华, 薛英. 国家图书馆藏琉球资料汇编: 中, 北京: 北京图书馆出版社, 2000.
- [20] 喜舎場朝賢. 琉球見聞録[M]. 東京: 東汀遺著刊行会, 1952: 序言.
- [21] 修斌, 付伟. 清琉封贡关系的确立及其影响因素探析[J]. 中国海洋大学学报(社会科学版), 2013(4): 41-45.
- [22] 陈侃. 使琉球录[M]. 台北: 台湾银行经济研究室, 1970: 17.
- [23] 胡靖. 琉球记[M]//黄润华, 薛英. 国家图书馆藏琉球资料汇编: 上, 北京: 北京图书馆出版社, 2000: 270.

- [24] 张学礼. 使琉球纪[M]. 北京: 中华书局, 1985: 9.
- [25] 李鼎元. 使琉球记[M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 1992: 128.
- [26] 周煌. 琉球国志略[M]. 北京: 京华书局, 1968: 276.
- [27] 赵文楷. 槎上存稿[M]//清代琉球纪录集辑, 台北: 台湾大通书局, 1984: 109.
- [28] Hsu Immanuel C Y. China's Entrance Into the Family of Nations: The Diplomatic Phase 1858 — 1880 [M]. Cambridge: Harvard University Press, 1960: 9.
- [29] 米庆余. 琉球历史研究[M]. 天津: 天津人民出版社, 1998: 89.
- [30] 江泽民. 全面建设小康社会, 开创中国特色社会主义事业新局面: 在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2002: 51.

Research on Japan's Satsuma control on Ryukyu and its covert policy

YANG Guang

(Students' Affairs Department, Luoyang Institute of Science and Technology, Luoyang, Henan 471023)

Abstract: Through the interpretation of Satsuma's measures to control Ryukyu, "hidden policy", Ryukyu's "self-protection" policy and "ignoring" attitude of Ming and Qing dynasties, the highly complex relationship among the three countries (China, Ryukyu and Japan) during the turn of ancient history in East Asia is revealed. As well, the real status of Ryukyu is disclosed. In addition, a series of fallacies are refuted, e. g. "Ryukyu is a part of Japan's Tokugawa Regime in modern times" and the extreme importance of maintaining strong national strength and maintaining high vigilance and sensitivity for safeguarding the interests of the nation is revealed from the side. Of course, the discussion of the carelessness and misconduct of Chinese envoys and the criticism of the negative external policies of the Central Government of the Ming and Qing dynasties have left profound enlightenment and vigilance for future generations.

Key words: Satsuma; Ryukyu; covert policy

(责任编辑: 王艳娟)

唐五代“以孙为子”“养弟为儿”现象初探

吴凌杰,俞 钢

(上海师范大学人文传播学院,上海 200234)

摘 要:唐五代时期,收养假子事例不断见于史书。文章从假子收养中较为特殊的“以孙为子”“养弟为儿”事例出发,通过对这种“紊乱昭穆”之事的汇集与研究,探讨该事例背后的渊源和其在唐五代法律、社会中的地位,进一步分析指出,人们出于传统儒家、宗嗣思想的影响和自身利益的抉择,对于这类“紊乱昭穆”的现象抱有一边批判、一边盛行的态度。

关键词:唐五代;昭穆;伦理

中图分类号:K242

文献标志码:A

文章编号:1673-3851(2018)04-0183-07

自古以来,中国传统礼仪制度讲究严格的等级关系,即“君君臣臣”“父父子子”之制,而在唐五代时期,“以孙为子”“养弟为儿”这种违背伦理之事却见于史书,这种“紊乱昭穆”之事的起源与形成值得学界关注。

关于学界对于“紊乱昭穆”事例的关注,在20世纪40年代就有所出现。刘盼遂先生是较早关注“紊乱昭穆”事例的学者,其《由周迄清父子之伦未全确定论》^[1]一文梳理了大量从先秦至清时期“紊乱昭穆”的事例,并以朝代有限,分门别类地列举出来,提出中国古代社会一直存在着伦理不定的观点,但其不足之处在于没有深入探讨这些“紊乱昭穆”事例背后的原因以及当时社会对其看法。进入二十一世纪后,由于学科的分化与学术研究的细化,史学家对于这种“紊乱昭穆”事例没有给予过多关注,仅仅只是将它看作一种特殊的养子制度,一笔带过,如戴显群先生《唐五代假子制度的类型及其相关的问题》^[2],文中探讨唐五代时期假子制度时提出了关于假子的“三种类型说”,并且部分提及了“以孙为子”“养弟为儿”现象,但未就此集中展开讨论,仅将其归于“三种类型说”。金眉先生《唐宋养子制度变动——以异姓男的收养为考察对象》^[3],主要讨论了唐宋时期收养制度中关于异性男的规定,也部分提及这一时期“紊乱

昭穆”事例,但他仅仅将其看为特例,对此弃而不论。郝振宇先生《西夏养子的类型及其社会地位》^[4]主要就西夏养子类型进行了讨论,认为西夏的养子类型与中原王朝不尽相同,拥有西夏自身的特点,从而部分提及了西夏社会中“养弟为儿”现象,提出西夏社会之所以对“养弟为儿”事例具有一定的包容性,是因为受到传统中原文化冲击影响的观点,该观点为研究五代“紊乱昭穆”事例提供了新角度。周鼎《西安所出两方唐代亲王墓志补释——兼论唐代皇室中的以孙为子现象》^[5]中提及到了唐皇室中“以孙为子”的现象,在考订二十世纪五十年代和八十年代新出土的蜀王李槐墓志铭时,提出“李槐确系代宗之子,但自幼便被其祖父肃宗收养为子,故其行辈遂与代宗同”的观点,这种观点为研究唐初皇室内部“紊乱昭穆”事例提供了新的材料。

总而言之,关于唐五代“紊乱昭穆”事例,学界研究较为不足,对于传统社会是如何看待“紊乱昭穆”之事的研究也较弱。部分学者关注到此类事例,但囿于题目与材料的限制,未能将其单独列出并加以讨论。因此,本文试图对唐五代时期“紊乱昭穆”的事例加以汇集,考究其渊源,明晰其种类,从而分析当时社会对“紊乱昭穆”事例的看法。

一、“以孙为子”“养弟为儿”的现象

唐五代时期,收养假子的事例不断见于史书,但这种收养大多为同宗嗣晚辈,或者为异姓儿,坚持着长幼有序、昭穆相承的原则。而实际上,破坏这种原则,“以孙为子”“养弟为儿”的紊乱昭穆的事例也见于史书。通过对这些事例进行分析,大致可将其归为两类:

(一)出于个人情感的收养

唐初,太宗将自己喜爱的孙辈收养为子。在出土的《李欣墓志》上记载太宗收养李欣的过程:

王诤欣……太宗文武圣皇帝之孙,雍州牧魏王泰之元子也……太宗所爱,年甫四岁,养于宫中。王之始入也,文德皇后抱而谓曰:“初至,安不?”王捧手而对曰:“幸得在宫,不胜欣悦!”太后奇而赏之,因名曰“欣”,赐遗殷繁,以为己子。常陪随大帝(高宗),相與(與)游乐。^{[6]366}

李欣为魏王李泰之子,其幼便为祖父母太宗夫妇宠爱,而被太宗养为“己子”,并与其叔父李治共同生活于宫中。这个“以孙为子”的事例,明显带有太宗个人情感因素,只是此事例距今太久,正史阙载,今靠偶然出土墓志得以窥见一二。

德宗时期,皇帝也多次养孙为儿。据《新唐书·舒王谊传》记载,德宗将自己两个孙儿都收养为子:“德宗十一子:昭德皇后生顺宗皇帝,帝取昭靖太子子谊为第二子,又取顺宗子諲为第六子。”^{[7]3624}

据《旧唐书·舒王谊传》记载:“舒王谊,本名谟,代宗第三子昭靖太子邕之子也。以其最幼,德宗怜之,命之为子。大历十四年六月,封舒王,拜开府仪同三司,与通王、虔王同日封。”^{[8]4042}李谊本是昭靖太子邕之子,因其最幼,德宗出于怜爱,将其养为己子,此后李谊却多次勇立战功不断获得德宗喜爱。在建中二年平江西兵变时,他被封为行军元帅,在建中四年平李希烈叛乱时,又被封为元帅,有自辟僚属之权:

帝乃命舒王为荆襄、江西、沔鄂等道节度诸军行营兵马都元帅,大开幕府,文武僚属之盛,前后出师,未有其比。^{[8]3944}

同李谊一样,李諲也因战功获得德宗喜爱。《旧唐书·文敬太子传》记载:“文敬太子諲,顺宗之子。德宗爱之,命为子。贞元四年,封邕王,授开府仪同三司。”^{[8]4045}他因战功被德宗赏识,从而获得兼领方镇之权:“(贞元)七年,定州张孝忠卒,以諲领义武军节度大使、易定观察等使,以定州刺史张茂昭为留

后。(贞元)十年六月,潞帅李抱真卒,又以諲领昭义节度大使。”^{[8]4045}但其英年早逝,在其死后,德宗极为悲伤,在葬礼上给予他极高的规格:

(贞元)十五年十月薨,时年十八,废朝三日,赠文敬太子,所司备礼册命。其年十二月,葬于昭应,有陵无号。发引之日,百官送于通化门外,列位哭送。是日风雪寒甚,近岁未有。诏置陵署令丞。^{[8]4045}

这种高规格的葬礼,不仅体现了德宗对他英年早逝的悲伤,更反映“以孙为子”后,孙辈在皇室中地位的进一步提升。他们与皇帝之间的关系进一步密切,从而皇帝在军事与官职上给予他们更大的权力。

除皇族外,大臣中喜爱孙辈而养为子的现象也见于史书。《通鉴》载大臣王智兴收养其孙为子之事:“宰生子晏实,其父智兴爱而子之,晏实今为磁州刺史,为刘稹所质。”^{[9]8120}王宴实本生父为王宰,但因他年幼机敏,颇得祖父喜爱,于是被王智兴收养为子。《新唐书·王智兴传》云:“晏实幼机警,智兴自养之,故名与诸父齿。稹平,擢淄州刺史,终天雄节度使。”^{[7]5240}

五代时,唐庄宗年间,大臣韦说也曾“以孙为子”,《通鉴》载:“门下侍郎、同平章事豆卢革、韦说奏事帝前,或时礼貌不尽恭……说以孙为子,奏官。”^{[9]9116}虽然韦说“以孙为子”的原因和目的已不可考,但此事为《通鉴》记载,表明五代时期同样出现了“紊乱昭穆”的事例,并多出个人因素的收养。

(二)出于家族因素的收养

在传统宗嗣思想的影响下,一个家族难以接受没有男丁来继承宗嗣,因此在收养人并没有直系男丁或直系男丁稀少的情况下,“养弟为儿”和“以孙为子”就成为保证宗族血脉正统性的直接方式。

唐高祖子元祥,因暴戾贪财被赐死家中,其子有七人,除李皎外,其余六子皆被武后以罪诛杀。中兴初年,中宗以元祥之孙李钦继承元祥宗嗣,《旧唐书·李元裕传》载:“江王元祥,高祖第二十子也。贞观五年,封许王。十一年,徙封江王……以禽兽其行,赐死于家。中兴初,元祥子钜鹿郡公隼子钦嗣江王。”^{[8]2436}中宗通过立江王孙为江王子的方式,不仅保证了江王一脉的延续,在政治利益上,对恢复遭到武后打击的李氏一脉政治地位有所帮助,同时也保证了太祖一脉家族血缘的正统。

出于家族因素的收养风俗也延续到了五代及宋初。五代时,南唐将领陈洪进就收养其孙陈文瑛为子,而其收养的目的则是为了发扬门楣,家族兴旺。

据《宋史·陈洪进传》载:“文頊,本文显子。初,洪进在泉州,有相者言一门受禄,当至万石。时洪进与三子皆领州郡,而文頊始生,乃以文頊为子,欲应其言。”^[10]¹³⁹⁴⁶陈洪进希望通过对文頊的收养,使得家族继续兴旺发达,虽此举如今看来愚昧不堪,但表明在古代家族观念深入人心,为保证家族繁荣与血脉传承,辈分乱序也不再为人忌讳。

宋初刘旼在一个名为康君的墓志铭中,记录了康君祖父“以孙为子”之事。《墓志铭》曰:“君生二岁失父,育于大父,大父育为己子。”^[11]虽然,如今康君此人的事迹已不可考究,但墓志铭表明,康君祖父也是为保证家族血脉的传承,将其收养为子。

其实,“以孙为子”的“孙”随着实际情况有所异化,有时不再单纯仅指同宗嫡孙,还出现了以外孙为子的情况。《太平广记》引《河东记》云:“(田)洪本无子,养外孙郑氏之子为儿。”^[12]显见唐五代时期民间确实存在养孙为子,乃至养外孙为子之事。

同样为了维护宗嗣的延续,当家庭变故,长兄为父,养弟为儿的情况更容易理解。后晋时,石敬瑭收养弟重允为子。《旧五代史·刘王重允传》记载:“刘王重允。(案:郟王以下诸王传,《永乐大典》原阙。《欧阳史》云:重允,高祖弟也,亦不知其为亲疏,然高祖爱之,养以为子,故于名加‘重’而下齿诸子)。”^[13]¹¹³⁹而石敬瑭养其弟为子的原因,同样为了保证宗嗣的延续。石敬瑭出身低微,《新五代史·高祖纪一》记载:“高祖圣文章武明德孝皇帝,其父臬揅鸡,本出于西夷,自朱邪归唐,从朱邪入居阴山。其后,晋王李克用起于云朔之间,臬揅鸡以善骑射,常从晋王征伐有功,官至洺州刺史。臬揅鸡生敬瑭,其姓石氏,不知其得姓之始也。”^[14]⁹¹石氏一脉,连自己姓起于何时何地皆不知道,可见其家族卑微。在战乱的年代,卑微的家族面临着绝嗣的可能性,加之石敬瑭自己的儿子多早亡,就连重允最后也英年早逝。因此他为了扩大家族的人员,延续宗嗣血脉,更养侄子为儿:“高祖以其子重贵为子。高祖六子,五皆早死,而重睿幼,故重贵得立。”^[14]¹⁹⁵这种为了家族传承而紊乱昭穆之事,在动乱的年代成为了人们现实的抉择。

五代时,后周大将李筠之子李守节也曾收养其弟为儿,史载:“筠有爱妾刘氏,随筠至泽……筠以其有娠,麾令去。守节既购得之,果生子焉……四年卒,年三十三。无后,以刘氏所生之弟为嗣。”^[10]¹³⁹⁹⁴李守节为保证家族血脉的延续,在其无子之时,立其弟为嗣,养以为儿,这样可使李氏一族在战乱时家族不至绝嗣。

“养弟为儿”中的“弟”,同样出现了异化,有时不再指有血脉关系的弟,更有“养妻弟为儿”的情况。《北梦琐言》就记载一则为了保证家产以及家业繁荣,而以妻弟为儿的故事:

镇州士人刘方遇家财数十万,方遇妻田氏早卒,田之妹为尼,常出入方遇家,方遇使尼长发为继室。有田令遵者,方遇之妻弟也,善货殖,方遇以所积财,令令遵兴殖也。方遇有子年幼,二女皆嫁。方遇疾卒,子幼不能督家业,方遇妻及二女以家财素为令遵兴殖,乃聚族合谋,请以令遵姓刘,为方遇继嗣。即令鬻券人安美为亲族请嗣,券书既定,乃遣令遵服斩衰居丧。^[15]¹⁹⁵⁶

由于刘方遇亲子年幼,无力在其死后打理家业,于是另立妻弟田令遵为儿,命其改姓刘氏,以保证家业繁荣。由此可知,这种不顾亲疏伦理的收养,是出于家族因素的选择。

因此,概而言之,唐五代时期,人们出于自身或者家族因素的考量,“以孙为子”“养弟为儿”成为了现实的抉择。这种先天的血脉联系不仅有利于亲属双方的利益,而且有利于整合家族的凝聚力,从而保证了家族的不断传承,而这种“紊乱昭穆”风俗的由来,更值得去进一步探讨。

二、“以孙为子”“养弟为儿”风俗的由来

唐五代时期“以孙为子”“养弟为儿”的事例较为普遍,据不完全统计,此类事例有 13 处之多,表 1 为唐五代时期现存资料中关于“紊乱昭穆”事例的记载。

表 1 现存唐五代资料中关于“紊乱昭穆”事例汇总

被收养者	收养者	辈分关系	收养原因
李欣	李世民	祖孙	喜爱
李钦	李元祥	祖孙	承嗣
李槐	李豫	祖孙	不详
李谊	李适	祖孙	战功
李諲	李适	祖孙	战功
王晏实	王智兴	祖孙	喜爱
不详	韦说	祖孙	不详
陈文硕	陈洪进	祖孙	讎纬
康君	不详	祖孙	承嗣
郑氏	田洪	外祖孙	承嗣
石重允	石敬瑭	兄弟	承嗣
不详	李守节	兄弟	承嗣
田令遵	刘方遇	妻弟	家产

注:数据来源于笔者统计。

那么这种“紊乱昭穆”风俗是如何演化而来的呢?考证之下其渊源与当时少数民族习俗传入有着密不可分的影响。

早在北朝时,颜之推所著的《颜氏家训》就有对当时“紊乱昭穆”事例的评价,其书云:“四海之人,结为兄弟,亦何容易比见北人,甚轻此节,行路相逢,便定昆季,望年观貌,不择是非,至有结父为兄,托子为弟者。”^{[16]126}颜氏敏锐的观察到这段时期伦常不兴、“紊乱昭穆”之现象的存在,因而十分重视并将其写入《家训》中用来告诫子孙。

“以孙为子”“养弟为儿”这种“紊乱昭穆”之事,最初为部落时期少数民族的旧俗遗风。在少数民族部落时期,由于战争、自然灾害、疾病等情况,部落减员,人员伤亡很是普遍。为了保证部落和自身血脉延续,养孙为子、以弟为儿成为了最现实的选择。

根据如今学者对于语言学的研究,发现在哈萨克斯坦地区依旧存在称“兄”为“父”的习俗,如陈宗振先生指出:“近现代以哈萨克语为典型的我国突厥语及阿尔泰语系诸语言的亲属称谓,不同程度地保留着古代语言,习俗的影响或遗迹。所以,我国汉文史籍记载的北齐、唐、宋皇室以‘哥’称父,以‘姐’、‘姊’称母的现象,并不是孤立的‘家法如是’,偶然的‘临时移用’或特殊的‘表示亲热’,而是代表北方汉族中存在的阿尔泰诸语言和习俗的影响。这是魏、晋、南北朝以来我国北方各民族大融合的历史在语言上的反映。”^{[17]32}此外在传统的鲜卑等少数民族地区,还留存着“还子”的习俗,即在一对新婚男女结合后,将他们所生的子女送给祖父母收养,这时候他们的子女就以祖父母为父母,将本生父母称为哥姐。

通过对少数民族传统语言和“还子”习俗的研究,可以看出少数民族地区,在古代社会时期确实存在“紊乱昭穆”的风俗,而到了唐五代民族融合时期,可能影响到了当时其他地区的人们。

唐五代时期的“紊乱昭穆”现象深受南北朝时期民族融合后少数民族遗风的影响,并留存于史书中。

北魏离唐时代较近,其政权乃是鲜卑人所建立,它的遗风大量为李唐王朝所承袭,其中孝文帝与胡太后的关系,较为明显地体现了“还子习俗”。据《北史·杨播传》载:

北都时,朝法严急。太和初,吾兄弟三人并居内职:兄在高祖左右,吾与津在文明太后左右。……吾兄弟自相诫曰:“今忝二圣近臣,居母之间难,宜深慎之。又列人事,亦何容易,纵被嗔责,勿轻言。……高祖谓诸贵曰:北京之日,太后严明,吾每得杖。左

右因此有是非言。和朕母子者,唯杨椿兄弟。”^{[17]1490}

孝文帝明言他与冯太后为母子,无异于公开承认冯太后为母。而认冯太后为母,意味着他表明自己继承的文成帝的道统而不是其父献文帝,这有可能是对其统治正统性的一个挑战,所以这段话应该有其他含义。因此可以认为此段话反映了北魏时期早期“还子”的习俗,孝文帝之所以敢如此表明自己与冯太后的关系,说明在当时北魏政权还留存着鲜卑族“还子”的风俗,加上北魏在建国初实行“子贵母死”制度。即当儿子被立为储君后,本生母即被赐死。但立国基础在于“仁孝”,孝文帝以称祖母为母,有利于其统治稳定。

仅以此分析来看,唐五代时期存在的“以孙为子”“养弟为儿”这种事例,确实是受到少数民族遗风的影响,那么在唐五代社会是如何看待这种“紊乱昭穆”的行为?

三、“以孙为子”“养弟为儿” 在社会上的地位

为了更好地分析唐五代社会对于“紊乱昭穆”之事的态度的,可分别从法律和舆论两个方面进行分析。

(一)唐五代法律对收养关系的规定

中国古代法律饱受儒家思想的浸润,儒家强调的“长幼有序”原则,实际追求的是建立严格的等级制度,从而必定会反对紊乱昭穆之事。

实际也是如此,早在唐朝立国之初就颁布了严格的律法,规定收养制度。《唐律疏议·户婚》载:

诸养子,所养父母无子而舍去者,徒二年。若自生子及本生无子,欲还者,听之。

[疏]议曰:依《户令》:“无子者,听养同宗于昭穆相当者。”既蒙收养,而辄舍去,徒二年。若所养父母自生子及本生父母无子,欲还本生者,并听。即两家并皆无子,去住亦任其情。若养处自生子及虽无子,不愿留养,欲遣还本生者,任其所养父母。^{[18]258}

这段律文严格规定了收养者与被收养人之间的关系、双方应遵守的规则以及违背后的处罚。其中最为重要的一点就是被收养人与收养人之间关系必须是同宗且昭穆相当。这不难理解,同宗族是为了维护家族血脉的传承,而昭穆相当,则维护了传统长幼有序习俗。

对于打破规定,收养“异姓儿”的收养人,唐律也做出了明确的处罚规定,《唐律疏议·户婚》载:

即养异姓男者,徒一年;与者,笞五十。其遗弃小儿年三岁以下,虽异姓,听收养,即从其姓。

[疏]议曰:异姓之男,本非族类,违法收养,故徒一年;违法与者,得笞五十。养女者不坐。其小儿年三岁以下,本生父母遗弃,若不听收养,即性命将绝,故虽异姓,仍听收养,即从其姓。如是父母遗失,于后来识认,合还本生;失儿之家,量酬乳哺之直。^{[19]259}

该条唐律则不仅规定了处罚收养人的办法,更对于送养者也给予笞刑五十的处罚。除了遭到遗弃三年的孤儿外,严格禁止收养“异姓儿”,表明唐律极其重视宗族血脉的关系。

对于收养杂户、贱户子女,唐律的规定为:

诸养杂户男为子孙者,徒一年半;养女,杖一百。官户,各加一等。与者,亦如之。

[疏]议曰:杂户者,前代犯罪没官,散配诸司驱使,亦附州县户贯,赋役不同白丁。若有百姓养杂户男为子孙者,徒一年半;养女者,杖一百。养官户者,各加一等。官户亦是配隶没官,唯属诸司,州县无贯。与者,各与养者同罪,故云“亦如之”。虽会赦,皆合改正。若当色自相养者,同百姓养子之法。杂户养官户,或官户养杂户,依《户令》:“杂户、官户皆当色为婚。”据此,即是别色准法不得相养。律既不制罪名,宜依“不应为”之法:养男从重,养女从轻。若私家部曲、奴婢,养杂户、官户男女者,依《名例律》,部曲、奴婢有犯,本条无正文者,各准良人,皆同百姓科罪。

若养部曲及奴为子孙者,杖一百,各还正之。

[疏]议曰:良人养部曲及奴为子孙者,杖一百。‘各还正之’,谓养杂户以下,虽会赦,皆正之,各从本色。注云“无主”,谓所养部曲及奴无本主者。‘及主自养’,谓主养当家部曲及奴为子孙。亦各杖一百,并听从良,为其经作子孙,不可充贱故也。若养客女及婢为女者,从‘不应为轻’法,笞四十,仍准养子法听从良。其有还压为贱者,并同‘放奴及部曲为良还压为贱’之法。^{[19]260}

该条唐律则严密规定了当时的社会等级制度,对于收养来说,必须要遵循亲宗嗣,分良贱的原则,力图杜绝用收养的方式达到“改良为贱”“放贱从良”的目的。

但总体而言,唐律较少考虑“以孙为子”或者“养弟为儿”这种紊乱昭穆的情况,对于“紊乱昭穆”的事例没有明确的法律处罚。

(二)唐五代舆论对“紊乱昭穆”之事的看法

既然唐五代法律没有对“以孙为子”“养弟为儿”的现象作出明确的规定,这是否意味着当时舆论对

其的容忍呢?其实并不尽然,唐五代时期虽然这种紊乱昭穆的现象很多,但是总体上舆论对此多持有鄙夷之评价。

在前文中提及的大臣韦说,他“以孙为子”的行为,就成为政敌攻击的借口。《旧五代史·韦说传》载:

天成初,将葬庄宗,以革为山陵使。……乃下制曰:“豆卢革、韦说等,身为辅相,手握权衡,或端坐称臣,或半笑奏事,于君无礼,举世宁容。革则暂委利权……叙荫贪荣,乱儿孙于昭穆……说可夷州司户参军,皆员外置同正员,并所在驰驿发遣。寻贬陵州长流百姓,委长吏常知所在。天成二年夏,诏令逐处刺史监赐自尽,其骨肉并放逐便。”^{[13]884}

该段为韦说遭到政敌打击时,对于他罪行的指控,其中有一条罪名值得注意,即韦说“以孙为子”的罪名,虽然此事并不是他被杀主要原因,但是政敌却将其列出,表明在当时文人大臣心中,“乱儿孙于昭穆”是一件非常可耻之事。

而在前例田洪以外孙为子的事例中,《太平广记》引载其后续云:

洪本无子,养外孙郑氏之子为儿,已唤致得。年(‘年’上原有‘身名’二字,据明抄本删)六十,方自有一子。今被冥司责以夺他人之嗣,以异姓承家,既自有子,又不令外孙归本族,见为此事,被勘劾颇甚。令公却回,望为洪百计致一书,与洪儿子,速令郑氏子归本宗。又与洪传语康州贾使君,洪垂尽之年,窜逐远地,主人情厚,每事相依。及身歿之后,又发遣小儿北归,使道体归葬本土,眷属免滞荒陬。虽仁者用心,固合如是。^{[12]3072}

该段写出了田洪最后悲惨的结局,他因早年无子,以外孙为子,而当其有子后,却未让外孙认祖归宗,遭到阎王勾魂,该事例虽为虚构,但表明当时人们心中以外孙为子是断灭他人宗嗣的行为。因而这种厌恶体现在他结局上,田洪暴死远方,如无他人的安葬,难免死无葬地。

在《北梦琐言》记载刘方遇以妻弟为儿的故事中,最终也以悲剧结尾。其后载:“而二女初立令遵时,先邀每月供财三万。及后求取无厌,而石李二夫,教二女诣本府论诉云:令遵冒姓,夺父家财。令遵下狱。石李二夫族与本府要(要原作安,据明抄本改)吏亲党上在府判官、行军司马,随使都押衙,各受方遇二女赂钱数千缗,而以令遵与姊及书券安美同情共盗,俱弃市。人知其冤。府帅李从敏,令妻来朝,慎事发,令内弟弥缝。侍御史赵都嫉恶论奏,明

宗惊怒,下镇州,委副使符蒙按问。果得事实。自亲吏高知柔,及判官行军司马,并通货僧人、妇人,皆弃市。”^[15]刘方遇养妻弟田令遵为儿,但其二女为了获得家产,一致排斥田令遵,并采取贿赂官员的方式,将他诬陷致死,最后田令遵虽然洗清冤情,但刘氏一族却已衰败,刘方遇生前想通过收养妻弟为儿来保证家业的计划落空。

由此观之,“以孙为子”“以弟为儿”的现象,虽然当时法律没有明令禁止,但是都不被当时舆论所认可。

针对唐五代时期“以孙为子”“养弟为儿”这种乱伦现象,近人王利器在其《颜氏家训集解》中对此评价道:“自唐五代以来,降弟为儿、升孙为子之现象,颇为普遍;宗法制度且如此,则交朋结友更无论矣。”^[16]今人评价尚且不高,更何况是处于被传统伦理思想统治唐五代时期的人们。

四、结 语

“以孙为子”“养弟为儿”反映了唐五代时期社会风俗的转变,这种转变并不是突然的,而是更夹杂着民族融合的因素。面对这种“紊乱昭穆”之事,唐五代时期整个社会的反映颇为奇特。

一方面,人们出于利益上的考量,将“孙”与“弟”升降行辈,其背后的逻辑就是企图用这种升降行辈的方式来拉拢收养人与被收养人的关系,从而构建起一个更为牢固的利益链条。被收养人成为“紊乱昭穆”行为的获益者,得到了更好的生存与发展的空间,收养者也获得了“被收养人”的效力,因此这种牢固的利益链条是发生“紊乱昭穆”行为最重要的原因。

另一方面,人们对于“紊乱昭穆”行为又不得不采取反对的态度,其原因有三:

其一为“紊乱昭穆”的行为违背了传统儒家伦理。“明等级,区贵贱”是儒家伦理的重要基础,它强调父子夫妻兄弟之间都必须遵守“亲亲尊尊”的原则。而“紊乱昭穆”恰恰打破了这种原则,这意味着儒家伦理的削弱,进一步意味着以儒家思想为基石的封建统治思想被削弱。《礼记·祭礼》曰:“夫祭有昭穆,昭穆者,所以别父子,远近,长幼,亲疏之序,而无乱也。是故有事于大庙,则群昭群穆咸在,而不失其伦。此之谓亲疏之杀也。”^[19]可以看出,“昭穆紊乱”会打破儒家长期提倡长幼有序,兄友弟恭,亲亲尊尊的原则,而这原则又是儒家伦理基础。破坏了这种基础,必然会导致以儒家思想为统治思想的政

权的动摇,政权的动摇必然会导致统治阶级的不安,所以在当时社会中不被认可是理所当然的。

其二为传统宗嗣思想的抵制。“紊乱昭穆”就意味着宗嗣关系的混乱,宗嗣关系的混乱容易造成宗嗣的断绝,而宗嗣的断绝,对于任何家族都是不可接受的。在传统社会,家族传承被放在重要的位置,任何有可能破坏宗族传承的行为都将被抵制。虽然“以孙为子”“养弟为儿”的目的多是为了传承宗嗣,壮大家族,但毕竟孙与祖属隔辈,兄与弟也为两条平行的血脉关系。“以孙为子”就意味着本生父与亲子原来的上下等级结构变为了平行的结构,进而带来的影响就是“本生父”一脉的后代的减少,加大了“本生父”一脉绝嗣的可能性。“养弟为儿”属相同之道理,将弟纳为子,导致弟宗嗣并入兄长一脉,使得弟此后宗嗣灭亡。这种非正常的收养关系必定会被传统宗嗣观所抨击,更何况以外孙为子和以妻弟为儿这种异化的行为,也就更为世人所不容。

其三为“以孙为子”“以弟为儿”的行为,会导致某个男性的继承人增多,当这个男性离世后,继承人之间就会争夺家产,进而削弱家族的影响力。

综上所述,唐五代时期的人们深受传统儒家思想和宗嗣的影响,对于“以孙为子”“养弟为儿”这种“紊乱昭穆”事例抱有批判的态度。但又出于自身与家族利益的考量,又不得不实行。从而导致在当时的社会,形成了一种对“紊乱昭穆”之事批判与盛行夹杂的诡异局面。

因此对于唐五代时期“紊乱昭穆”事例的研究,有助于了解当时社会风俗与宗族关系,对于解决当今日益增长的孤儿收养问题也有所裨益。

参考文献:

- [1] 刘盼遂. 由周迄清父子之伦未全确定论[J]. 燕京学报, 1936(20):14-18.
- [2] 戴显群. 唐五代假子制度的类型及其相关的问题[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2000(3):109-114.
- [3] 金眉. 唐宋养子制度变动:以异姓男的收养为考察对象[J]. 法制与社会发展, 2011(4):123-131.
- [4] 郝振宇. 西夏养子的类型及其社会地位[J]. 宁夏社会科学, 2017(5):223-234.
- [5] 周鼎. 西安所出两方唐代亲王墓志补释:兼论唐代皇室中的以孙为子现象[J]. 碑林集刊, 2012(1):81-93.
- [6] 吴钢. 全唐文补遗:第七辑[M]. 西安:三秦出版社, 2000:366.
- [7] 欧阳修. 新唐书[M]. 北京:中华书局, 1975:3624-5204.
- [8] 赵莹. 旧唐书[M]. 北京:中华书局, 1975:2436-3624.

- [9] 司马光. 资治通鉴[M]. 北京: 中华书局, 1956: 8120-9116.
- [10] 脱脱. 宋史[M]. 北京: 中华书局, 1985: 13946-13965.
- [11] 刘放. 彭城集: 丛书集成新编[M]. 台北: 新文丰出版社, 1985: 432.
- [12] 李昉. 太平广记[M]. 北京: 中华书局, 1961: 3072.
- [13] 薛居正. 旧五代史[M]. 北京: 中华书局, 1976: 884-1139.
- [14] 欧阳修. 新五代史[M]. 北京: 中华书局, 2016: 91-195.
- [15] 孙光宪. 北梦琐言: 唐五代笔记小说大观[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2000: 1956.
- [16] 颜之推(著). 王利器集解: 颜氏家训集解[M]. 北京: 中华书局, 1980: 125-126.
- [17] 陈宗振. 试释李唐皇室以“哥”称父的原因及“哥”、“姐”等词与阿尔泰诸语言的关系[J]. 语言研究, 2001(2): 31-33.
- [17] 李延寿. 北史[M]. 北京: 中华书局, 1974: 1490.
- [18] 长孙无忌. 唐律疏议[M]. 上海: 法律出版社, 1999: 258-260.
- [19] 戴圣. 礼记[M]. 南京: 东南大学出版社, 2015: 561.

A preliminary study on the phenomenon of “adopting grandson and younger brother as son” in the Tang and Five Dynasties

WU Lingjie, YU Gang

(School of Humanity and Communication, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

Abstract: In the period of the Tang and Five Dynasties, there were many examples of adoptive children in the history book. This article describes the special case of “adopting grandson and younger brother as son”. By collecting and studying this kind of thing, the origin of such case and its position in the law and society of the Tang and Five Dynasties were discussed. Ordinary people thought for their own good. So they had a critical attitude to this kind of phenomenon, but actually they implicitly supported this kind of thing.

Key words: Tang and Five Dynasties; Seniority; ethics

(责任编辑: 王艳娟)

延承与转向:中国城市社区建设的探索与发展

纪毅南

(华东理工大学社会与公共管理学院,上海 200030)

摘 要:社区制是一种符合我国现行经济政治形态的新型社会管理制度,其作用在于帮助国家实现结构化管理,推动社会整合。我国的城市社区建设经历了上世纪90年代居委复位与服务产业发展的社区探索阶段,新世纪最初10年社区组织与人才发展的全面建设阶段,以及2010年后多元主体协同参与的社区治理阶段。城市社区建设在发展过程中表现出管理方式和管理工具的延续性,又在发展趋势上呈现出决策经营分离化、服务提供规范化、治理主体多元化的转变倾向。在社区治理的新阶段,需要以社区工作者专业化带动社区治理水平提升。

关键词:社区建设;城市;社会政策;阶段性发展

中图分类号: C916

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0190-07

自20世纪80年代民政部以社区民政对象为服务主体率先开展社区服务以来,社区建设的概念逐渐进入政府视野,并在1991年由民政部正式提出。2000年国家开始在全国范围推进城市社区建设,并在2001年将社区建设列入“十五”计划发展纲要。2002年十六大报告中明确提出“完善城市居民自治,建设管理有序、文明祥和的新型社区”;2007年十七大报告又加以强调,“把城乡社区建设成为管理有序、服务完善、文明祥和的社会生活共同体”;2013党的十八届三中全会提出“群众在城乡社区治理、基层公共事务和公益事业中依法自我管理、自我服务、自我教育、自我监督”,以居民自治性的发挥带动社区治理。

城市社区建设一直是国家政策的笔墨着重之处,并随时代变化发展出新的表现和倾向。追溯其历史可以发现,我国的城市社区建设是在单位制消解、原有社会保障体系及社会服务体系失效的情况下,国家以社区为载体通过健全基层组织、完善社区管理体制、动员社区参与力量开展的一项社会工程,由民政部于1991年正式提出。经济改革后所形成的“非单位型”社会使得传统的国家管理的微观基础发生了改变,国家无法通过由国家直接控制的

“单位”将社会成员整合到国家体系中来对社会加以国家结构化^[1],因此通过建设社区这一基层单位重新实现结构化管理,推动社会整合。

社区建设发展至今,既表现出很强的脉络性,又在不同时期产生重要转向,这些转向体现了各阶段的发展特征。目前少有研究对我国城市社区建设不同阶段的脉络性和转变性特征加以归纳,本文试图根据不同时期城市社区的代表性政策,归纳和总结城市社区建设的发展阶段和明显特点,使城市社区建设的延续性和转向性得以呈现,并由此探求社区建设的发展前路。

一、居委复位与产业发展的探索路径

20世纪90年代,在民政部正式提出社区建设的概念以前,国家已经着手探索改革后城市社会问题和服务管理体制问题的解决方法,以恢复计划经济时期国家的全面管理和控制。此时居委会作为一个合格的基层社会管理单元再一次受到重视,通过重新规范城市居民委员会,承接政策和各种指令的制度载体逐渐形成了,城市居民委员会延续了单位制时期的组织形态,但其职能已经发生了变化。在居委会复位的过程中,社区服务的缺位由社区服务

产业补足,并迎合了市场经济下以货币解决服务分配的习惯,这些都为社区建设策略的提出积累了经验。国家通过重建居民委员会形成基层管理载体,发展社区服务产业回应社区问题,开始了社区建设的探索。

(一)重建基层管理单元,修复管理服务功能

居民委员会由来已久,现代意义上最早的居民委员会于1949年10月出现在杭州,当年12月由市政府发出《关于取消保甲制度建立居委会的工作指示》,以委员会制建立居民组织,建立起人民民主管理城市的基础。其后,居民委员会在上海、北京等城市四处开花,其中,1952年华东军政委员会拟定《关于十万人口以上城市建立居民委员会试行方案(草案)》,开始了居民委员会在华东区的试点^[2]。

1954年《城市居民委员会组织条例》的通过,标志着城市居民委员会开始在全国范围建立。新中国成立之初建立居民委员会的目的是取消旧社会的保甲制度,建立新的控制城市基层社会的有效组织形式。随着三大改造的完成,我国建立了全面公有制的经济结构,开始了单位制管理的计划经济时代。当时的社会管理体制被称作“单位-街居制”,政府通过具体单位来对人们的社会生活进行全面的管理和控制,居委会只起到“拾遗补缺”的作用,其主要任务是组织、管理和控制社会闲散人员,并配合大跃进、人民公社运动以及文化大革命时期的政府活动发挥特定的职能^[3]。

而自单位制解体,城市社区建设事业开展,城市居民委员会的作用和潜能重新受到重视。1989年12月,第七届全国人大常委会通过《中华人民共和国城市居民委员会组织法》,废除了原有组织条例,对城市社区委员会的选聘及履职重新进行了规范,使其组织性和功能性得到加强。居民委员会被定义为居民自我管理、自我教育、自我服务的基层群众性自治组织,其主要任务包括法规政策宣传、公益事业办理、民间纠纷调解以及综治、卫生、优抚等各项工作。居委会的功能转变及普遍设立为“单位-街居”制向社区制转变提供了管理载体,此外《居委会组织法》新规定了居委会开展社会服务的功能,使社会服务业的社区化开展具备实施平台。

由此可见,改革后的居委会延承了单位制时期的组织结构,但其性质已经转变为集管理和服务功能于一体的社会单元,服务对象由社区内的弱势群体转变为全体社区居民。民政部于1991年5月在“社区服务”的基础上首次提出“社区建设”概念,以

居委会为基础着手建立新的社会保障体系和社会化服务体系。

(二)整合城市社区资源,发展社区服务产业

整肃后的居委会颇具雏形,但羽翼未丰,尤其在社区服务的提供上存在弱势,因此国家通过发展社区服务业,回应新体制下居民对社会服务的需求问题。1993年8月民政部下发《关于加快发展社区服务业的意见》,以企事业单位无偿、低偿、有偿地在社区内开展社区服务为切入点,形成了以社区服务中心为骨干,以老年人、残疾人、优抚对象和便民利民服务为主要内容,以发展社会服务实体来增强自我发展能力的社区服务业格局。

这一时期的社区服务总体上缺乏非营利性的特征,作为一项“第三产业”其经济功能受到重视。在由社区服务中心承担缺失的福利提供功能之外,主要通过企业的市场化行为进行补充,以产业化的方式发展并交由市场调控,以商品的形式由居民通过购买获得。但面对庞大的需求群体和多样化的服务要求,事业单位在从事社会服务时表现出力量不足,企业单位自然的逐利目的又与社会福利性冲突,出现了公共服务提供中的失灵问题。另外,尽管社区服务整合了企事业单位等社会资源,但总体的社区服务力量仍旧有限,因此民政部门尝试通过舆论引导、评优奖励、多渠道筹资、建立志愿者协会等手段发掘社区志愿服务力量,以回应政府职能转移、市场调控失灵下的社区服务提供问题。

总的来看,20世纪90年代居民委员会的管理角色刚刚复位,仍以近乎习惯的行为适应着来自政府的任务安排,在城市广泛开展的社区服务又难以包含政府希望的城市基层社区组织所要承担的职能^[4],在缺乏对回归社区居民有效管理的情况下,各类冲撞政治秩序的集体行为自然产生。面对难以绕过的基层社会民主管理问题,城市社区建设的思路被提出来,并于1998年在26个国家级社区建设实验区首先试点,其后以居委会为基础的社区建设在全国范围正式展开。

二、社区组织与社区人才的主体建设

2000年11月中共中央办公厅转发民政部《关于在全国推进城市社区建设的意见的通知》,文件要求以社区体制改革后的居委会辖区界定城市社区,具体任务涵盖服务、卫生、文化、环境、治安等多方面,这意味着全面系统的城市社区建设开始在全国范围内迅速推进。在“十五计划”、“十一五规划”提

出的十年发展时间内,城市社区建设主要是围绕管理和服务的行动主体建设展开的。作为一个包含了多方参与的过程,政府尤其重视社区内生组织和社区工作者队伍的规范化发展,并通过强化双重管理体制以限制外部社会组织过度活跃。这些政策倾向延续了国家加强结构化管理、迅速实现社会控制的管理思路,但同时一些地区开始现出对社区社会组织的态度转变,替代传统限制发展、双重管理的培育引导、合作互补的管理方式逐渐萌芽产生。

(一)内生组织与外部组织建设

社区建设之初,社区内生组织结构的零散不利于政府命令的上传下效和社区资源的整合。全面铺开的社区建设着重对社区内生组织,以及作为社区服务力量的外部社会组织进行培育和发展。根据其和社区的关系,围绕于社区各类组织可分为社区内生组织,以及外部社会组织。所谓社区内生组织,首先包括作为社区管理基础的基层党组织和基层群众性自治组织,其次还涵盖传统党群组织、国家法规规定的社区社会组织、未注册备案的社区团体^[5],如各类社区社团、各类社区协会、社区基金会等,这些组织植根于社区,主要组成人员及服务对象就是社区居民。外部社会组织是以社区为服务点,但服务范围不限于社区的正式注册社会组织。

首先,社区建设过程带有一定的党建特征,基层党组织建设是社区建设的优先操作环节。政府于2004年将基层党建工作作为考核领导干部工作绩效的一项重要内容,明确街道、社区党支部在其辖区各项工作中的领导地位和主要职责,使得基层党建工作在全国迅速开展。通过党建措施,党在社区事务的管理和调控能力明显提高,因此也使得党员在“街聘民选”制度下的城市居委中占较高比例。

其次,在党建的基础上进一步强化基层群众性自治组织即居委会的管理作用。在此时的社区建设过程中,居委会更加表现出其强化社区行政化管理的作用,而掩盖了社区作为居民自主参与实践的自治属性。居委会作为政府的办事机构,成为传达实施命令的助手,符合了政府开发社区作为社会基本管理单元的愿望,却影响到居民自主性社区参与的体验:大部分居民认为社区就是改制后的居委会,社区承担的仍是过去居委会执行的功能^[6]。

而对于其他社区内生组织以及外部社会组织,由于1999年中共中央办公厅、国务院办公厅下发《关于加强社会团体和民办非企业单位管理工作的通知》,强化了之前提出的民政部主管登记管理,并

受业务主管部门管理的“双重管理”模式,限制了其自由发展的积极性。此时社区内生组织数目少且规模大多较小、人员数量少、组织结构松散、制度建设不完善,缺乏独立性和可持续性^[7]。但与此同时,上海等地开始出现以枢纽式管理提升管理效率、以孵化培育引导社会组织发展的实践探索。2006年上海普陀区下发《民间组织枢纽式管理试点工作的意见》,依托区街两级民间组织服务中心建立管理枢纽;2007年上海浦东新区成立上海浦东非盈利组织发展中心,开启了孵化式的社会组织培育机制,并鼓励社区内生组织参与社区服务和社区建设,对备案性的群众活动也给予政策上的支持。这些政策实践表明由政社同构的社会管理思路向政社分离、对社会力量放权的转变逐渐萌芽产生。

(二)社区工作者队伍建设

社区工作者是伴随社区建设出现于20世纪90年代的新兴概念,这一名称的来源至少有二:一是伴随着社会工作专业的发展出现,一是源自上海等地出现的社区工作站^[8]。社区工作者的前身是计划经济时期在政府部门、人民团体、企事业单位中为社会成员直接或间接提供行政性帮困解难服务的人员^[9],单位制消解后,原由单位负责的社会保障及社会服务职能部分转移到基层自治组织当中,居委会成员等人群就成为社区工作者的代表。

社区建设建构了社区工作者的概念。2000年民政部《关于在全国推进城市社区建设的意见的通知》中,规范了社区工作者的选聘制度和激励制度,这时的社区工作者主要包括社区居委会干部队伍、社区党组织成员以及相关社区工作人员。其后,各地开始了对社区工作者队伍建设的积极探索,包括:以“街聘民选”扩大社区工作者来源,调整人员结构;实行直接选举,加强了选民和当选者之间的关系;培训社区工作者,提升其理论水平和业务素质等^[10]。但全国范围的调查显示,当时的社区工作者队伍仍旧存在男女比例不均、年龄结构偏大、文化程度偏低、收入水平不高、人员来源复杂、名义地位尴尬、社保待遇不全的问题^[11],影响到社区自治组织的工作水平和工作效能。

为了解决以上问题,各地方政府对社区工作者的职业化路径进行了摸索,加强了对社区工作者队伍的职业化、规范化管理,如这一时期沈阳市出台《沈阳市社区工作者管理办法》、南京市出台《关于加强社区专职工作者队伍建设的意见》、天津市出台《关于加强社区工作者队伍建设的指导意见》、上海

市出台《上海市社区工作者队伍管理办法(试行)》等。这些法规政策从职责规范、招聘管理、绩效薪酬、培训及生涯规划等制度入手,在人员管理层面建构了职业化制度体系。

由此可见,社区工作者所发挥的职能,继承了我国在计划经济时期形成并广泛发挥作用的社会服务实践及制度,但已经发生了转变。目前其功能的发挥与社区建设是一致的,社区工作者所从事的工作相应被赋予了满足居民需求、解决社区问题、缓解社区矛盾的要求,因此必须通过职业化、规范化的建设使其具备发挥较高社会效益的能力。

三、多元参与,协同合作的治理格局

社区建设像一支强心剂,使政府在失序的环境下重新掌握对社会群体的控制权,但强烈管理倾向却无法回应日益复杂的社会矛盾,随着一元化管理思维遭遇困境,启动社会组织、公民群体的治理力量迫在眉睫。2010年后的社会发展新时期,国家统治方式开始由管理向治理转变,社区建设因此迎来了新的发展转向。

2013年党的十八届三中全会提出创新社会治理体制,以鼓励和支持社会各方面参与的形式实现政府治理和社会自我调节、居民自治良性互动,在社区层面,逐渐形成城乡社区治理的发展态势。十八届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》,认为加强和创新社会治理是实现“十三五”规划的重要保证。2017年6月中共中央、国务院印发《关于加强和完善城乡社区治理的意见》,提出到2020年,基本形成基层党组织领导、基层政府主导的多方参与共同治理的城乡社会治理体系。由此可见,社区治理依然延续了基层党组织、基层群众性自治组织以及社区工作者在社区中的功能定位,继续扶持和规范这些组织和群体的发展。同时社区治理拓展了新的社区建设策略,即强调治理主体的多元性,社区治理被认为是包括政府、社区社会组织、企业、社区居民在内的多主体共治。各治理主体通过合作协调、共享共治,解决单一主体管理功能缺位、效率低下的问题,有效回应社区问题和社区需要。同时,更加注重社区资源整合,以项目制或团队建构等制度形式整合不同主体的资源和优势,回应特定范围的治理需求。

目前,社区层面创新的治理方式包括引入社会组织力量的政府购买服务机制、以调动社区居民自治力量的社区协商机制、项目制以及整合社区资源

的三社联动机制等,在历史传统下,政府作为治理网络中的重要节点,通过政策对社会治理体制的创新起主要的推动和引导作用。

(一)政府向社会组织购买社区服务

社会组织是基于某种共同的社会目标而以一定方式自觉结成的群体集合,是社区治理的重要参与主体^[12],具有非营利性、非政府性、独立性、志愿性、公益性等基本特征。购买服务,是政府将公共服务签约承包给私人部门的形式。市场、政府与社会在单一提供公共服务时都存在失灵的现象,因此购买服务这一政社合作机制得以产生。

2013年10月国务院颁发《关于政府向社会力量购买服务的指导意见》,第一次从顶层制度设计的角度阐述了购买服务的相关思路。社会组织作为购买服务重要的承接主体,通过有序承接购买服务项目参与公共服务提供,进而成为社会治理的一个重要环节。政府向社会组织购买社区服务,是政府将社区公共服务内容外包,采用公开竞标、公益创投的方式由合格的社会组织获得,如针对社区残疾人的康复照料项目、针对社区老年人的医疗保健项目、针对社区青少年的科普教育项目等。政府也会通过监督管理、评估兑现、追踪管理等形式对项目进行监督控制,保障项目实施效果。

在这一过程中,政府与社区社会组织理想上是平等的合作关系。政府扮演购买者、监督者和评价者的角色,对回应社区居民需求、保证服务效果负责。社区社会组织扮演服务提供者的角色,承接政府的公共服务职能,发挥反应迅速、回应确切、服务高效的专业性优势。二者通过契约合同巩固关系、明确分工。

另外,政府购买服务与社区社会组织自身的生存发展紧密相关。政府资金的项目化注入一定程度上缓解了社会组织的资源短缺局面,在北上广等社会服务较发达地区,向社会组织购买服务已成为许多公共服务的主要提供方式。除此之外,各地方政府还采取兴建公益孵化基地及培育中心、提供税收减免优惠、开展城乡社区社会组织备案制试点等措施,助力社会组织发展及社会服务开展。

(二)居民自治中的社区协商制与项目制

有学者认为,一个成熟的社会不是一切依靠政府,而是应该遵循“剩余管理原则”,即社会事务和公共事务首先依靠社会组织和公民个人进行力所能及地处理,处理不了的再交由地方政府,最后才由中央政府进行承担管理和服务的责任^[13]。不论学界对

于政府管理边界的争论如何,在社会自主性不断增强的现实条件下,国家越来越重视由公民个人自主解决自身问题。在社区层面,这一倾向表现为对居民自治的重视,如倡导以民主协商机制和项目制为代表的社区治理创新。

2015年国务院发布《关于加强城乡社区协商的意见》,提出用社区协商的方法实践社区自治精神。一个完整的协商过程由以下步骤构成:明确协商内容、确定协商主体、拓展协商形式、规范协商程序及运用协商成果。许多社区在实际的操作过程中,逐渐形成了一些稳定有效的操作模式,如在上海社区内较为流行的“走帮议联”模式。这些模式在解决老式公房小区及商品房小区内居、业、物矛盾中发挥着重要作用,同时社区协商作为民生表达的渠道代替了社会行动、上访等激进民意表达方式,促成了居民情绪的合理表达。

目前,上海等地出现并推行的社区居民自治的项目制,是实现居民再组织的社区治理新形式。项目强调在一定的时间和资源条件约束下,采用一种特定组织形式完成明确目标的一次性任务。对于社区自治项目而言,项目针对的都是社区中具体而微的实际问题,例如居民养狗、停车困难、垃圾分类等。项目设计和主要参与者都是社区工作者及社区居民,一般由街道统筹拨款,并邀请专家在项目设计阶段和实施阶段进行督导评估。由于回应居民自身问题,有具有较高的参与性,项目制在动员居民参与社区治理中作用明显。

(三)三社联动模式

“三社联动”是居委会、社会组织和社会工作者三方主体在社区领域、围绕居民开展的社区治理活动,其目的是实现基层民主、促进社区内生性发展^[14],是一种社区治理创新模式。社区组织通过三社联动机制整合了社区居民资源、社区工作者资源及社区居委会资源,实现不同主体优势互补、融合发展、互相联动,从而更加有效地回应社区问题和居民需求。

三社联动意味着发挥社区平台的作用,在完善社区公共服务的同时,释放社区管理的空间给社会,使其成为居民自治的滋生地;发挥社会组织载体的作用,为社区输送专业服务,使其成为社会工作者成长的摇篮;发挥社会工作者的作用,强化社会福利制度的发送体系^[15]。事实上,上述政府购买社区社会组织服务的方式,以及各种引导居民参与的社区机制,都可以看作三社联动的实现路径。三社联动是

一种合作整合机制,在保证多元主体参与的同时,重视多个主体共同发展所形成的合力,由管理网络和项目化机制等将人、财、物、信息等资源整合在一起,发挥各自优势并互相受益。

四、社区建设新阶段的发展策略

2017年10月18日,习近平总书记在十九大报告中提出,要“提高保障和改善民生水平,加强和创新社会治理”,其中包括“加强社区治理体系建设,推动社会治理重心向基层下移,发挥社会组织作用,实现政府治理和社会调节、居民自治良性互动”。由此,目前社区建设的发展策略,仍是实现共建共治共享的多元治理局面。在城市社区中,政府购买社会组织服务、三社联动等机制将社会组织、社会工作者等治理力量嵌入社区,使得社会力量能够参与社区治理。

目前看来政府向社会组织购买社区服务、三社联动等机制,在发挥作用的同时仍存在诸多缺陷。首先,其稳定性不够,项目合同所能保证的服务时限是短期的,同时其资金供给受制于政府决定,如部门领导换届或政府资金调配不及时都会导致项目无法延续,这就使得这些外来的社会力量无法与居民建立长久关系,所提供的服务也不能长期跟进,关系中斷可能会使服务对象产生被抛弃感,严重影响其服务成效。其次,社会组织和社会工作者,常常不能真正融入社区,存在与社区内部工作者的不能较好合作的问题,尤其在目前社会工作本土化未完成的情况下,社区内部工作者如果不认同社会工作者的专业性,或者认为其薪资待遇相对社会工作者不公,就会出现消极配合、忽视甚至冲突的行动。

以上现象所导致的治理效果不佳,迫使各地政府急切寻找其他出路。例如,上海市采取的网格化管理,将社区再细分为一个一个网格,每个网格由社区工作者负责到位,颇有一种以人盯人的态势,这反映出政府在社区治理方面已做了很大的投入。同时目前社会服务发展有去院舍化的趋势,养老服务的开展、精神疾病患者的康复、服刑人员及两劳释放人员的矫正等都逐渐回归社区,社区治理的难度和压力会逐步加大,因此政府迫切需要在社区建设新阶段提出相应发展策略。笔者认为,提升社区治理能力应从社区内部入手。社区工作者作为社区管理和服务的主要力量,具有天然的场域和关系优势,尽早实现社区工作者的专业化转向是改善社区治理局面的有效出路。习近平总书记2015年参加十二届全

国人大三次会议上海代表团审议时曾强调,要建立素质优良的专业化社区工作者队伍,推动服务和管理力量向基层倾斜,实现从管理向治理转变。

笔者认为,实现社区工作者的专业化发展,为社区治理提供高素质人才支持,应该从以下方面入手:

(一) 促进社区工作专业知识体系的积极建构

专业化意味着专业人员应该具备专业知识和技能,目前社区工作者颇为人诟病的地方在于其专业性不足,随着基础社会管理方式由管理向治理转变、社区居民需求由单一被动向多层次的服务自治转变,社区工作者职能的发挥越来越依靠专业的知识技巧。而社区工作严格来说是伴随社区建设而兴起,其发展历史较短,具有较强的政府建构性,专业知识体系建构相对滞后。因此政府需要在现有学科的基础上,厘清社区工作者包含的多学科知识集合,同时需要将社区工作者在实践中形成一些有效的工作方法和实践策略,这些零散的实践经验知识加以总结并抽象化,促使其由实践经验知识向逻辑科学知识转化。

(二) 社区工作者专业教育模式的优化

通过培训的继续教育方式对社区工作者进行不断的知识传授,能够提升社区工作者的治理能力。如上海市现阶段依托各级党校、社区学校、社工机构、高等院校、实训基地等,根据社区工作者不同类别和工作岗位,设立初任培训、专业培训和进修培训,为社区工作者专业化起到了推动作用。笔者认为,社区工作者专业教育应注重时间和空间上的灵活性,应适当增加远程网络培训和结合岗位实际的自修培训形式。同时,社区工作者应尤其重视前辈和上级的经验传授,许多资深的社区工作者在长期的工作实践中累积了一定的人脉,掌握了在社区情境中行之有效的经验性工作方法,因此通过建立“以老带新”的工作机制,能够帮助新入职者迅速获取工作经验。

(三) 有效改进既有社区工作者管理制度

自上海市“创新社会治理,加强基层建设”一号课题发布以来,社区工作者管理的规范性颇受重视。笔者认为,社区工作者的有效管理首先需要有序提升总体薪资水平,由于社区工作者会与其他行业工作者进行薪资方面的横向比较,各级政府在社区工作者的薪酬管理上,一方面需要稳步提升社区工作者的平均工资水平,防止出现工作者薪酬明升实降的现象,另一方面需要注重职业资质等、专业学历等因素在社区工作者薪酬分配中的比重。其次,在痕

迹管理方面,推行标准化的台账文件和电子化台账管理为工作者减负。再次,应加强政府内部监督,防止政府官员不合理的政绩追求影响工作者自主性的发挥。社区工作者不应再是“居委会大爷、大妈”的刻板代言,而是一批具备社区知能的高素质人才,其应当成为社区治理的中坚力量。

五、结 语

通过对城市社区建设的发展历史进行梳理,可以发现我国的社区建设经历了比较清晰的阶段性发展过程,这一过程与国家重要政策的提出同步。20世纪90年代,国家以居委会的复位回应基层管理问题,以社区服务产业的发展解决服务供求矛盾,从而开始了城市社区建设的探索;21世纪的最初十年,国家通过加强基层党组织、居委会等社区内生管理组织规范化建设,加强社区工作者这一社区管理力量的规范化建设,进行全面系统的城市社区建设;2010年后的社会发展新时期,国家开始意识到单一主体在社区管理上的失灵,逐渐注重社会组织、社区居民等治理力量参与的重要性,并创新机制调动其积极性,实现多元主体的社区共治。

在这些不同的发展阶段,城市社区建设的延续性体现在两个方面:首先是管理方式上的延续性,在社区建设的探索时期和全面建设时期,国家的社区建设思路延续了计划经济时期一贯的国家主导、政社同构的管理方式,以社区这一基层管理单元的组织 and 结构化实现社会控制。其次是管理工具上的延续性,社区建设向来重视的城市居民委员会和城市社区工作者,都是计划经济时期就存在的社区行动主体,社区建设延续了之前的组织结构和人员结构。

城市社区建设在延承之外又表现出明显的转向特征。首先城市社区建设本身就是一项制度创新,国家将以社区所代表的地域实体建构为基层管理单元,解决了单位制消解后的社会失序问题。其次,国家在社区建设的过程之中,表现出由社区管理向社区治理的思路转变。特别是2010年后社区建设的新时期,强调多元主体共治、强化居民参与、规范化社区工作者队伍等政策实践,反映出国家开始以新的治理思路回应社区问题。在社区建设的未来发展阶段,笔者认为,实现社区工作者的专业化转向是社区建设新阶段改善社区治理局面的有效策略。

城市社区建设一直在不断的方向选择中进行,在城市社区建设中期,就有学者提出社区建设面临的诸多两难抉择。社区建设的本质特征,是地域性

实体还是脱域共同体? 社区建设的行动主体,是政府主导还是社会多元复合? 社区建设的理想图景,是国家治理单元还是独立公民社会^[16]? 社区建设发展至今,这些问题逐渐得到解决。在由基层党组织、基层群众性自治组织、社区工作者及社区社会组织合力构成的基层社会管理制度已接近完备的情况下,目前的社区建设正逐步实现由政府包办向决策与经营分离、由单一主体管理向多元主体治理、由产业化服务向专业化服务、由注重居委行政性向注重居民自治性的多个转向。在这个市场经济背景下的陌生人世界里,人际关系和谐、居民互助合作的社会共同体正在形成。

参考文献:

- [1] 徐勇. 论城市社区建设中的社区居民自治[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2001, 40(3): 5-13.
- [2] 韩全永. 新中国成立初期城市居民组织的发展历程[J]. 中共党史资料, 2007(1): 127-136.
- [3] 祝广庆. 居委会职能的历史演变研究[D]. 北京: 中国政法大学, 2008: 6-11.
- [4] 王思斌. 体制改革中的城市社区建设的理论分析[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2000(5): 4-13.
- [5] 夏建中, 张菊枝. 我国城市社区社会组织的主要类型与特点[J]. 城市观察, 2012(2): 25-35.
- [6] 杨敏. 作为国家治理单元的社区: 对城市社区建设运动过程中居民社区参与和社区认知的个案研究[J]. 社会学研究, 2007(4): 137-164.
- [7] 王名. 社会组织与社会治理[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2014: 165-168.
- [8] 金桥. 社区工作者队伍建设与发展的反思[J]. 南通大学学报: 社会科学版, 2013(5): 77-83.
- [9] 王思斌. 中国社会工作的经验与发展[J]. 中国社会科学, 1995(2): 97-106.
- [10] 薛惠芳. 我国社区工作者队伍建设现状、问题与对策[J]. 江西行政学院学报, 2006, 8(1): 65-67.
- [11] 向征. 目前我国社区工作者队伍的现状调查[D]. 武汉: 华中师范大学, 2008: 17-22.
- [12] 范如国. 复杂网络结构范型下的社会治理协同创新[J]. 中国社会科学, 2014(4): 98-120.
- [13] 范明林. 非政府组织与政府的互动关系: 基于法团主义和市民社会视角的比较个案研究[J]. 社会学研究, 2010(3): 159-176.
- [14] 徐永祥, 曹国慧. “三社联动”的历史实践与概念辨析[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2016, 48(2): 54-62.
- [15] 吕青. 创新社会管理的“三社联动”路径探析[J]. 华东理工大学学报(社会科学版), 2012, 27(6): 7-12.
- [16] 黄锐, 文军. 走出社区的迷思: 当前中国社区建设的两难抉择[J]. 社会科学, 2013(2): 62-67.

Inheritance and change: Exploration and development of urban community construction in China

Ji Yinan

(School of Social and Public Administration, East China University of Science and Technology, Shanghai 200030, China)

Abstract: The community system is a new kind of social management system which conforms to the current economic and political form in our country, and its function is to help the country realize the structural management and promote the social integration. The construction of urban community in China has experienced the community exploration stage of the restoration and service industry development in 1990s, the comprehensive construction stage of the community organization and talent development in the first 10 years of the new century, and the community governance stage of the coordinated participation by multiple subjects after 2010. City community construction generally exhibits the continuation on management style and management tools during its development process, and also exhibits several changes including separation of decision making and management, standardization of service supply and diversification of governing subjects. In the new stage of community governance, it is necessary to promote the community management level by the specialization of community workers.

Key words: community construction; city; social policy; stage development

(责任编辑: 任中峰)

基于游客体验的湿地公园科普宣教研究

——以西溪国家湿地公园为例

陈 敏,胡 广,胡绍庆,张 路,江俊浩

(浙江理工大学建筑工程学院,杭州 310018)

摘 要: 利用实地调研、问卷调查和随机采访等调查方法,通过统计分析、SPSS的相关分析和主成分分析,对西溪国家湿地公园的科普宣教体系和实际效果进行调研。结果表明:该公园的科普宣教体系的满意度总体较高,但在解说系统、标识系统、参与体验方面存在一定的问题;部分科普现状与游客期望存在断层现象。针对以上情况,建议完善解说系统和参与体验活动,改善标识系统存在的问题等。

关键词: 城市湿地公园;西溪湿地;科普宣教;游客感知

中图分类号: TU98

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0197-09

湿地是世界三大重要生态系统之一,是珍贵的自然资源和旅游资源,被形象地称为“地球之肾”^[1],其重要程度不言而喻。近年来,湿地公园大量建设,这对于湿地的保护有着积极意义,尤其是在湿地的大众科普宣教方面起到了重要的作用。《国家湿地公园总体规划导则》将科普宣教规划列为专项规划,并提出“科普宣教规划是以宣传湿地功能价值、普及湿地科学知识、弘扬湿地文化为主要目标”;科普宣教规划要“根据湿地公园的自身特点和宣传教育对象,明确科普宣教的主要内容、建设重点和展示布局”^[2]。

本文根据科普宣教体系的科普内容、科普形式、展示布局三方面,对西溪国家湿地公园的科普宣教情况进行实地调研、问卷调查和随机采访,试图了解该公园科普宣教的开展现状和游客感知之间的差距,并提出对应的改进建议和措施,进而提高该公园的科普宣教功能。如何让人们快速、透彻地认识湿地、了解湿地、保护湿地是本文所要解决的问题。

一、湿地公园科普宣教概念及现状

(一)湿地公园科普宣教概念

湿地公园作为一种特殊的公园类型,科普宣教

功能是保证其健康发展的重要功能。湿地公园科普宣教主要是通过浅显易懂的方式宣传普及湿地相关基础知识和法律法规,提升生态文明建设的意识;展示湿地类型、湿地动植物资源、湿地景观和生态特征、湿地生态功能、湿地文化和生态文化;通过体验式和参与式活动认识湿地^[3]。因此,湿地公园的科普宣教,即为使用合适、合理的方式方法使公众及游客更好地了解湿地的相关知识,并参与到湿地及湿地公园的保护中去。

(二)国外湿地公园科普宣教研究现状

国外对湿地的研究起步比较早,Mitsh在美国Olenyok河的研究中提出了湿地研究公园的概念;Hsieh等^[4]在台湾西海岸湿地保护战略规划中,运用Greenway(生态廊道)的概念,提出了湿地生态公园的概念。国外对于湿地恢复和重建的研究具有悠久的历史,对湿地科普的实践方面也有许多优秀案例,但对湿地科普宣教的理论研究尚有不足^[5],可从宣教标识和解说系统两方面来阐述。

国外对于宣教标识系统的研究较早,最早基于宣教与解说系统来研究,较成体系,其应用也相对成熟。从宣教标识系统的规划、宣教主题的选择、景观

资源的需求到游客对宣教标识的评价、旅游动机的调查等,在符合审美需求和科普性的同时,更因地、因人制宜^[6]。解说系统是科普宣教的又一方面内容。国外对环境解说相关方面的研究及应用主要包括解说评估有效性、解说系统服务、解说受众和解说规划等,所涉及的研究区域包括自然保护区、湿地博物馆、遗产公园和国家森林公园等;在研究同时还融入了相关的游客心理学、教育学和行为学等一系列学科理论^[7]。在国外,湿地公园中会采用新颖独特的设计和方式来吸引游客,优秀案例如伦敦湿地中心^[8]、新加坡双溪布洛湿地保护区^[9]以及日本的大量湿地公园^[10]。

(三)国内湿地公园科普宣教研究现状

国内各地的专家学者对湿地公园的研究已取得了一定的成果。赵思毅等^[11]在《湿地概念与湿地公园设计》一书中系统阐述了湿地的定义、形成、类型、功能及湿地公园的概念,并对城市湿地公园的营造原则、设计方法、发展前景进行研究,探讨在当代景观环境设计中湿地公园设计的重要性和意义,为今后湿地公园的建设奠定基础并提出展望。王浩等^[12]编著的《城市湿地公园规划》一书,除了探讨城市湿地公园的基础知识外,还阐述了相应的营建模式、生态技术应用和生态旅游发展策略等内容,同时在湿地公园生态旅游方面做了大量的理论探讨。但新球等^[13]在大量的工作实践的基础上,编著了《湿地公园建设理论与实践》一书,在系统总结了我国湿地公园建设和规划设计的理论体系的基础上,将“文化设计理念”引入到湿地公园规划设计当中,提出在湿地公园规划和建设中体现生态文化和生态文明建设。

但湿地公园作为新兴公园,近10年才在国内快速发展,各方面的研究还没有发展为一个成熟完整的体系,湿地公园科普宣教功能方面的研究略显不足,且在湿地公园建设的实践中,科普宣教规划处于从属地位,在不同地域、不同特色的湿地公园中,充斥着模式化、同质化的科普宣教,对游人的吸引力不足,科普的辐射面及延伸面较小^[14]。2010年颁布的《国家湿地公园管理办法》提出,国家湿地公园应当设置宣教设施,建立和完善解说系统,宣传湿地功能和价值,提高公众的湿地保护意识^[15]。在知网检索湿地公园科普宣教一词,虽然有谷康^[16]、任丽霞^[17]、耿满^[18]、刘彦君^[19]、武锋^[20]等作者基于实际项目进行了一些理论研究,总结了相关的科普宣教模式,但是对于系统规划设计的理论研究体系仍有很大不足,在科普宣教的研究方面的不足尤为突出。而在

知识经济和科教兴国的战略背景下,深入挖掘湿地公园的科普宣教功能是其发展的必然要求和长远目标,开展湿地公园科普宣教研究已经刻不容缓。

二、调查地概况和调查方法

(一)调查地概况

西溪国家湿地公园,坐落于浙江省杭州市主城区西部,距离杭州西湖五千米^[21],占地面积约11.5平方千米,是国内第一个也是唯一的集城市湿地、农耕湿地、文化湿地于一体的国家湿地公园。其为国家5A级旅游景区,西溪湿地是罕见的城中次生湿地,曾与西湖、西泠并称杭州“三西”^[22]。园区约70%的面积为河港、池塘、湖漾、沼泽,整个园区六条河流纵横交汇,水道如巷、河汊如网、鱼塘栉比如鳞、诸岛棋布,形成了西溪独特的湿地景致(见图1)。2009年11月3日,浙江杭州西溪国家湿地公园被列入国际重要湿地名录^[23]。

西溪国家湿地公园内自然资源丰富,有鸟类、昆虫、两栖类、鱼类等动物资源以及丰富多样的植物资源,是杭州绿地生态系统的重要组成部分。它担任着调节生态和大气环境、净化空气和水源的重要职责,是一个复杂多样的生态系统。西溪国家湿地公园建园已久,各方面基础设施建设已趋于稳定,人流量波动不大,结构稳定,对笔者针对该湿地公园的科普宣教情况研究有较好的基础条件,且对于该公园在科普宣教方面的提升有积极意义。

(二)调查对象

在西溪国家湿地公园内各主要景点,包括福堤、绿堤、寿堤、河渚街、高庄、西溪天堂、西溪湿地植物园、水下观光长廊等景点,以及费家塘、虾龙滩、朝天暮漾、包家埭和合建港五大生态保护区和生态恢复区进行科普设施实地调研(见图1);问卷发放对象考虑不同地域、不同年龄层、不同职业、不同教育程度的游客。

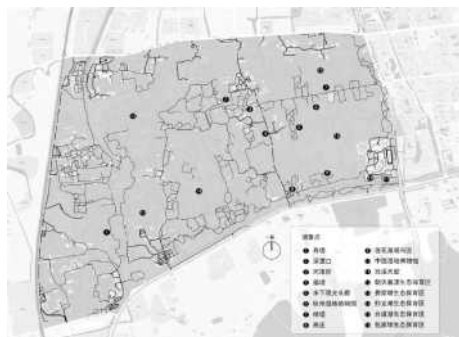


图1 西溪国家湿地公园现状平面及调查点分布平面图

(三)调查方法

1. 实地调研

2016年12月—2017年4月对西溪国家湿地公园进行现场踏查调研,对公园内科普宣教的软硬件设施进行调查统计,主要记录莲花滩观鸟区、水下观光长廊、湿地生态知识科普展览等场所,统计科普设施的内容、数量、形式及其位置布局。

2. 问卷调查

2017年4月—5月对西溪国家湿地公园内的游客进行现场问卷调查。问卷调查对象考虑游客年龄、受教育程度、职业等社会人口学特征,还包括游客对湿地生态知识、科普形式的态度和需求、游客的满意程度等心理学特征。游客体验感受采用李克特五级量表来度量游客对于测评项目的感知状况,包括非常满意、满意、一般、不满意、非常不满意五项。问卷采用“一对一”的填写方式,保证调查问卷的质量及回收要求,共发放150份问卷,回收150份,回收率100%,其中有效问卷140份,有效回收率93.3%。

3. 随机采访

对游客进行随机采访,内容包括对湿地生态知识的认识、对该湿地公园的科普情况的总体感知、对科普现状的评价与期望等。实地访谈法是通过与研究对象直接接触,来探查研究对象的实际情况。这种方法有针对性、灵活真实,便于更为深入了解研究问题深层次原因,得到对该公园的总体科普效果的评价分析^[24]。

4. 综合归纳

利用EXCEL、SPSS等分析软件对问卷调查数据进行整合,利用Spearman相关分析和主成分分析探讨公园科普现状与游客的期望和需求之间的差距,并提出解决建议。

三、西溪国家湿地公园科普宣教开展情况及分析

经过对西溪国家湿地公园的实地调研后,总结和归纳该公园的科普宣教开展情况如下:

(一)西溪国家湿地公园科普内容

公园内的科普以实地的植物、动物为主,而展板上的科普内容归类可分为四方面(见表1),包括:a)湿地的定义、类型、动植物组成,主要为湿地的基础知识;b)湿地的生态功能、生态服务功能的展示,主要为湿地的功能展示;c)模拟湿地的展示和体验,主要为人与湿地的互动体验;d)湿地法律法规的宣传和保护。具体分布位置和包含内容见表1。

表1 西溪国家湿地公园科普内容

科普内容	分布位置	举例
定义、类型、动植物组成	杭州湿地植物园、绿堤、深潭口、水下观光长廊	植物解说标牌、动物解说标牌、自然知识解说标牌
生态功能、生态服务功能的展示	中国湿地博物馆	植物模型、动物模型、互动游戏屏
模拟湿地的展示和体验	水下观光长廊、莲花滩观鸟区	水下观光长廊、观鸟亭、观鸟楼、气象监测站
湿地法律法规的宣传和保护	深潭口、中国湿地博物馆	保护宣传展板、国内外湿地分布图

根据调研结果可知,西溪国家湿地公园的科普内容主要以动植物解说标牌和自然知识解说标牌为主,即以湿地基础知识为主;而生态功能、生态服务功能的展示和湿地法律法规的宣传和保护主要在中国湿地博物馆中展示,在该公园的室外区域则几乎没有展示;湿地的相关体验活动则主要为观鱼、观鸟,而其他体验活动却不够丰富多样。

(二)西溪国家湿地公园科普形式

西溪国家湿地公园内的科普形式主要包括解说系统、标识系统和参与体验三方面,计算其覆盖面积比例大致为1:6:2,标识系统覆盖面积占67%,比例较高,而解说系统所占比例最低,占比11%,见图2。

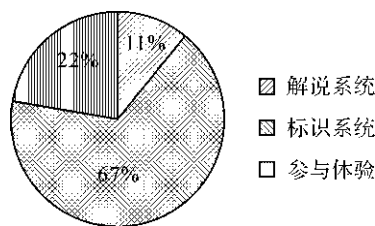


图2 西溪国家湿地公园科普形式覆盖面积

1. 解说系统

西溪国家湿地公园内的解说系统的形式包括解说标牌、游船上的语音解说和中国湿地博物馆内的志愿者讲解员。解说标牌以文字解说为主,平面图为辅;游船上的语音解说是沿着游船路线大致介绍西溪国家湿地公园的总体情况和各个景点的情况特点,比文字解说更吸引游客,但此类解说只在游船上;中国湿地博物馆内的志愿者讲解员主要由大学生志愿者组成,解说内容从湿地基础知识到湿地分布、湿地生态效益、湿地的威胁和保护,丰富多样,但只在中国湿地博物馆内存在,室外缺少系统全面的解说。

总体来说,西溪国家湿地公园内解说系统的形式较为单一,以文字解说为主,不系统全面,缺少互动体验式解说,无法吸引游客的注意力、专注度并帮

助游客深入透彻地认识湿地、了解湿地,进而激发保护湿地的信念。

2. 标识系统

西溪国家湿地公园的标识系统较为丰富完善,主要通过各类导览标识牌来体现,分为指示牌、警示牌和解说牌见,见图3。

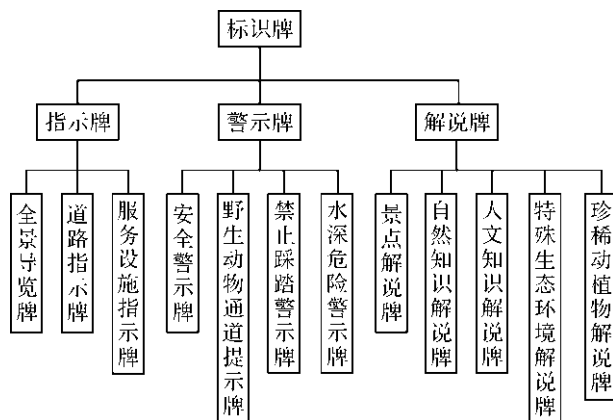


图3 标识系统标识牌分类体系

指示牌包括全景导览牌、道路指示牌和服务设施指示牌。全景导览牌在该公园的周家村、高庄、西溪天堂、绿堤出入口等都有设置。在公园主要出入口的全景导览牌以巨幅立体儿童画平面图为主,使游客能快速了解该公园的景点布置,并根据全景导览牌上推荐的步行游览路线和游船路线进行游线规划。而在主要道路交叉口设置的全景导览牌,以有景点标识的平面图为主,可使游客快速找到自己的位置。道路指示牌主要为游客提供具体景点的方向和指示,采用木质材料,以中文为主,辅以英文、日文、韩文,为不同国家的游客提供指示服务。服务设施指示牌在主要道路节点都有设置,一般与道路指示牌一起,为游客提供指示。三类指示牌在西溪国家湿地公园内分布广泛,但该公园的面积较大,覆盖不够全面,导向不明确,使游客不能根据指示快速到达目的地。

警示牌主要有安全警示牌、野生动物通道提示牌、禁止踩踏警示牌、水深危险警示牌等,主要设置在水边、草坪上、木栈桥边等,材料以木质长方形标牌为主,落地安插,保证游客的安全和湿地的生态系统不受破坏。其中水深危险警示牌与救生圈共同组合,供游客在意外时使用。

解说牌包括景点类、自然知识类、人文知识类、特殊生态环境类、珍稀动植物类等解说牌。景点解说牌主要设置在各个主要景点出入口,包括绿堤、深潭口、莲花滩观鸟区、西溪湿地植物园、水下观光长廊等。自然知识解说牌和特殊生态环境解说牌分布

在湿地植物园、绿堤等地。人文知识解说牌主要设于深潭口、河渚街等地,主要内容为西溪民俗,包括越剧首演地、龙舟胜会等,更有助于加深和提高游客的游览感受。植物解说牌主要分布在西溪湿地植物园、绿堤、深潭口等,数量较多、较为全面;植物标牌形状多样、形式丰富,包括挂牌式、竖立式等,材质以木质等环保材料为主。此外,公园内还有二维码植物标牌,获取知识方便快捷。动物解说牌主要分布在莲花滩观鸟区和水下观光长廊。莲花滩观鸟区内的观鸟楼为国家级陆生野生动物检测站野鸟监测点,内有大量的鸟类标识牌,标识牌上的内容包括鸟种描述、分布范围、习性以及鸟的图片;莲花滩观鸟区的解说标牌主要为鱼类和水生植物解说,可通过学习标牌辨认湿地内的具体物种。各类解说牌在西溪国家湿地公园内分布较为广泛,图文并茂,但形式比较单一。

3. 参与体验

西溪国家湿地公园内的室外参与体验点主要为水下观光长廊、莲花滩观鸟区和气象观测站。水下观光长廊位于湿地植物园包家埭水生植物群落展示区,展示区占地面积约80000平方米,其中水下观光长廊约6000平方米,总长137米,宽3~12米,深1~3米,两侧由8厘米厚的透明亚克力有机玻璃围合而成,呈曲尺型蜿蜒,透过玻璃,水域中的沉水、浮水、浮叶、挺水植物及水生动物的生存状况尽收眼底,加深了游客与湿地之间的互动体验。莲花滩观鸟区也是一个互动体验的绝佳场所,通过望远镜等设施,可以观察湿地内的鸟类和其他野生动物。西溪花朝节的一系列活动策划和中国湿地博物馆的游戏互动屏也是游客参与湿地体验的主要方式。但总体来说,公园面积与互动体验设置点不成正比。

(三)西溪国家湿地公园科普现状分析

西溪国家湿地公园的科普宣教体系已经有了一定的基础,但不完善,主要有以下几个问题:

a) 公园面积大,解说系统覆盖不全面,解说系统形式较为单一,解说主题不明确,公园室外部分缺少视听媒体解说、电子解说屏等便于游客接受、理解的解说载体,缺少宣传手册和西溪湿地周边产品。

b) 标识系统指示不明确,导向性不够正确有效,不能使游客快速理解并到达目的地;除了绿堤、湿地植物园等重要景点,公园内其他景点的植物标牌较少,植物解说标牌分布不够合理、更新不够迅捷,没有覆盖整个公园;标识牌形式不够多样、新颖。

c) 公园的室外湿地类体验活动不够丰富多样,体验点数量及分布与公园面积不成正比,不能使游

客通过体验活动更好地了解、认识湿地的相关基础知识、生态功能和生态服务功能,寓教于乐、寓教于游的效果不能得到很好的体现。

四、游客感知及期望情况分析

(一)游客社会人口学统计分析

从统计数据来看,男性游客比例为 53.6%,稍高于女性游客比例;其次,18~24 岁和 25~34 岁的游客分别占游客样本的 51.4%和 29.3%,65 岁以上的游客仅占 0.7%;从学历结构来看,本科学历的游客占比最高,大专次之,硕士及以上学历的游客再次,高中及以下占比最低,且游客样本中又以在校学生和企业单位的游客居多,相应的,5000~10000 元和无收入人群占比较高,见表 2。说明游客以中青年、高学历、高收入为主。

表 2 游客社会人口学特征表

类型	项目	人数/个	百分比/%
性别	男	75	53.6
	女	65	46.4
年龄	<18 岁	16	11.4
	18~24 岁	72	51.4
	25~34 岁	41	29.3
	35~44 岁	6	4.3
	45~54 岁	2	1.4
	55~64 岁	2	1.4
	≥65 岁	1	0.7
学历	初中及以下	4	2.9
	高中/中专/技校	12	8.6
	大专	24	17.1
	本科	83	59.3
	硕士及以上	17	12.1
职业	在校学生	44	31.4
	工商业	5	3.6
	企业	44	31.4
	事业	4	2.9
	科教文卫	4	2.9
	公务员	1	0.7
	下岗/待业人员	1	0.7
	离退休	1	0.7
	其他	36	25.7
月收入	无收入	35	25.0
	0~3000 元	15	10.7
	3001~5000 元	29	20.7
	5001~10000 元	35	25.0
	1 万元以上	26	18.6

(二)游客总体感知分析

1. 解说系统游客感知情况

通过问卷调查和随机采访可知,44%的游客认为该湿地公园的解说系统一般,11%的游客认为不满意甚至非常不满意(见图 4(a)),超过一半的调研对象,均对该湿地公园的解说提出一定的意见和建议。通过对 3 位认为是一般或不满意的游客的深度采访,具体反映在公园内室外部分讲解员或者多媒体讲解载体数量过少;缺少电子导游器;现有的讲解内容不够生动、有趣、易懂;不能使游客系统、全面地了解湿地相关知识等。

2. 标识系统游客感知情况

67%的游客对该湿地公园的标识系统感到满意或非常满意,27%的游客认为一般,只有 6%的游客认为是不满意或非常不满意的(见图 4(b))。多数游客对于该湿地公园的标识是较为满意的,只有极少部分游客是不满意的。根据现场采访,不满意的原因主要包括:指示牌导向性不明确;有组织的游览路线规划不清晰;有些标识牌说明不够具体;植物标识牌数量不够多、更新不够快;动物标识牌多集中在莲花滩观鸟区和水下观光长廊,其他地方此类标识牌几乎没有;其他标识牌,例如自然知识解说牌和人文知识解说牌数量比较少;标识牌形式不够新颖、多样等。

3. 参与体验游客感知情况

58%的游客对该湿地公园的参与体验感到满意或非常满意,37%的游客认为一般,只有 5%的游客认为是不满意或非常不满意的(见图 4(c))。多数游客对于该湿地公园的参与体验是较为满意的,但也有一部分游客对该湿地公园的参与体验活动提出一定的意见和建议。根据现场采访,不满意的原因主要包括:缺少趣味性科普活动、科普讲座;缺乏有组织的活动;缺乏湿地生态系统的保护、互动体验活动;互动体验点数量不多等。

4. 游客满意度与社会人口学特征相关性分析

Spearman 相关分析发现性别、年龄、婚姻状况等社会人口学特征与解说满意度和标识系统满意度都没有显著相关性(见表 3),说明游客对于西溪国家湿地公园的解说和标识满意度不受社会人口学的影响。而年龄与参与体验满意度呈现显著负相关(见表 3),年纪越大的游客对该公园的参与体验越不满意,说明该公园内针对年龄大的游客,没有设置足够的参与体验点,或现有的参与体验点不适宜于年龄大的游客。公园管理方可针对年龄大的游客进

行调研,策划老年人喜欢的参与体验活动,如老年摄影、养生花草游园会等一系列主题活动。另外,结伴方式与参与体验满意度呈现显著正相关。说明该公园内对于针对2人及以上的团队参与体验活动有一

定成效,但是对独自一人去公园游玩的游客来说,可参与的活动不多,满意度相应的也不高。建议公园管理方可增加单独参加且体验度高的参与体验点,或增加陌生游客之间互动的参与体验点。

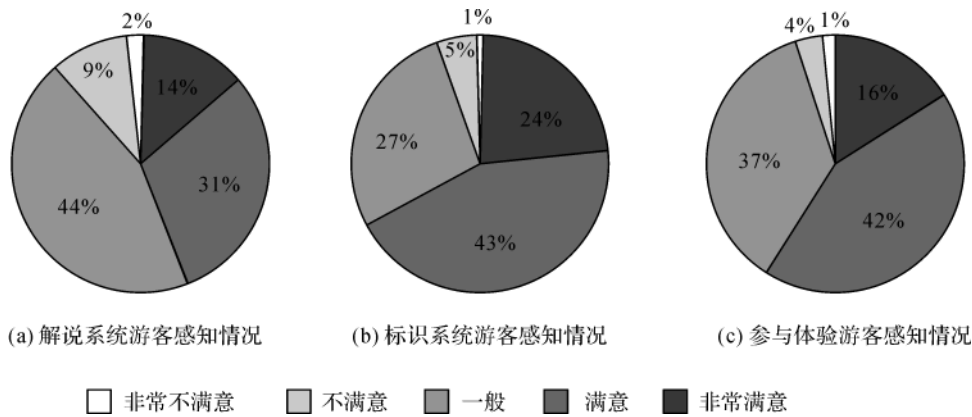


图4 西溪国家湿地公园科普体系游客体验现状

表3 游客满意度与社会人口学特征相关性分析

项目	解说系统满意度		标识系统满意度		参与体验满意度	
	相关系数	显著性检验	相关系数	显著性检验	相关系数	显著性检验
性别	0.036	0.671	0.024	0.774	0.002	0.977
年龄	0.021	0.808	-0.012	0.890	-0.184*	0.030
婚姻状况	-0.045	0.595	0.022	0.797	-0.159	0.061
学历	-0.093	0.276	-0.091	0.284	-0.097	0.252
职业	-0.048	0.575	-0.004	0.967	-0.144	0.089
月收入	-0.089	0.298	0.073	0.394	-0.087	0.305
来自哪里	0.051	0.548	-0.028	0.746	-0.043	0.612
来此次数	-0.122	0.151	-0.044	0.602	-0.073	0.391
去自然公园次数	-0.071	0.405	0.032	0.705	0.006	0.941
结伴方式	0.023	0.783	0.075	0.379	0.215*	0.011
动机	0.041	0.631	-0.055	0.519	0.027	0.753

注:“*”代表显著性小于0.05。

(二)游客期望分析

1. 游客对于湿地科普内容的期望

调查发现游客对于湿地的动植物和生态功能的求知欲较高(见图5(a)),这一点与西溪国家湿地公园现状的科普宣教体系内设置相对较多的动植物标牌是一致的,但科普现状在生态功能方面的体现较少,缺乏对于湿地生态功能的普及和宣传,游客对湿地的生态功能和生态服务功能处于一知半解的状态。此外,游客对于湿地的概念、类型和如何调节环境等生态服务功能的需求也是较大的。然而对于湿地相关的法律法规和保护措施,游客的求知欲就不那么强烈。

除了湿地基础知识外,游客比较想了解湿地的保护和恢复手段的相关知识,其次游客对人类如何利用湿地和国内外其他湿地的情况也有一定的兴趣

(见图5(b)),这一点跟湿地博物馆内设置的世界湿地展馆和一定数量的互动游戏屏是一致的。

通过主成分分析得到湿地科普内容的成分得分系数矩阵表(见表4),发现在第一主成分轴上,生态功能、保护措施、概念这三项影响力较大,说明游客较期望西溪国家湿地公园内设置与湿地的生态功能和服务功能有关的科普内容;而在第二主成分轴上,湿地被破坏的原因、人类利用湿地、湿地的类型三项的成分得分系数较高,影响力较大,这三项则是有关于在人类活动参与下的,对于湿地的破坏和修复。说明游客对模拟湿地的展示和体验类科普内容有较高兴趣。该情况与统计分析的结果大体是一致的,说明游客对湿地科普内容设置的期望主要为参与类、体验类、模拟类和自然类。

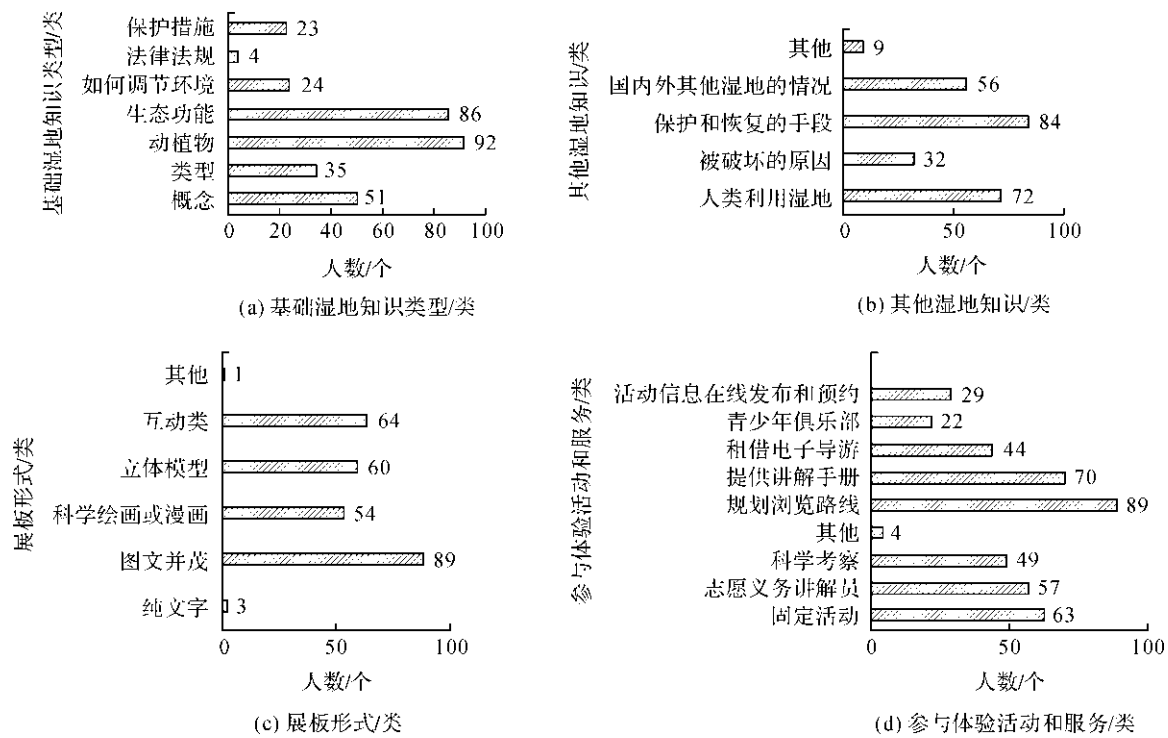


图 5 游客对于西溪国家湿地公园科普的期望调查

表 4 湿地科普内容的成分得分系数矩阵表

类别	主成分轴				
	1	2	3	4	5
生态功能	0.412	-0.161	0.015	0.040	-0.132
保护措施	0.339	0.216	0.036	0.119	-0.012
概念	-0.277	0.184	0.063	0.155	-0.204
被破坏的原因	-0.012	-0.379	0.120	0.408	0.104
人类利用湿地	-0.072	-0.338	0.353	-0.051	0.310
类型	-0.227	0.329	0.280	-0.115	-0.155
其他	-0.152	-0.197	0.484	0.101	0.118
动植物	-0.093	-0.140	0.425	-0.241	0.220
保护和恢复的手段	0.218	0.303	-0.024	-0.611	-0.073
国内外其他湿地的情况	0.216	-0.133	0.346	0.437	-0.369
法律法规	0.119	0.156	-0.118	0.222	0.744

注:提取方法:主成分分析、组件评分。

2. 游客对于湿地科普形式的期望

(1) 对标识系统的期望

游客对于图文并茂的展板期望值是最高的,其次是互动类、立体模型、科学绘画或漫画类的展板,对于纯文字的展板期望值低(见图 5(c))。西溪国家湿地公园内的展板图文并茂居多,但除了室内的中国湿地博物馆,室外展板比较缺乏互动类、立体模型、科学绘画或漫画。

(2) 对参与体验活动和服务的期望

游客期望该公园规划游览路线、提供讲解手册等服务,期望能多增加互动活动,比如观花观鸟等固

定活动,以及配备一定数量的志愿讲解员(见图 5(d))。游客对于参与体验活动和公园提供服务的期望值整体都比较高,说明参与体验活动在公园内应大量建设和开发,达到寓教于乐的效果。

主成分分析发现在第一主成分轴上,游戏互动、户外定向越野、立体模型和解说员这四项得分系数较高,说明游客较期望西溪国家湿地公园内设置参与度高和有良好体验的科普展示形式;而在第二主成分轴上,固定活动(观花、观鸟)、动植物手册、解说标识牌、互动类(声音、视频)四项的成分得分系数较高这四项主要为公园管理方提供的基础性科普形式,包括纸质

的手册、解说标识牌以及有声音的解说等(见表5)。说明游客对互动参与的形式有较高兴趣,对专业性科学知识展示兴趣较低。在游客期望统计分析中,游客

对于科学考察一类的期望值是较高的,但在实际调查中发现这一块较为空白,如何把科学知识结合参与体验形式展示出来是需要亟待解决的问题。

表5 湿地科普形式的成分得分系数矩阵表

类别	主成分轴					
	1	2	3	4	5	6
游戏互动	0.241	-0.112	0.146	0.057	-0.126	0.195
户外定向越野	0.221	-0.119	0.067	0.223	0.336	0.113
立体模型	0.218	0.142	-0.057	-0.117	0.258	-0.145
解说员	-0.201	-0.203	0.068	-0.073	0.311	-0.383
固定活动	0.098	0.340	0.030	0.256	0.220	-0.052
动植物手册	0.008	0.268	0.018	0.221	-0.033	-0.011
解说标识牌	-0.133	0.267	0.057	0.035	-0.048	0.404
互动类	0.044	-0.201	-0.102	0.430	0.109	0.026
志愿义务讲解员	-0.156	-0.132	0.387	0.081	0.078	-0.009
科学考察	0.190	-0.135	-0.347	-0.253	-0.143	0.122
科学绘画或漫画	0.067	0.031	0.306	0.118	-0.156	0.074
户外活动	0.182	0.012	-0.145	0.310	-0.266	-0.244
影像放映	0.131	0.036	0.206	-0.262	0.158	0.223
虚拟湿地景观	0.187	-0.114	0.030	-0.085	0.367	0.072
纯文字	0.130	-0.036	0.212	-0.206	-0.282	0.069
图文并茂	-0.166	0.167	-0.217	-0.115	0.244	0.180
专题展览或讲座	-0.056	-0.143	-0.105	0.127	0.171	0.499
实物模型	0.169	0.191	0.089	-0.188	0.155	-0.230

注:提取方法:主成分分析、组件评分。

(三)游客总体感知与期望总结

由以上分析可知,游客对解说系统、标识系统、参与体验三方面的不满意或非常不满意的情况平均值约为7.3%,即游客对于西溪国家湿地公园的科普宣教情况的满意度总体较高,但仍有提高的空间。而根据游客对于西溪国家湿地公园的期望分析可知,游客对解说系统、参与体验活动方面有较高的需求和期待,这与游客对于该公园的解说系统和参与体验不满意的总体感知是一致的。

五、总结与建议

西溪国家湿地公园的科普宣教体系,在众多的湿地公园中相对来说是比较完善的,但也存在一些问题,通过对西溪国家湿地公园的科普宣教现状与游客总体感知和期望的对比分析,西溪的科普宣教体系存在可提高和改善的空间。因此,笔者根据问题提出以下建议:

a)丰富解说的形式,比如增加动植物解说牌、解说员、电子导游、全景虚拟导览等;解说牌应生动易懂,便于游客了解、学习湿地知识;解说内容应丰富、全面、系统,提高科普含金量。

b)标识牌的设置点应合理选择,明确其导向性;标识牌的形式应丰富多样,吸引游客,增加趣味性和互动体验;标识牌的材料可就地取材,生态环保、融入环境,颜色可选择暖色系,夺人眼球又不突兀;及时更新标识牌的内容和更换损坏的标识牌,加大维护力度;标识牌的种类可增加人文知识解说牌、自然知识解说牌等,西溪湿地的历史和人文情怀也可融入该公园标识牌的造型和内容中去,如在标识牌造型中加入龙舟元素,增加趣味性和独特性。

c)有效利用西溪花朝节,汲取西溪人文资源,策划主题活动,例如亲子游、龙舟节、湿地模型展、湿地摄影展等;针对不同人群,规划不同的主题活动,例如针对青少年,可策划湿地知识定向越野跑、植物挂牌、植物认养、植物手工工艺展等,针对老年人,可策划夕阳游园会、摄影大赛等;增加望远镜、观察微生物的显微镜等高科技互动产品。

d)加大宣传力度,针对不同人群,规划多样的游览路线,合理分布多个互动体验点,开发精品游路线,形成小环线、大环线,可以让游客自主选择;合理运用网络,建立公众号和二维码解说系统;拍摄湿地纪录片;公园官方设计或让游客自主设计湿地周边

产品,提升文创产业;与学校建立互动第二课堂。

除上述建议外,我们也希望公园管理部门定时进行游客意见反馈调查,以便于更好地改善和提高湿地公园的科普宣教功能。本文从主观和客观两方面对西溪国家湿地公园的现状、期望与满意度进行了分析,期望为多角度构建西溪国家湿地公园的科普宣教体系提供参考和支持,让西溪国家湿地公园成为一本360度全方位的科普教科书。

参考文献:

- [1] 崔保山,杨志峰. 湿地学[M]. 北京:北京师范大学出版社,2006:20-25.
- [2] 国家林业局. 国家湿地公园总体规划导则(林湿综字[2010]7号)[A]. 2010.
- [3] 耿满,蔡芳,付元祥. 乌溪江国家湿地公园科普宣教体系的构建[J]. 林业调查规划,2015(3):91-94.
- [4] Hsieh H L, Chen C P, Lin Y Y. Strategic planning for a wetlands conservation greenway along the west coast of Taiwan[J]. Ocean & Coastal Management, 2004, 47 (5/6):257-272.
- [5] 刘倩. 湿地公园科普宣教规划设计研究[D]. 南京:南京林业大学,2011.
- [6] 刘璐. 湿地公园宣教标识系统设计[D]. 北京:中国林业科学研究院,2015.
- [7] 张明珠,卢松,刘彭和,祝小迁. 国内外旅游解说系统研究述评[J]. 旅游学刊,2008(1):91-96.
- [8] 王金元. 走进伦敦湿地中心[N]. 中国绿色时报,2004-02-03.
- [9] 王继旭. 深圳红树林科普公园方案设计[C]//中国城市规划学会. 城市规划和科学发展:2009中国城市规划年会论文集. 北京:中国城市规划学会,2009:8.
- [10] 董雪. 汉石桥湿地自然保护区环境教育体系设计研究[D]. 北京:中国林业科学研究院,2014.
- [11] 赵思毅,侍菲菲. 湿地概念与湿地公园设计[M]. 南京:东南大学出版社,2006:37-49.
- [12] 王浩,汪辉,王胜永,等. 城市湿地公园规划[M]. 南京:东南大学出版社,2008.
- [13] 但新球,吴后建. 湿地公园建设理论与实践[M]. 北京:中国林业出版社,2009:23-33.
- [14] 任利霞,朱颖. 湿地公园科普宣教规划方法探讨:以苏州阳澄湖半岛湿地公园为例[J]. 苏州科技学院学报(工程技术版),2015,02:48-53.
- [15] 国家林业局. 国家湿地公园管理办法(试行)(林湿发[2010]1号)[A]. 2010.
- [16] 谷康,刘倩. 东海湿地公园科普宣教专项规划探索[J]. 规划师,2013,29(5):51-54.
- [17] 任利霞,朱颖. 苏州阳澄湖半岛湿地公园科普宣教规划设计研究[J]. 黑龙江农业科学,2014(10):100-103.
- [18] 耿满,蔡芳,付元祥. 乌溪江国家湿地公园科普宣教体系的构建[J]. 林业调查规划,2015,40(3):91-94.
- [19] 刘彦君,刘亚娇,冯嘉申,等. 湿地公园的生态旅游及科普宣教:以野鸭湖、邛海为例[J]. 湿地科学与管理,2016,12(1):12-15.
- [20] 武锋,李世伟,吴国华. 广东星湖国家湿地公园科普宣教设计研究工作探讨[J]. 广东科技,2016,25(15):50-52.
- [21] 徐学哲. 西溪国家湿地公园[J]. 中国环境管理干部学院学报,2013,23(6):94.
- [22] 王奉安. 感悟西溪湿地[J]. 环境保护与循环经济,2012,32(6):29-30.
- [23] 人民网. 西溪湿地[EB/OL]. [2014-06-27]. <http://travel.people.com.cn/n/2014/0627/c386313-25210104.html>.
- [24] 王文静. 基于游客感知的宝天曼自然保护区生态科普旅游开发研究[D]. 开封:河南大学,2014.

Evaluation on science education of wetland park based on tourist experience: A case study of Xixi National Wetland Park

CHEN Min, HU Guang, HU Shaoqing, ZHANG Lu, JIANG Junhao

(College of Architecture and Civil Engineering, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The science education system and practical effect of Xixi National Wetland Park were investigated by methods of field research, questionnaires, random interviews and other survey methods and through statistical analysis, SPSS correlation analysis and principal component analysis. The results show that the science education system of the park has high overall satisfaction, but there are some problems in the interpretation system, the identification system and the participation experience. There is a fault phenomenon between the current situation of science education and tourists' expectation. In view of the above, it is suggested that the interpretation system and participation experience should be completed, and the identification system should improve.

Key words: Urban Wetland Park; Xixi National Wetland Park; science education; tourist perception

(责任编辑:任中峰)

统筹城乡发展视域下美丽乡村建设的浙江实践及启示

党 浩

(浙江建设职业技术学院社科部,杭州 311231)

摘 要:党的十八大提出了建设美丽中国的战略目标,开展美丽乡村创建活动,是在农村地区建设美丽中国的具体行动。浙江的美丽乡村建设起步早、动作快、成效好,走在全国前列。在美丽乡村建设实践中浙江结合自身实际,形成了具有浙江特点的美丽乡村创建之路,浙江美丽乡村建设的典型做法、实践特色、基本经验,对全国的美丽乡村建设具有重要启示。

关键词: 统筹城乡发展;美丽乡村建设;浙江实践;浙江经验

中图分类号: F303.3

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2018)04-0206-07

改革开放以来,浙江经济社会得到了快速发展,农民的人均收入一直位居全国前列。逐渐富裕起来的农村居民,对生产生活环境和农村生态有了更高的要求。2003年浙江省委、省政府按照统筹城乡发展的新理念,顺应农民群众的新期盼,作出了实施“千村示范、万村整治”工程的重大决策。时任浙江省委书记习近平深入基层调研、谋划总体布局、进行工作部署,经过数年的努力,浙江农村面貌实现了美丽蝶变,“绿树村边合,青山郭外斜”的田园美景逐渐在浙江大地重现。

在此基础上,2010年浙江省委、省政府进一步作出了推进“美丽乡村”建设的决策部署。十多年来,浙江始终站在“城乡一体化发展”、“全面建成小康社会”的高度主动谋划美丽乡村建设,以“千万工程”为突破口,不断充实、丰富其内涵,沿着“生态环境建设—绿色浙江建设—生态浙江建设”的主线^[1],连续十多年常抓不懈、持续推进,使得城乡关系、人与自然关系、传统与现代关系呈现出良好发展态势,走出了一条具有时代特征、中国特色、浙江特点的美丽乡村创建之路。

浙江美丽乡村建设中所包含的理念、所蕴含的经验、所呈现的智慧和办法,无论对于进一步推动浙江的美丽乡村建设,还是对于全国的美丽乡村建设

都具有重要的启发和借鉴意义。

一、浙江美丽乡村建设的主要做法

浙江的美丽乡村建设起步早、动作快、资金投入大,思路超前、措施完善、成效显著,是一条新农建设与生态文明建设相互促进、城市与乡村统筹推进、三大产业相互融合的科学发展之路,是“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念在新农村建设中的一个成功范例。

(一)科学制定规划,精心组织实施,发挥好规划的引领和导向作用

制定科学的规划,并通过项目的形式落实,是浙江美丽乡村建设的基本做法,也是全面推进美丽乡村建设的基础性工作。浙江各县市在美丽乡村建设初期都能把规划放在首要位置,用“七分力量抓规划,三分力量搞建设”,坚持“不规划不设计,不设计不施工”^[2],规划的先行,有效避免了行动的盲目性和无序性,确保了建设效果。

按照“人口向中心村镇聚集,产业向工业园区集中,农业向规模化经营发展,环境向美丽乡村目标推进”的总体思路,浙江全省90%左右的乡村都进行了系统规划。规划坚持实事求是、因地制宜、科学制定。一是坚持城乡一体编制规划。统筹考虑农村发

展现状、村庄分布、历史文化和旅游发展等因素,结合城镇建设、产业发展、土地利用、基础设施 and 环境保护等规划编制美丽乡村规划,确保“城乡一套图、整体一盘棋”。二是立足乡村特点编制规划。规划设计突出地域特色和乡土气息,最大限度地保留村庄的原始风貌,着力营造具有乡土风情和显著辨识特征的美丽乡村,防止出现“农村像城市”的尴尬^[3]。三是注重规划的可操作性和适用性。将规划内容分解为年度实施计划和具体的实施项目,分类推进、分步实施。在项目的选择上,充分结合村庄的特点和现有条件,注重可操作性。如湖州市安吉县有些村镇的串户道路项目就是利用当地鹅卵石进行铺设,即节约了建设成本,又彰显了地方特色。在村庄绿化方面,不栽种城市化的绿化树种,见缝种植当地自然生长的小树,大大节约了后期的管护成本。

除了重视规划对实践的规范和引导作用外,浙江还把规划落实作为推进美丽乡村建设的重要环节。根据美丽乡村建设的总规划,明确具体建设规划的实施方案、目标要求、责任主体、重点任务、建设周期、资金筹措等,保证规划的严肃性和长效性。还专门设立了乡村规划管理员,严格指导和监督规划的实施,同时公开公示规划内容和建设项目,发挥公共监督的作用,确保规划执行到位。

(二)创建标准体系,强化制度供给,使美丽乡村建设有章可循

除了注重实施的分类差异性和适用性,浙江还根据美丽乡村建设的总规划和总目标,强调共性的标准统一性,并制定了一系列规范性文件,确保“差异有特色、共性有标准”。一是制定实施了《美丽乡村建设行动计划(2011—2015年)》,指导全省的美丽乡村创建活动。二是发布了《美丽乡村建设规范》(DB33/T912—2014),这是全国第一个美丽乡村建设的省级地方标准,对推动浙江美丽乡村建设标准化和制定《美丽乡村建设指南》国家标准,都起到了重要的促进作用。三是修订完善了《村庄整治规划设计指引》、《村庄规划编制导则》、《美丽乡村标准化示范村建设实施方案》等文件,形成了比较完整的“美丽乡村”建设标准化指标体系,基本涵盖美丽乡村创建的各个方面,使美丽乡村建设——规划有方向、操作有依据、实施有方法。四是引导先建县市根据行动规划和建设规范细化了建设的指标体系,制定了《中国美丽乡村建设考核指标及验收办法》。从“村村优美、家家创业、处处和谐、人人幸福”四大方面设置了36项考核指标,设定不同权重,实行百分

制考核,动态化管理。在国家标准化管理委员会指导下由安吉县创制的“中国美丽乡村建设指标体系”,已成为新农村建设的国家标准,安吉县也被国家标准化管理委员会命名为“中国美丽乡村国家标准化示范县”。^[4]

此外,浙江的美丽乡村行动能够成为新农村建设的先行示范区,许多县市成为“美丽乡村示范县”,还在于有一整套科学、详尽的制度体系。从美丽乡村建设的实施架构、行动计划、规划设计、建设标准、资金使用、技术指导,到干部职责、督促检查、考核评价、长效管理机制等,都有相应的规定,形成了一系列相对独立又有机统一的制度体系,确保了整个建设过程有章可循、有据可依。

(三)加强组织领导,创新体制机制,确保各项建设任务有效落实

按照“党政主导、农民主体、社会参与、机制创新”的要求,浙江加大了创建资源的整合,强化组织领导、创新体制机制。一是建立了各层级的美丽乡村建设工作领导小组。由党政主要负责人任组长,相关单位为成员,形成了党政齐抓共管、部门协调配合、一级抓一级、层层抓落实的工作机制。这种党政主导、部门协作、纵向到底的领导体制,有利于对美丽乡村建设工作作出总体部署,及时解决创建中出现的问题,适时调整工作的侧重点和努力方向,校正工作中出现的偏差和误区。二是建立分类指导、激励为主的考评机制。根据已有基础和功能定位,将村镇划分为特色农业、工业经济、休闲产业和综合发展等类别,设置个性化指标进行考核。根据考核指标,评定等级,按照考核等级和人口规模以奖代补。此外,省直部门还与县市结对帮扶、县市领导和部门与村镇结对共建,并实行捆绑制考核。三是创新美丽乡村建设的资金保障机制。对上级的涉农惠农资金,采取“多管道进水、一个龙头出水”的使用办法,对分散的资金优先安排于创建村镇,既确保惠农资金、项目的落实到位,又能集中财力更好发挥资金的使用效益。积极推动农村金融改革试点,探索土地、林地经营权、海域使用权、股份经济合作社股权、农房等抵押贷款^[5],设立信用社美丽乡村建设专项贷款,以县级财政奖励资金为担保,“镇贷村用”,同时鼓励金融、工商等社会资本增加对美丽乡村建设的信贷和资金投入。

(四)重视村庄环境综合整治,改善农村人居环境,做到村容整洁环境美

整治优美的村庄环境是美丽乡村建设的重点,

也是美丽乡村建设目标最直观的体现。在创建过程中,浙江坚持把全面优化农村人居环境作为美丽乡村建设的重点和突破口。如丽水市在农村环境综合整治中,以“六边三化三美(在公路边、铁路边、水边、山边、城边、村边等区域洁化、绿化、美化,实现城美、村美、房美目标)”行动为抓手,按照“串点成线、连线成片、整体推进”的要求,打造了一批美丽乡村风景线。该做法还获得了2015中国十大社会治理创新奖。多年来,浙江通过开展以“道路硬化、路灯亮化、河道净化、杆线序化、墙面美化、卫生洁化、环境绿化”为目标的村庄环境整治行动,使农村人居环境、生态环境得到有效改善。一是农村道路建设。大力实施进村道路、村际连接道路、村内干道和进户道路的硬化项目,迄今浙江农村公路全部实现了硬化。二是垃圾处理。对农村生活垃圾采用“户分类、村收集、乡转运、县处理”的方式进行处理。同时,落实责任主体,建立村级卫生长效管护制度,确保农村环境长期整洁。三是污水处理。推广适用农村地区的人工湿地模式、太阳能微动力或无动力厌氧设施、沼气池、多介质土壤层处理等污水处理方式,实现污水的无害化排放。四是河道治理。对村级河道、沟渠进行清除淤泥、清理垃圾、加固堤防的综合整治,对河道两岸进行绿化亮化,使河堤成为村民休闲和乡村旅游的小公园、小景点。五是村庄绿化。尽量利用当地的乡土树种,适度栽植景观美化树种,采取多形式绿化,见缝插绿、能绿尽绿、消除浮土。六是管线布置。梳理规范各种水、电、电信、电视、网络等管线,采用“横平竖直”、“条理清晰”的方式消灭杂乱无章的“蜘蛛网”和私拉乱接,做到布局合理、整齐美观,同时利于管线检修和消除安全隐患。七是拆除违建。对乱搭乱建的建筑、构筑物进行拆除清理,要求农户房前屋后的各类农业用具、生活用物整齐堆放,做到美观舒适。

(五)壮大村集体经济,夯实农村产业发展基础,做到产业富民生活美

建设美丽乡村,民富是关键。只有农村和农民富裕了,美丽乡村才能不断提升和发展,才能建成永久的美丽乡村。因为美丽乡村公共设施的维护、公共环境的管护、垃圾污水的治理,都需要村级投入。因此,壮大村集体经济是保证美丽乡村建设成效并长期发挥效益的关键。

近年来,浙江始终把壮大农村集体经济、夯实农村产业基础放在美丽乡村建设的突出位置,大力探索壮大村集体经济的路径和方法,增强集体经济的

造血功能。一是大力发展特色经济。围绕优势产业和特色产业,大力发展苗木繁育、蔬菜种植、畜禽养殖、优质山果、海鲜水产等特色产业,同时加大土地使用权流转力度,推进规模经营^[6],打造品牌优势,使得特色农产品成为农民致富增收的“铁杆庄稼”。二是积极培育农民专业经济合作组织,形成现代产业经营体系。引导农户自愿组织起来,在信息、资金、技术、加工、购销、储运等环节进行合作,将个体优势转化为集体优势,提高生产经营的抗风险能力,同时降低了单独发展的成本,提高了竞争力。三是大力发展乡村旅游业。充分利用浙江农村“天生丽质”和文化底蕴深厚的优势,大力发展“农家乐”休闲游、山水游和民俗游。把风景变成产业,把美丽转换成生产力。乡村游还带动了乡村民宿的兴起和蓬勃发展,并形成了产值可观的民宿经济,仅杭州地区就有超过2000户民宿,年产值超过7亿元^[7],以养生度假为品牌的丽水民宿更是实现年营业收入12.9亿元^[8]。四是加快传统产业改造升级。引导加工制造业向工业园区聚集,加快技术转型升级,主动适应市场需求,增加中高端产品供给。五是实施浙商“回归工程”。利用乡情、亲情引导和动员在外浙商回乡投资兴业,带动更多农民实现就地就近创业就业。六是积极支持引导农村发展电子商务,在资金、物流、用地等方面给予扶持。目前,电子商务已成为浙江农村青年创业的新渠道,人数约有100万,浙江农产品网络销售额去年突破了200亿元^[9]。

(六)挖掘文化内涵,建设乡村文化,做到乡风文明素质美

建设美丽乡村,环境改善是基础,经济发展是关键,村风文明是目标。挖掘乡村文化,培养文明乡风,丰富了美丽乡村建设的文化内涵,也有力促进了农民素质的提高。从农村环境的改善到乡风文明的提升,从物质富裕到精神富有,从景美到人美,这也正是浙江美丽乡村建设的目标所在。

具体做法有:一是充实农村文化载体,实施农村“文化礼堂建设工程”,并列为省政府年度惠民十大项目。以文化礼堂建设为抓手,实施了乡村文化展示工程、文艺人才队伍培养等文化项目,引导各村量身定制了文化建设方案,建设了一批乡村舞台、农家书屋、文体活动中心等文化场所。这些场所建设并不增加农民负担,而是依托已有的旧祠堂、老戏楼、古书院、闲置校舍等改建而成。二是开展文明创建评比活动。开展“孝敬父母好儿媳”、“勤劳致富好家庭”、“新农村建设带头人”、“环境卫生模范户”、“遵

纪守法光荣户”、“邻里和睦文明户”、“党员综合示范户”等评比活动,推进乡风文明建设。三是深入挖掘和搜集整理村落的名士乡贤、民俗风情、历史文化,提炼体现地域特色的文化传统、民间技艺、非物质文化遗产,并将这些文化资源放大利用,“借题发挥、小题大做、节外生枝、无中生有”。如桐庐县积极开发整合地域文化元素,深入挖掘以“药圣”桐君为代表的中医药文化,“隐圣”严光为代表的隐逸文化,《富春山居图》为代表的山水文化,“江南时节”为代表的民俗文化等,实现了历史文脉的有效传承和发展。^[10]四是大力培育乡村精神。从德、孝、义、能等方面,定期从各村推选“乡村名人”,在村内醒目位置设立“能人榜”、“道德廊”、“孝悌祠”、“学子墙”等物质载体宣传他们的先进事迹,用身边榜样教育引导农民群众比学赶帮超。五是抓好农民素质提升。把培养有一技之长、有创业激情、有文化素养、有宽阔视野、有文明气度的现代品质农民,作为美丽乡村建设的重要内容来抓。总之,文化建设,不仅改变了农民的精神面貌,也提升了农民的综合素质,促进了农村社会的文明和谐^[11]。

二、浙江美丽乡村建设的基本经验

建设美丽乡村是新时期推进城乡一体化发展的重要举措,也是党和政府顺应民意实施的一项重大民心工程。浙江的美丽乡村创建活动,通过持续培育和打造美丽乡村示范县、示范乡镇、特色精品村和美丽乡村风景线,初步形成了“一户一处景、一村一幅画、一县一品牌”的大美格局。迄今已创建美丽庭院43万户,培育特色精品村2000多个,打造美丽乡村风景线300多条,建成美丽乡村先进县58个、示范县6个、示范乡镇100个、特色精品村300个。美丽宜居示范村国家级试点和全国美丽宜居示范村庄总量居全国首位^[12]。作为美丽乡村建设的先行先建区,浙江取得的丰硕成果,积累的宝贵经验,值得总结和汲取。

(一)坚持规划先行,突出个性特色

规划是全局性、系统性、战略性的工作。美丽乡村建设是一项事关城乡一体化发展以及农村经济社会发展顺利推进和整体发展质量稳步提升的系统性工程。多年来城市建设重视规划,而乡村建设大多处于自发随意的状况。浙江的美丽乡村建设十分重视规划的引领和导向作用,美丽乡村建设的基本原则、目标任务、功能定位、路径选择、行动推进等事项,都要通过规划来实现。哪些村改造、哪些村搬

迁、哪些村缩减、哪些村保护、哪些村培育壮大,对村庄布局的优化,都会经过专业论证,科学的规划在乡村健康、快速和可持续发展方面起到了极为重要的作用。另外,在制定规划时要统筹考虑当地生产力发展水平、自然地理地貌和社会文化特征等因素,使规划符合乡村实际,突出地方特色和个性特征,能够做到移步换景、看景辨村。

(二)尊重农民意愿,激发建设活力

农民是美丽乡村建设的主体和主要受益方。在具体实践中,只有发挥好他们的主人翁作用,美丽乡村建设才有内在动力。一是尊重农民主体地位。凡涉及规划建设、项目实施、经营管理等群众利益的事,都应通过党员大会、村民大会、民情恳谈会、村民代表会、组织民意调查等形式,征求群众意见,保证农民应有权利的实现。二是增强农民的责任感。农民的意愿直接影响美丽乡村建设的速度和质量,有关部门要利用各种途径和方式,大力宣传美丽乡村建设对于农民的重要意义,以及美丽乡村建设的政策、内容和措施等,增强农民群众建设美丽乡村的责任感和自觉性。三是培育新型农民,巩固建设成果。通过持续不断、系统推进的美丽乡村建设,把生态、洁净、文明的理念渗透到农业生产、生活的方方面面,逐步转变农民落后的生产方式和生活习惯^[13],使农民的整体素质与美丽乡村建设的要求相适应,真正树立起新农村新风尚。

(三)加强环境保护,注重生态优先

传统村落是在农耕文明条件下形成的融生态环境、自然风光、物质景观、文化意境为一体的文明载体。美丽乡村建设,要尊重自然、敬畏自然,牢固树立“绿水青山就是金山银山”的发展理念,把生态环境保护放在优先发展的战略位置。浙江以美丽乡村建设为契机,把生态修复和环境保护作为美丽乡村建设的重点,大力推进农村环境连线成片综合整治和农村河道水环境的综合治理,使农村生态环境明显优化。完善农村环保设施,加快农村污水治理、卫生改厕、绿化养护等环保项目建设,加强农村生产生活垃圾的资源化和无害化处理。大力发展高效农业、精细农业、生态农业,科学防治病虫害,减少农业生产过程中化肥和农药使用量,必须使用时通过精准施肥技术,提高利用率,减少土质污染。

(四)强化产业支撑,力求富民强村

建设美丽乡村,产业是基础,富民是要义。农业农村除了保障必要的农产品供给外,还具备生态涵养、都市休闲等功能。在美丽乡村建设中,应该着力

发展效益高、前景广、可持续的现代都市农业,加快完善农业科技服务体系,提升科技对农业的贡献率。大力推广种养结合的新型家庭农场,培育新型农业经营主体,扩大无公害农产品、绿色食品、有机食品的生产。充分利用农村的自然景色、田园风光、山水资源、历史传统和文化积淀,发展休闲观光、采摘游玩、度假养生、户外运动、农事体验等不同定位的美丽产业,加速农业与二三产业的融合,推动农村发展再上台阶。

(五)健全工作机制,形成政策合力

美丽乡村建设是一项涉及生产、生活、生态各个层面长期而复杂的系统工作,涉及面广、工作量大。要健全工作机制,形成政策合力,避免各建设力量“单打独斗、各自为政”。一是建立工作协调制度。成立各级党政主要领导为组长、涉及单位为成员的工作领导小组,发挥好党委总揽全局、协调各方的作用,形成齐抓共促的强大合力。二是部门配合。各部门要根据工作职责,按照“统一部署、各司其职、各尽其能、各计其功、形成合力”的原则,投入项目和资金支持美丽乡村建设。三是群众参与。采取多种方式,向广大农民讲清楚美丽乡村建什么、怎么建、群众如何行动等问题,努力营造良好建设氛围,打下坚实基础。

三、浙江美丽乡村建设的几点启示

美丽乡村建设使农村的村容村貌、生态环境、产业结构明显改善,进一步缩小了城乡差距,广大人民群众和各级领导干部的科学发展、统筹城乡发展的意识和能力也普遍得到了增强,浙江的美丽乡村建设实践,带来诸多启示。

(一)要强化城乡统筹、一体发展的理念

统筹城乡一体化发展,是经济社会发展的内在规律,也是我国现代化建设的重要内容和发展方向^[14]。而长期存在的城乡二元结构,导致城乡发展的要素资源配置不均衡,农村发展一直滞后于城市。浙江把美丽乡村建设作为推进城乡一体化发展的重要途径,不断深化城乡综合配套改革,着力破除城乡二元结构,使农村群众享受到与城镇居民均等的公共服务,激发了“三农”发展新活力,农业农村工作呈现出加快发展的新气象。目前,浙江城乡拥有同样的等级公路、公共卫生服务网络、供水管网、垃圾处理系统和网络信息宽带等,是全国城乡基础设施和公共服务差距最小的省份之一。因此,美丽乡村建设深层次内涵的实现,必须以统筹城乡发展的理念

为统领,把美丽乡村建设与发展富民产业、促进城乡公共服务均等化、推动生态文明建设有机统一起来,实现城乡经济社会一体化发展新格局。

(二)要有先行先试、改革的胆略和勇气

当前我国经济发展已进入新常态,唯有坚持创新发展才是制胜之道。这就要求把握发展的客观规律性、发挥好主观能动性,敢于打破思维定势,才能抓住机遇,快走一步。浙江在面对统筹城乡一体化发展、全面建成小康社会的新任务、新要求时,早在2003年就在全国率先提出了“千村示范、万村整治”工程的行动;2010年又率先提出美丽乡村建设行动计划;2014年又在全国率先制定了美丽乡村建设的地方标准。浙江在面对经济社会发展中出现的新情况、新问题,不回避、不推诿、不扯皮,而是敢于面对、主动作为,始终是超前谋划、先行一步,不断在发展理念、发展思路、体制机制、实践做法等方面改革创新,才走出了一条具有浙江特点的美丽乡村建设之路。

(三)要有因地制宜、突出特色、差异化发展的建设思路

由于城乡二元结构的限制,中国的绝大多数农村发展落后于城市,农村公共设施建设欠账较多,各地产业发展也不平衡,开展美丽乡村建设需要解决的重点问题也各有差别。因此,美丽乡村建设,要依托当地资源禀赋、自然条件、地形地貌、文化特色、乡风民情、传统习俗、人文环境等,因地制宜、发挥优势、突出特色,建设多模式的美丽乡村。每个地方都有自己的发展优势、劣势,关键是要扬长避短,创造性地开展工作,展示出不同地域的个性、风格和内涵,体现各具特色的田园风光、乡风民情^[15],实行错位化发展,努力做到“一村一景,一村一韵,一村一业”。

(四)要有一抓到底、持续提升的决心和干劲

美丽乡村建设作为涉及亿万农民幸福的宏大工程,要有一抓到底、持续推进的决心和干劲。浙江的美丽乡村建设行动从2003年启动“千村示范、万村整治”工程至今,历经三届省委的谋划和推动,历经十余年的奋斗和建设,取得了明显成效。十余年来浙江各级党委和政府始终坚持一张蓝图绘到底,一年接着一年干,一届接着一届干,决心不变、主题不变,不断推动美丽乡村建设持续提升。如今美丽乡村已经成为浙江的一张金名片,并为中国新农村建设提供了生动的浙江样本。全国改善农村人居环境工作会议、全国农村精神文明建设经验交流会、美丽乡村建设现场会等会议多次在浙江召开,对全国的

新农村建设起到了积极的促进和引领作用。浙江的这些做法和经验启示我们,美丽乡村建设不能急于求成,忽视建设规律和周期,要聚焦问题、一抓到底、持续推进,更要有功成不必在己的信念和政绩观,终会见成效。

(五)要有科学运作、多元融资的方法和手段

弥补城乡差距,需要大量的资金投入,既要科学运作,又要争取多元投入。首先,要明确政府责任,确立市、县、乡镇对美丽乡村建设资金的投入职责和要求,设立省级美丽乡村建设专项资金申报项目库,同时积极争取国家项目的资金支持。其次,要创新美丽乡村建设的投融资体制。本着互利互惠的原则,实现投资主体多元化,促进各类资本向美丽乡村建设聚集,激发美丽乡村建设的持续动力。还要以“资金性质不变、管理渠道不变、统筹安排使用”的原则^[16],优化美丽乡村建设资金的合理配置机制和整合力度,推动美丽乡村建设经营滚动式发展,持续打造美丽家园。

(六)要走产业带动、民富村美的可持续发展之路

浙江的美丽乡村建设能够取得成效并持续推进,关键是乡村都有自己的支撑产业。建设美丽乡村,最核心的要素是发展生产,没有产业支撑,美丽乡村建设就不具备必要的基础条件和可持续发展、自我发展的能力,也难以达到公共服务便利、村容村貌整洁、田园风光怡人、生活富裕和谐的建设目标。要把发展主导产业作为建设美丽乡村的保障,整合资源优势,集中产业扶持资金,打造一批产业示范村,通过示范村的辐射带动,逐步实现村村皆有主导产业的发展格局。同时,要把发展产业、富裕农民作为美丽乡村建设成效的考核重点,引导各级政府和村镇着力培育现代富民产业,创新产业发展模式,强化造血功能,使美丽乡村走上可持续发展的良性循环之路。

四、结 语

每一项重大社会实践的探索,都需要正确的理念和方法论做指导,浙江的美丽乡村建设之路,是“五大发展理念”在浙江的生动实践,是对“绿水青山就是金山银山”重要思想的生动诠释,也是对中国特色社会主义现代化建设内在规律的一种揭示。浙江的美丽乡村建设把握了生态文明建设的时代趋势,推动了城乡融合发展的进程,立足于整体规划和科学布局,实现了美丽乡村建设的全覆盖,遵循整体规划的建设思路,分布实施各项建设行动,突出不同的

创建风格,着力打造特色品牌,同时又充分发挥创建主体的积极性,激发出美丽乡村建设的内在动力。从实践效果来看,浙江的美丽乡村建设不仅缩小了城乡之间在基础设施、公共服务以及社会事业发展等领域的现实差距,而且也为农村居民发展权益的有效保障和各项权利的均等实现创造了制度保障和长效机制,从长远来看,这两者都将凝聚为城乡未来发展的持久动力和内在活力。

参考文献:

- [1] 唐园结,申保珍,蒋文龙,等. 中国特色的美丽乡村建设之路:聚焦浙江乡村十年蝶变[N]. 农民日报,2013-09-14(1).
- [2] 之江平. 书写美丽中国浙江篇[N]. 浙江日报,2013-10-19(1).
- [3] 杨贵庆等. 黄岩实践:美丽乡村建设规划探索[M]. 上海:同济大学出版社,2016:181.
- [4] 杨晓蔚. 安吉县“中国美丽乡村”建设的实践与启示[J]. 政策瞭望,2012(9):42-45.
- [5] 茅忠明. 新农村建设的实践与思考:以浙江省建设“中国美丽乡村”为例[J]. 经济研究导刊,2014(7):41-43.
- [6] 朱群丽. 诗画江南 秀美建德:建德市新农村建设纪实[J]. 观察与思考,2011(11):60-62.
- [7] 浙江出台民宿指导意见 未来民宿发展将有据可循[EB/OL]. (2016-12-21)[2017-05-21]. http://zjzwfw.gov.cn/art/2016/12/21/art_1267570_4634114.html.
- [8] 丽水市“五水共治”工作领导小组办公室. 丽水市“五水共治”工作情况通报新闻发布稿[EB/OL]. (2016-07-21)[2017-05-21]. http://www.lishui.gov.cn/zwgk/xwfbh/201607/t20160721_1315682.html.
- [9] 袁卫,陈小平. 美丽乡村的火红“网”事[J]. 今日浙江,2015(9):26.
- [10] 吴玉凤. 以美丽乡村建设为突破实现城乡区域统筹发展:基于桐庐美丽乡村建设实践的研究与思考[J]. 经济研究导刊,2014(18):26-30.
- [11] 王旭烽,任重,周新华. 中国美丽乡村调查[M]. 南昌:江西人民出版社,2013:220.
- [12] 潘伟光,顾益康,赵兴泉,等. 美丽乡村建设的浙江经验[N]. 浙江日报,2017-05-08(5).
- [13] 陶良虎,陈为,卢继传. 美丽乡村:生态乡村建设的理论与实践与案例[M]. 北京:人民出版社,2014:37.
- [14] 对十八届三中全会《决定》有关农村改革几个重大问题的理解:访中共中央政策研究室农村局局长冯海发[N]. 农民日报,2013-11-18(4).
- [15] 杨松柏. 宜章县瑶岗仙镇美丽乡村建设研究[D]. 长沙:中南林业科技大学,2014:32.
- [16] 孙秀明,张英鹭,吴昊,等. 改善人居环境 建设美丽乡村:访环保部自然生态保护司副司长邱启文[N]. 经济参考报,2013-11-15(4).

Practice of beautiful countryside construction in Zhejiang from the perspective of overall planning of urban and rural development and its enlightenment

DANG Hao

(Department of Social Sciences, Zhejiang College of Construction, Hangzhou 311231, China)

Abstract: The eighteenth national congress of the communist party of China put forward the strategic objective of constructing beautiful China. To carry out the beautiful countryside construction is the specific action to construct beautiful China in rural areas. Beautiful countryside construction started early in Zhejiang, with fast action and good results. In this aspect, Zhejiang walks in the forefront of the country. In the beautiful countryside construction, Zhejiang combines its own reality and has formed the way to create beautiful countryside with unique features. The typical practice of Zhejiang, its practice characteristics and basic experience have important enlightenment for beautiful countryside construction nationwide.

Key words: overall planning for urban and rural development; beautiful countryside construction; practice in Zhejiang; Zhejiang experience

(责任编辑:王艳娟)



《浙江理工大学学报》第九届编委会成员

主 任 裘松良 常务副主任 陈文兴

委 员 (以姓氏笔画为序)

王 健	王兆青	刘朝马	杜时贵	李加林
杨云芳	邹奉元	汪亚明	沈满洪	陈文华
陈文兴	陈改玲	陈建勇	郑旭明	赵辅昆
胡旭东	胡觉亮	胡剑锋	姚菊明	徐定华
渠长根	喻擎苍	傅雅琴	蒙兴灿	裘松良

秘 书 长 郑今欢

主 编 陈文兴

副 主 编 唐志荣

浙江理工大学学报

ZHEJIANG LIGONG DAXUE XUEBAO

月 刊(Monthly)

逢双月 社会科学版

第40卷 第2期 2018年4月

Apr. 2018, Vol. 40 No.2

(1979年9月创刊)

(Started Publication in Sept.1979)

主管单位: 浙江省教育厅

主办单位: 浙江理工大学

出 版: 浙江理工大学杂志社

社 长: 郑今欢

编 辑: 《浙江理工大学学报》编辑部

电话: (0571) 86843739 (兼传真) 86843152

电子信箱: Journal@zstu.edu.cn

网址: <http://xuebao.zstu.edu.cn/>

地址: 杭州下沙高教园区

浙江理工大学 (310018)

主 编: 陈文兴

印 刷: 杭州余杭人民印刷有限公司

(杭州莫干山路勾庄)

订购发行: 《浙江理工大学学报》编辑部

发行范围: 公开发行

出版日期: 2018年4月10日

Authority in Charge: Department of Education of Zhejiang Province

Sponsor: Zhejiang Sci-Tech University

Published by: Periodicals Agency of Zhejiang Sci-Tech University

Edited by: J. of Zhejiang Sci-Tech University Editorial Dept.

Address: Xiasha Higher Education Zone, Hangzhou 310018, China

Tel: (0571)86843739 86843152

E-mail: Journal@zstu.edu.cn

Website: <http://xuebao.zstu.edu.cn/>

Editor in Chief: Chen Wenxing

Printed by: Hangzhou Yuhang People's Printing Co., Ltd.

(Gouzhuang, Moganshan Road, Hangzhou)

Issue Date: Apr. 10, 2018

中国标准连续出版物号: ISSN 1673-3851
CN 33-1338/TS

定价: 10.00元

