

【乡村治理现代化】

经营文化:基层治理创新中的村庄经营

石伟

(安徽大学 社会与政治学院,合肥 230601)

摘 要:在社会治理创新任务刺激下,基层政府动员村集体以经营村庄的方式进行乡村文化建设。村集体通过营造可展示性的文化场景、密集的活动投入、有限度的群众动员建构村庄文化氛围与文化景观。村集体的村庄文化建设行为契合基层政府治理创新意图,获得基层政府的资源密集投入及宣传推广支持,推动了村庄发展。这成为地方政府以村集体为代理人经营村庄的微观机制。以文化建设为载体的村庄经营源于基层治理的任务建构机制、村社集体的统合机制、地方政府行政吸纳机制的共同作用。但以经营为目的的文化建设追求可视化的景观,导致基层治理创新也走向悬浮。其深层次的问题是,在基层治理转型回应居民日常生活诉求时,经营性治理与治理需求错位,导致生活治理的群众性缺失,缺少村民的参与和认同。因而,如何形成融入村民生活实践的文化服务供给,回应村民文化诉求,引领村庄社会风尚,是实现基层治理现代化的必由之路。所以,乡村文化振兴应当回应人民群众的美好生活诉求,引领乡风文明。这需要在行政力量的推动下,调动村社集体自主性,发掘社会资源,形成文化供给的持续性。

关键词:经营村庄;基层治理创新;景观制造;文化建设;生活治理

中图分类号:C913.4 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2023)04-0037-11

随着当前乡村振兴战略的深入推进,乡村振兴实践中的机制障碍逐渐凸显,亟待建立乡村建设的新发展格局,提升其全面性和多元化发展水平。基于此,各地纷纷开展基层治理创新实践^[1]。乡村文化作为乡村社会发展根基和价值凝聚载体,在乡村振兴中发挥着重要作用,成为基层治理创新的重要形式^[2]。实践中,乡村文化建设活动以文化儒化和文化价值功能为建设目标,衍生出“以孝治村”“文化礼堂”“新时代文明实践讲习所”等多样形式。乡村文化振兴不仅是乡村文化建设问题,而且是乡村社会治理问题。随着当前乡村文化建设的振兴行为如火如荼地展开,理解文化建设与基层治理的关系,理清文化建设主体及其行动逻辑,是推动乡村文化振兴、实现基层治理创新有效的内在要求。本文基于乡村文化建设的田野实践,理解乡村文化建设的行为主体及其行动逻辑,以期对乡村振兴背景中的乡村文化建设提供学理性启示。

一、经营文化:“经营村庄”的微观载体

(一)文献回顾:经营村庄的主体与方式

经营村庄是理解地方政府行为与村庄治理的重要内容。既有研究围绕村庄经营实践从经营主体与经营方式两方面开展讨论。

学者们对谁是村庄经营主体的认识随着经验发展而发生变化。改革开放后,乡镇干部区别于传统行政官员,以“地方政府即厂商”^[3]与“地方政府公司化”^[4]的方式形成政权经营者角色,影响着地方自主性。随着国家资源输入方式的变化及乡村振兴战略的深入推进,乡镇政府的经

收稿日期:2022-07-16

基金项目:国家社会科学基金重大项目“农村社区治理创新问题研究”(22&ZD173)

作者简介:石伟,男,安徽大学社会与政治学院讲师。

营重心转向为以村庄发展与建设为基础来撬动行政体制,追求对体制资源的获取和利用^[5]。在此基础上,围绕项目制资源分配的利用方式,村庄经营主体从乡镇政府转向村庄。村庄本位的经营核心是村干部运用市场理念运作村庄,强调村庄治理中的创业发展与利益导控,注重投资增值、成本核算、竞争意识、利益功能与机遇观念^[6]。村集体主导的村庄经营采取村庄企业化的操作形式^[7],强调村庄与资本的合作,形成丰富的资本下乡实践经验。在这过程中,有为集体能够处理好资本、村庄与农民的关系,整合村庄发展的资本和土地要素^[8]。但是村庄经营也对村干部的角色及村庄治权产生重要影响,比如乡村精英以“钓鱼”方式获得政府项目,争取民众认同^[9],呈现不同于以往治理理念的经营性治理模式^[10]。

随着经营村庄经验的丰富,村庄经营的方式更加多元化,其中比较典型的方式有经营土地、经营集体经济、乡村旅游。其一,经营土地。地方政府垄断一级土地市场,通过主导农民集中居住而进行土地开发,获得巨额土地出让收益,增强地方政府土地财政实力,因此有能力提供公共服务和基础设施建设^[11]。在经营土地中,村社集体渐渐失去土地控制权,自主性较弱^[12],随之建构出“县—乡—村”之间的互倚结构,从而获得源源不断的村庄经营资源^[13]。其二,经营集体经济。它依靠农村集体土地的统分结合与政经合一属性配置要素^[7],采用涉农资源的市场产业化运作方式^[14],将农民主体与市场结合,壮大集体经济^[15]。其三,乡村旅游。乡村旅游的产业发展实践是地方政府通过乡村景观化打造,主导文旅产业发展^[16]。

综合已有研究可以发现,一方面,经营主体从乡镇经营转向强调村庄与资本的合作。围绕经营主体的变迁,学界展开对资本下乡经营村庄过程带来的治理差异讨论,但是忽视了在地方政府意图下乡镇与村庄的合作行为。另一方面,村集体、政府、资本与农民的互动关系及其治理效应是理解村庄经营的核心路径,这成为本研究进一步展开的基础。

(二) 经营文化:经营村庄的微观机制

从概念上学者们对村庄经营并未形成统一界定,但是可以看出经营村庄具有的基本内涵包括:一是企业化运作与发展性导向。村庄经营反映出村庄治理的理念变化。村级组织从照章办事的维持型简约治理模式转向追求村庄发展模式,进而把村庄当作公司一样运营,核心是基层治理理念从维持型治理转向经营型治理。二是整合发展资源。村庄经营强调对发展资源的调动与整合,发展资源包括村庄既有的土地、人力资源,也包括外部的政府项目资源、资本力量等。三是注重绩效展示。资源的整合与分配亦是经营手段,通过资源配置方式追求政治或社会效益,表现为造点行为或示范点创建。近些年,随着乡村振兴建设的深入推进,国家开始注重乡风文明与乡村文化功能,加强农村文化建设。在实践中出现以经营文化为形式的村庄经营行为。经营文化是村集体以文化建设为载体,发挥文化的工具性价值和治理效能,营造村庄文化氛围与景观,进而盘活土地等多方资源要素,推动村庄发展和村庄建设。本研究的田野经验和问题意识来源于浙东S市X村的田野调研。根据笔者在浙东S市X村的观察,当地以村庄文化建设的方式进行村庄经营。在项目资源有选择性投入的分配体系下,村集体有动力发挥主体性,利用村庄既有资源“放水养鱼”,建立与基层政府的庇护关系,如图1。

文化何以成为村庄经营的载体?在托尼·本尼特(Tony Bennett)看来,文化具有实践向度与工具价值。他在福柯思想的基础上,把文化发展为治理的目标与对象,即文化成为治理的工具^[17]。安·斯威德勒(Ann Swidler)指出,文化应当视为“行动的策略”和“工具箱”,行动者在这个工具箱中挑选工具进行创造并达到预期目标,是积极的建设者^[18]。他在指明文化的工具性基础上,指向文化工具化过程中的行动者行为逻辑。村集体选择利用村庄文化建设,以文化为载体发挥文化的治理功能,创新基层社会治理方式,把文化建设当成文化产品打造,建立可展示的文化成果,谋求乡镇政府资源输入的倾斜。文化建设指向文化的内容、价值和具有明确内涵的文化行为、文化需求。而经营文化意在说明村集体以文化建设为载体的经营行为,指向文

化建设主体的行为与策略。根据 X 村实践,该村以文化为载体的村庄经营主要是通过文化活动和文化氛围营造村庄亮点,获得地方政府的扶持和资源输入,进一步整合资源从文化扩展到村庄多维内涵,营造出村庄发展景象。

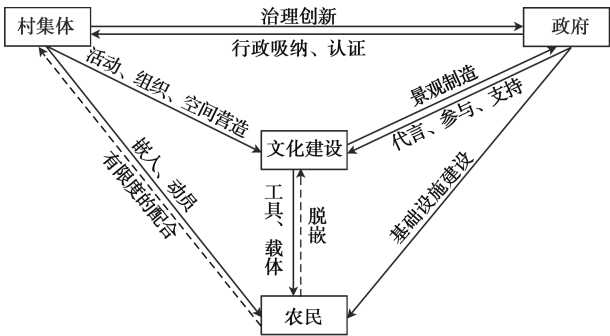


图 1 村集体文化经营行为及其运作机制

二、基层治理创新中的村庄文化经营行为

(一) X 村田野概况与经验图景

X 村位于浙东 S 市区城东 20 公里处,被誉为丰镇的西大门,地理位置优越,坐落于溪西湖畔,面积 4.63 平方公里,于 2006 年由四个村合并而成。全村 1016 户 3270 人,耕地面积 3200 多亩,土地资源丰富。X 村于 2013 年作为区里首批创建文化礼堂的村庄,开启文化建设活动。以文化展示为形式的文化建设,突出村庄的经营性,旨在通过文化建设撬动资源并推动村庄发展(表 1):通过组织活动回应农民文化需求,营造村庄中的文化氛围;以建立村庄文化组织的方式,动员农民参与文化活动,发挥文化的涵养功能和治理价值;以打造文化活动和空间及可视化文化符号的方式,增加文化的展示性,凸显村庄文化建设成效。在“点亮”村庄文化建设初见成效后,吸引了地方各级政府的注意力且获得发展资源,为村庄发展注入动力,将村庄建设从文化扩展到集体经济、土地要素配置、村庄规划等诸多方面,进一步提升文化影响力。从成效看,X 村村庄经营成果突出,获得各级各类的嘉奖,被奉为各地乡村振兴学习的典范,并于 2017 年被评为“全国文明村”。

表 1 乡村文化建设向村庄经营转化过程

发展阶段	文化建设	文化展示	村庄经营
实践内容	文化活动开展	文化场景打造	整合村庄资源
实践结果	营造文化建设氛围	获得体制内资源	村庄发展
产出效益	社会效益	政治效益	经济效益

X 村在基层治理创新行为的刺激下,村集体通过文化经营活动打造政府基层治理创新政绩,寻求政府资源输入,建立政社合作的关系。在此过程中,文化建设成为村集体进行村庄经营的工具与抓手。不同于地方政府以行政力量为主导密集式资源投入、全方位打造,X 村村集体经营行为是村集体以嵌入农民生活的方式进行文化建设。在取得文化建设成效后,X 村获得地方行政力量的认同、支持、参与,走向超越文化建设的村庄多方面发展。其中,村庄经营的主体是村集体;经营方式是村庄文化建设,利用上级文化创新政策与资源支持以嵌入村庄社会结构的方式落地;经营动力是基层治理创新激励。

(二) X 村文化建设中的经营文化实践

1. 开展活动:文化建设营造氛围

文化建设是村集体经营行为的基础。X 村经营文化的核心是通过开展精彩纷呈的文化活

动,突出村庄文化的丰富性与村庄的文化氛围,从表现形式看,包括文化建设的丰富性、舞台化和吸纳性。在文化礼堂建好的第一年,X 村各类文化活动全年达 80 场次。此后,正常情况下,文化活动也是平均每月 1 次。X 村文化活动的种类、形式多样,几乎囊括村庄不同性质的主体(表 2)。从组织形式和参与群体看,X 村文化活动的主要类型有:针对老年群体的孝善表彰活动、针对女性群体的评选活动、带有表演性质的演出性晚会活动、针对特定需求的讲座培训、儿童文艺汇演,以及村外联谊和租借场地文化活动。通过举办多样性、间隔短的文化活动,村庄内保持“活动在场”的文化氛围。而后,X 村利用政府文化部门的送戏下乡项目活动,组织村民举办晚会。举办几次活动后,恰逢 CCTV 节目组“走进 S 区”推介宣传活动,村书记牵头邀请区里专业舞蹈团队,举办了春节大型文艺晚会。此次活动经过报道后取得广泛的宣传效益。总的来看,X 村文化活动最初目的是以宣传为主,随后组织农民参与,进而开展与村庄生活相关的文化活动。村庄文化活动的真正转折点是 2016 年举办儿童节活动,邀请学校学生到村中表演,吸引了很多家长的参与。自此,村中活动的参与人数和群众知晓度大幅提升。

表 2 X 村文化活动类型与具体内容

活动类型	具体活动内容
孝善表彰类	最美家庭、最美媳妇、最美妯娌、模范丈夫、五好家庭等
节日文化类	重阳节敬老活动、端午节包粽子比赛、儿童节“我是歌唱家”表演等
联谊晚会类	“村晚”、新中国成立 70 周年汇演、“文化走亲”联谊等
讲座培训类	防诈骗讲座、智能手机使用培训、女性健康讲座、老年养生讲座等
场地使用类	各类现场工作会,政府机关部门会议,如农商行活动、区妇联活动等

文化建设活动的经营性,本质而言是以文化输入为形式,将文化活动作为产品进行运营,着重打造文化活动的新奇感,以吸引眼球,创造卖点。文化产品化后,文化如同其他物质性产品一样,需要不断创新以刺激村民需求,通过各种形式吸引着村民。文化产品化还是精准定位不同群体文化需求的方式之一。这时,文化是一种工具性导向,并非基于需求回应的文化建设。为了刺激村民需求、吸引村民目光,文化生活会琳琅满目,让人应接不暇,甚至是“难以应付”。正如书记所述:“活动要像电子产品一样不断更新,同样的活动组织两次后,就没人看了。”与此同时,外部的宣传效果反馈给予村干部进行文化建设极大鼓励和信心支持。此后,X 村通过更新文化活动形式及举办具有展示性的大型文化活动的形式,不断创新文化活动,激活文化建设的宣传效果与收益性,追求社会效益。

2.空间营造:凸显场景获得支持

空间营造是以文化空间建设和文化展示性的方式,追求可视化场景。它是 X 村文化建设中的直观经验和核心目的。涉农资源的产业化经营及土地要素重新配置类经营,其经营追求的是经济效益和政治效益,希望获得投资增值。而文化经营的经济价值和绩效是通过空间营造的方式。村集体以可视化方式追求社会效益,通过社会效益激活政治效益,进而获得经济价值。

空间营造的内涵在于,将公共空间变成具有展示价值的文化空间以取得社会效益。首先,在空间建设时,村集体便注意添加文化因素,如孝文化、弘扬美德的图案镌刻在长廊、戏台等物理设施中。村庄的村规民约、村歌、村史等能代表村庄风貌的村庄文化符号也会通过公共建筑展示。其次,利用公共场地的橱窗等公示牌,展示村庄的文化活动和精神风貌。相较于其他村庄,X 村的公示橱窗相对较长,里面除了展示日常的村级财务等公开事项外,村庄的评比活动结果、人居环境整治考核打分都会标记在上面。同时,在修建的村内小型操场上设置了一排橱窗,专门展示村内举办过的文化活动,如联欢晚会,文化走亲、节日活动,以及村庄内环境整治、移风易俗等项目中表现突出的事项。最后,公共空间的建设为释放村庄文化需求提供了场地,如文化礼堂的建造方便了农户办酒席等。村委不仅是村庄政治中心,还成为村庄的社会中心和文化

中心。在多元开源渠道下,村集体把以村委办公大楼为中心的周边环境打造为具有公共空间、富有现代气息、设施齐全的公共场地,建设成村庄的一块“门面”。同时,这块公共场地亦成为乡镇接待的场所和向外展示村庄文化建设的窗口。

可视化的社会效益通过取得基层政府治理创新的政治绩效,为经济价值的变现获得体制内资源。其中,项目分配是文化建设的指挥棒。在项目式的资源输入体制下,以“撒胡椒面”式的项目分配难以突出成效,乡镇领导受科层体制的晋升压力和激励,往往会选择将项目集中在某一地,采用打造亮点的项目分配方式^[19]。项目资源集中打包分配的方式决定了作为项目分配方的基层政府对项目分配的选择具有倾向性。村集体通过空间营造使得文化建设成效具有展示性与可视化,进而直观地凸显村集体的工作,获得乡镇政府项目分配时的青睐。乡镇书记坦言,目前乡镇能够决定的项目首先向X村倾斜,X村相较于其他村庄,基础较好,将项目落到此处可以集中打造出成绩。正如X村村书记所说:“我们文化搞得好,项目越来越多,许多以奖代补的项目叠加都在我们村。”在镇政府与村集体的合作下,X村逐渐获得地方各类的项目倾斜,如土地集中整治、宅基地复垦、空心村流转等项目。迄今,X村获各类项目总投入达1.5亿元。在这个过程中,村集体获得项目承包权,能够通过项目经营行为提升村集体的资源分配能力和治理能力。

3. 资源整合:政社合作多维发展

在取得政治效益后,村集体文化展示获得了体制资源的密集投入,并扩散到村庄多个领域,进一步刺激村庄投资增值,最终形成了经济效益。村集体整合行政体制内资源和村庄社会资源,通过文化建设的形式组织村庄进行土地整治、推进集体经济和乡村产业发展,以期推动村庄发展。

首先,村集体通过组织建设维持文化活动的持续性。一方面,通过成立老年协会维系村集体与村民之间的纽带和动员机制。X村小组长作为老年协会的理事,通过老年协会的组织体系将在村的治理主体动员起来。同时,聘请退休能人为协会吸纳村庄发展的骨干力量,他们还在村庄发展中提供资金支持。另一方面,村集体通过发掘积极分子特长成立专业兴趣组织,为村庄文化活动的开展和外出比赛提供专业力量。其次,村集体通过土地整治和集体资产发包发展壮大村庄集体经济。在地方政府资源发包的支持下,X村以项目承包方自主承担村庄土地综合整治项目,村集体因地制宜,充分利用既有的土地配套资源,有选择地压缩整治成本,使得项目结余400多万元。村集体通过自主承包项目结余可获得集体收入,此举成为村集体经济增收的重要来源。如村集体统一组织村庄进行土地流转,并按照土地等级转包了2600余亩土地,可提留200元/亩。再如村集体作为项目承包者,承担河道清淤项目,动员村民自愿参与,使170万元的项目结余了120万元。最后,村集体利用空心村整治进行村庄重新规划。在当地新增宅基地指标从严管控的情况下,村庄建设用地存在较大缺口。面对大量的村民建房需求,X村盘活村内宅基地交易市场,进行房屋置换,让宅基地与房屋在村内交易,确保宅基地使用有序。在地方政府空心村整治项目的支持下,X村以奖代补动员农民腾退村内闲置宅基地。

在X村以文化建设为载体进行的村庄经营实践中,村集体的多维行为与文化建设相互融合,共同促进形成以文化为载体的村庄发展景观,构成地方政府基层治理创新实践的样板。如通过文化建设获得政府体制资源支持,进一步推动文化的可视化建设,形成对村集体文化建设的认证。再如村庄宅基地整治等规划建设和治理行为,离不开文化建设对群众的组织和动员;村庄宅基地整治又成为文化可视化景观的重要组成部分。经过X村以文化建设为载体的村庄经营实践,X村成为村庄治理内容丰富、村容村貌秀丽、文化氛围浓厚、集体经济充足的发展型村庄。

三、基层治理创新中文化经营行为的生成机制

乡村振兴,乡风文明是保障。乡风文明与文化建设作为乡村振兴的重要助推器,越来越受到重视。在乡村文化振兴的政策要求与时代呼唤下,文化的经营行为能够成为基层治理创新的工具。它是村庄文化建设活动与政府基层治理创新意图、行为相契合,达成默契与认同,实现政社联动。一方面,村集体有动力与能力推动村庄文化建设,并且取得了不错的成效;另一方面,基层政府在治理创新的压力下,认同村庄文化建设的成效,并将文化建设吸纳为展示创新行为与创新政绩的工具,进而扶持文化建设与打造文化场景。因此,基层治理创新任务是驱动,村集体文化建设是核心,政府对村庄文化建设的认同与吸纳是文化经营得以成功的保障。

(一)创新驱动:村庄文化经营实践的任务建构

基层治理创新任务是激发X村进行文化经营行为的诱发机制与催生力量。中央一号文件连续八年明确提出创新基层治理的任务,把基层治理创新摆在重要的位置。党的十八大报告中也提出全面深化改革的战略目标,并指出创新社会管理、加强社会建设等方面的具体举措。特别是《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中提出国家治理体系和治理能力现代化的建设目标,成为基层治理改革与发展的目标和方向。在当前我国压力型体制下,国家政策与治理任务被逐级强化传输到基层,成为基层社会目标管理考核的重要内容^[20]。基层治理创新成为各地基层政府社会管理的重要任务。同时,村庄在接受外界的政策信息和乡镇任务中,将国家政策要求融入为自身的发展方向。X村村书记认为,村干部应当拥有“三点一线”的能力,即“政策领悟点、执行点、老百姓的难点”。日常生活中,X村村书记注重学习各项政策,敏锐地把握各级基层政策。此外,X村村干部经常留意县乡两级政府的治理任务和治理资源。2013年,S区开始申报首批农村文化礼堂建设项目。在周边大多数村庄书记都排斥承接项目时,X村村书记通过跑项目为村庄争取到文化礼堂的试点机会。文化礼堂的建设是村庄文化经营的开端,为村集体积累了第一桶金。X村妇女主任是文化活动的主要组织者,她介绍了村庄搞文化活动的初衷,“当时文化舞台和文化礼堂建好后,书记表示不能让场地闲置,便组织一些活动”。

从集体经营的制度环境、内生动力与经营特征看,乡村治理的规范化是集体经营的保障,规范化的制度环境为村集体经营行为的公共性和正义性提供支撑,赋予村集体经营的合法性。同时在保证规范化的基础上,村干部的自主性较大,村集体具有宽松和灵活的治理空间。当前中央和地方两级政府加强了对村干部管理制度、财务规范化的要求,极大地减少村干部的谋利型行为。在规范化的制度环境下,乡镇政府赋予村干部较强的主动性。丰镇为增强村集体行动的能力,扶植集体经济涣散村,明确对集体资产低于200万元的村集体进行补足,并保障村集体不低于30万元/年的办公经费。当地联村干部具有很强的实践性,与村干部互动频繁,通过国家权力主体在场对村干部起监督作用。

(二)有为集体:村庄文化经营实践的核心主体

村社集体的统合机制是经营文化的核心。一方面村集体是文化建设的组织者和领导者,另一方面村集体的组织领导能力成为文化经营成功的必要条件。它是村干部在外部环境刺激下以发展村庄为目的,根据自身能力主动做出的行为选择。相较于乡镇政府的村庄经营行为,村集体通过寻找村内资源进行文化经营行为,村干部以经营性角色参与其中,激活村庄建设的内生动力。

其一,村干部因其与村庄有着公共利益的链接,存在文化经营的动力。村干部的动力与其身份密切相关。在当地,当村干部的一般是“中间阶层”,该群体有经营意愿与能力但家庭收入

一般。那些特别有钱的大老板群体,生产与经营活动都不在村,没有经营村庄的欲望和动力。“中间阶层”因其关系在村、利益在村,家庭经营行为深度嵌入村庄社会,成为村庄治理的中坚力量。村干部通过运用治理理念经营村庄成功,获得身份、面子与社会威望,对其家庭生产经营等私人性利益也带来效应。X村村书记、副主任、妇女主任、治保主任等村干部均在村庄中开设家庭作坊,日常与村民互动密切。村干部公共身份积累的权威与资本也会转化为个体社会资本。

其二,村组织的成员稳定与持续经营成为村庄经营成功的基础。X村村书记已经当村书记27年了,深得群众拥护,威望较高。村“两委”成员稳定且团结,都是长期在村庄工作的人员。村庄经营逐渐形成以村书记为核心的稳定治理体系,进一步提升了村“两委”班子的凝聚力。此类治村主体通常在村庄会有些小作坊、小厂房等经营性生产活动,能够利用这些非正规的市场活动与居民建立经济庇护关系,获得居民的支持,建立与居民间的利益关联和社会认同。同时,村干部群体有着企业经营的理念与思维,促使村干部公共行为向经营性面向转变。经济能人参与村庄政治中,能够将经济运作中的经营理念带入村庄。村干部这类群体因其自身的经营性业务关系,长期处于市场活动中,易习得外界的理念、思维,对政策导向与社会风向把握较准;在行为习惯和管理风格上,也把村庄当作公司一样经营。访谈村书记时,他这样介绍自己的理念,“给我一百万的项目,还不如给我两亩土地”。在S区建设用地收紧批复的现实情况下,X村还取得了建设用地指标,村集体遂借此为抓手,通过宅基地置换等事项进行村庄建设,激活村内多种资源。

(三)行政吸纳:村庄文化经营成功的有效助力

村庄文化建设经过政府的认可、宣传与支持方能凸显经营效益。各级政府尤其是地方政府对村集体文化经营成果的认证和吸纳,使文化经营活动上升为基层治理创新行动。国家认证是国家对事务信息的掌握、搜集,并给予按照某种标准进行的规范、整理与加工的过程,它是国家行动的基础,构成国家基础性能力^[21]。X村文化建设并非造点逻辑,它是村庄在自发的动力机制下,通过运用外界资源做出一点成绩,吸引地方政府的注意力,赢得政府资源的投入,成为政府打造的示范点。在地方政府政绩导向下,村干部的能力成为经营村庄的筛选机制,奠定经营成功的基础。经营不成功的村庄便会造成村级债务,不会成为地方政府的典型,也不会获得政府的项目、资源等方面的支持,但也不会对村庄中的农民个人家庭生活造成影响。而对于那些经营成功的村庄,因做出成绩得到了领导的关注,成为地方政府推动造点的样板,不断获得资源倾斜。此时,村庄被作为地方政府示范点打造,实现地方政府、村干部与村庄的联动,实现价值与效益的多元合一。最终,村庄的文化经营活动成为地方政府的政绩展示、农民的福利获取平台、集体能力体现与治权的展示、村干部个人能力的体现。因此,在经营成功的前提下,以地方政府为代表的国家力量对村集体的文化建设行为的认可,是文化经营的关键一跃。

政府代言与推广成为支持村集体文化经营的主要形式。村集体文化经营获得地方政府的认可后,便成为地方政府打造的政绩示范点和展示窗口。此时,以村集体经营文化替代乡镇政府直接经营村庄,村庄经营从乡镇行为转变为依靠代理人的权力实践。在这个过程中,地方政府则通过实质性的资源支持,将X村作为地方文化名片进行推广。具体而言,各级政府的主要支持方式有项目资源的集中输入、宣传推广、纳入政府示范点等。

资源支持是地方政府支持村庄经营的核心方式。村集体的文化经营成为乡镇政府经营村庄的有效方式后,乡镇政府通过密集项目资源的集中投入,提升村庄整体治理效果,进而实现以文化带动治理的效能。近些年,各级政府向村庄的资源输入从文化建设项目向不同层面的全方位项目输入转变。一方面,乡镇政府协助村集体积极申请各级文化表彰荣誉,提升村庄的知名度;另一方面,在乡镇政府掌握的资源发包范围内,项目资源向X村集中。如土地整治、鲤鱼山

桥梁的修建等项目均是X村所独有的。涵盖村庄基础设施建设、农业生产、集体经济等多样的项目输入,从整体上提升村庄的可展示度,形成资源使用的累加效应。

不同于以企业发展与村庄公司化为载体的经营方式,以文化为载体的村庄经营行为注重对村庄的宣传、包装,提升村庄的知名度,强调社会效益和政治效益。经营文化成效的展示,通过文化的价值与功能提升乡村治理能力,并以建设乡风文明等新时期精神文明风貌的形式体现。但是文化的教化功能并不具有直观的可展示性,需要通过地方政府的授权进行宣传推广。最为直接的方式是地方政府认证与媒体宣传。自X村开展文化活动以来,获得各级各类证明荣誉较多,其中分量较重的是“省文明单位与全国文明村”,极大提升了X村文化经营效果的认证水平。除此之外,X村开展文化活动时,乡镇和县区两级政府会积极寻找媒体宣传,利用政府途径扩大村庄影响力。据笔者不完全统计,如区文化礼堂现场工作推进会、区检察系统联谊晚会等非村庄内生活动一共达31场次^①。开展活动时,村“两委”干部首先会制定详细方案,邀请政府机关参与,并注重活动后的宣传与包装。如“文化走亲”活动从原本镇域范围的村村联合正常交往活动,转变为以区政府部门主持的跨区联合。如2019年的重阳节为老活动,由区民政局联合周边两个区县的民政局主办,在X村举行的跨区联合“文化走亲”活动。

四、村庄文化经营的意外后果

按照乡村振兴战略的部署,乡村文化治理的作用,一是完善农村公共文化服务供给体系,满足人民群众的文化需求;二是以乡风文明凝聚人心、教化民众与淳化民风,发挥文化的治理功能;三是传承中华农耕文化,坚定社会主义文化自信。但是X村村集体的文化经营行为是一种以回应上级治理需求为导向的行为。其结果是村庄以文化为载体的经营行为就呈现为村庄文化建设的景观化,文化成为基层社会治理创新的工具,若脱嵌于村庄社会,追求短期的文化效益,则难以维持经营,更无法回应居民的需求。

(一) 场景营造:乡村文化建设的景观化

乡村振兴背景下文化领域的基层治理创新存在两种路径:一种是以文化产业发展为主导的基层治理创新^[22]。这种通过产业发展的行为,以市场参与的方式营造文化产业。但是产业主导的基层治理创新展示性效果不强,很容易把农民卷入其中,增加农民家庭的脆弱性与风险性。特别是以乡村旅游为主的产业发展,面临过密化的困境,把公共资源与农民卷入产业发展,存在系统性风险^[23]。相较之下,自下而上的村庄文化经营行为存在风险规避意识,不会因失败带来村级负债的问题。另一种是以社会治理创新为形式。以社会治理为方式的基层创新行为,其系统性风险较低。不过,社会治理创新存在的问题是创新很难可视化、不标准以及分散性。X村的基层治理创新是以文化景观化与丰富多彩文化氛围的方式呈现出来的,通过文化微场景空间的打造与密集的文化活动,凸显出基层治理的创新行为。其基层治理创新的核心是以文化为载体,打造村庄文化创建景观,回应治理任务。

文化景观化追求空间的聚集性,村庄经营的投入产出比高且风险小。文化经营活动中的展

① 根据笔者在调研期间查阅村庄文化活动记录,属于展示性非村庄内生活动有:区纪委、检察院全体干部“纪检谱新篇”联欢晚会,全区文化礼堂才艺大赛(决赛),全区农村文化礼堂建设工作现场会,全区机关“乡贤治理、乡警回归”工作推进现场会,全区五星达标、3A争创工作现场会,区公安局交警大队组织村民宣传交通安全知识,“全国助残日”暨中国人寿S区支公司助残志愿启动仪式,人寿公司首届“客服节”,浙中县级广播联盟首季嘉年华,喜迎党的十九大暨全区文化礼堂才艺大赛,S市S区第四届“年糕文化节”,越剧创始人表演艺术指导和化妆讲座,S市女书法家来村举办书法展,S市S区交谊舞协会“舞之恋”在村举行迎春舞会,S市S区农商银行老龄协会茶话会,S市K区艺术团文化下乡,浙江C大学艺术团下乡慰问演出,浙江Z大学反邪教文艺宣传队走进X村,S市政协文化“五下乡”活动,S区文广局送戏下乡,浙江昆剧团送戏下乡,YN文化艺术团文艺下乡,区公安局交警大队交通安全知识宣传汇演,等等。

示性景观建设需要具有可呈现化、可展示性,能够体现地方政府创新的场景。此时,村庄文化空间不仅是村庄文化展示的场域,而且是各级政府实现治理创新的舞台。除此之外,作为治理工具的文化建设,是一种低成本、集成性的方式。为了最大效度展示文化活动,发挥文化活动的工具性价值,各级政府在投入、参与文化活动时,会叠加共同使用同一文化活动,或者同一活动多次使用。

(二) 创新悬浮:生活治理的群众性缺失

在当前农村社区形态从政治性转向生活性及村庄社会事务不断变化的治理背景下,不同于既有政治化和行政化的基层治理方式,建立创新治理体系是实现基层善治的路径。从此层面讲,时代发展和居民生活需求呼唤着创新基层社会治理。问题是,在当下缺乏内生动力、村庄人口和资源等核心要素外流的现状下,基层治理方式的创新大部分依靠自上而下的行政力量推动,容易异变为地方政府打造的创新样板工程,并未回应居民需求的悬浮状态。

就治理理念与治理方式而言,村集体文化经营行为是当前基层治理转型逻辑下,基层治理从回应政治性、利益性转向生活性、发展性的生活治理理念。以X村为代表的村庄文化经营实践,本质是受地方政府治理创新任务刺激,依靠行政力量驱动村庄迈向生活治理,回应居民日常生活诉求的经营实践,如精神文化诉求、乡风文明倡导、人居环境建设等。然而,受基层政权对乡村社会介入的影响,生活治理具有强烈的“国家性”,表现为集体性、行政化^[24]。原本回应村庄文化建设诉求的文化生产易转变村庄文化经营的逻辑。以经营为目的的村庄文化建设,旨在回应行政体系的治理诉求,缺失群众的主体性,导致基层生活治理的群众性缺失。

生活治理的群众性缺失,是生活治理的行政主导和集体本位掩盖了村庄日常生活实践主体村民的参与和认同。村民参与是生活诉求表达、整合的基础,村集体主导为凸显治理创新而进行的文化服务供给缺少群众的诉求表达机制。文化建设追求专业化、表演性和规模化,挤压群众日常化、非正式化的文化诉求。与此同时,专业化的文化供给具有文化表演的技术化、参与群众的有限性特征,文化活动成为少部分有闲、有钱群体的福利供给,绝大部分村民被排斥在文化生产体系之外。在调研时,我们发现X村虽然提供丰富的文化活动,却难以组织起广场舞队伍,许多居民开车到集镇上跳广场舞的悖论现象。农村文化活动本应是一种“人民性”文化建设,嵌入居民日常生活,以大众参与、寓教于乐的文化需求形式呈现,并且是没有门槛、全民参与的文化活动^[25]。群众认同对村民的道德规范转变、行为习惯实践具有指导作用^[26]。特别是在市场力量对乡村社会影响逐渐加深的情况下,个体行为更加理性化,强调个体利益和理性计算。缺少群众参与的文化活动供给,群众的认同低下,文化价值功能难以激活,村庄缺少文化涵养和道德儒化的有机整合。形成融入村民生活实践的文化服务供给、回应村民生活诉求、引领村庄社会风尚,是实现基层治理现代化的必由之路。

五、结论与讨论

在当前乡村振兴建设的政策背景和现代化高速发展的社会背景下,基层治理转向介入农民日常生活实践,回应村庄生活性、社会性事务。受治理事务行政设定的驱动,村庄以回应治理任务进行着治理创新的探索。此时,以文化活动等方式为代表的多种治理行为应运而生。但是以压力与激励为方式的治理创新行为,其实质是倒逼基层组织回应居民诉求,这过程中易产生悖论,即基层组织的治理创新以回应科层治理任务的政绩式创新代替了回应农民需求。正如X村文化建设,以经营文化为方式回应基层治理创新的任务要求,通过文化空间营造、有限度的动员与组织建设,形成村集体文化经营村庄行为。在获得基层政权的接纳与认证后,地方政府以密集的资源投入、宣传引导,提升村庄文化经营的展示性。但是文化建设失去村庄社会与农民的

涵养,就失去了文化自身的价值性、意义性、神圣性,因而无法通过文化的物理性要素和社会性要素建立起社会秩序。

时至今日,随着基层治理转型,基层政府面对有差别的个人、日常生活中细碎的文化诉求,需要建立一种良性基层诉求回应机制,重新链接国家与农民的互动纽带,成为乡村文化振兴的必由之路。有研究指出,乡村文化振兴实践中文化载体与文化价值的双向融合,需加强以乡村为本位的治理路径选择,强化农村、农民的主体性^[27],如通过乡村社会组织的多层相互嵌套,发挥社群治理机制^[28]。在此基础上,本研究认为乡村文化诉求的整合与回应,应在主体引领、资源整合和平台建设方面建立多层次自下而上的诉求反馈和村民参与机制,以基层微自治形式供给村庄公共品。其一,强化党建引领基层社会组织。一方面建立村级社会组织平台,如老年协会、志愿者组织、兴趣组织扩宽民众参与渠道,建立更广泛的社会自治参与机制;另一方面,通过党建嵌入基层组织,引领和规范基层多元主体的参与。其二,整合行政、村庄和市场资源,鼓励村庄能人、新乡贤等主体发挥自身的资源优势,充分发掘村庄特色文化资源,为乡村文化建设赋能。无疑,在实现基层治理现代化的发展命题下,回应人民群众的美好生活诉求,引领乡风文明与文化氛围,应当在行政力量的推动下发掘社会资源,形成文化供给的持续性。

参考文献:

- [1] 范和生,郭阳.新发展格局下乡村振兴机制创新探析[J].中国特色社会主义研究,2021(2):37-45.
- [2] 刘红.乡村振兴背景下农村公共文化服务体系建设研究[J].社会科学战线,2022,321(3):255-259.
- [3] Walder A G. Local Governments as Industrial Firms: An Organizational Analysis of China's Transitional Economy [J]. American Journal of Sociology, 1995, 101(2): 263-301.
- [4] Oi J C. Fiscal Reform and the Economic Foundations of Local State Corporatism in China[J]. World Politics, 1992, 45(1): 99-126.
- [5] 李祖佩,钟涨宝.“经营村庄”:项目进村背景下的乡镇政府行为研究[J].政治学研究,2020(3):39-50.
- [6] 卢福营.论经济能人主导的村庄经营性管理[J].天津社会科学,2013(3):78-85.
- [7] 王晓飞,岳晓文旭,周立.村企统合:经营村庄的新模式——以浙江省湖州市L村为例[J].农业经济问题,2021(10):20-31.
- [8] 刘景琦.论“有为集体”与“经营村庄”——乡村振兴下的村治主体角色及其实践机制[J].农业经济问题,2019(2):24-32.
- [9] 梁晨.村庄经营者与“钓鱼”经营:项目进村背景下的村干部——以华北P县西水村为例[J].北京工业大学学报(社会科学版),2021,21(3):28-37.
- [10] 纪晓岚,朱逸.经营性治理:新集体化时代的村庄治理模式及其自在逻辑[J].西北师大学报(社会科学版),2013,50(2):93-100.
- [11] 焦长权,周飞舟.“资本下乡”与村庄的再造[J].中国社会科学,2016(1):100-119.
- [12] 石伟,董国礼.地方政府土地开发与社区治理机制建构——基于苏南Y安置社区的田野经验[J].南京农业大学学报(社会科学版),2021,21(3):148-158.
- [13] 张伯宸,刘威.经营村庄:权责视野下的基层政府经营行为研究——以陈村“土地增减挂钩”项目为例[J].浙江社会科学,2020(8):62-73.
- [14] 林辉煌.涉农资源产业化:政治逻辑与治理转向[J].华南农业大学学报(社会科学版),2022,21(6):125-134.
- [15] 杜鹏.乡村振兴战略下的集体经营机制:类型与比较——基于村庄治理能力的视角[J].南京农业大学学报(社会科学版),2021,21(1):52-63.
- [16] 卢青青.经营村庄:项目资源下乡的实践与困境[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2021,21(6):10-19.
- [17] 托尼·本尼特.文化与社会[M].王杰,强东红,等译.桂林:广西师范大学出版社,2007:214.
- [18] Ann S. Culture in Action: Symbols and Strategies[J]. American Sociological Review, 1986, 51(2): 273-286.

[19] 折晓叶,陈婴婴.项目制的分级运作机制和治理逻辑——对“项目进村”案例的社会学分析[J].中国社会科学,2011(4):126-148.

[20] 荣敬本,崔之元.从压力型体制向民主合作体制的转变[M].北京:中央编译出版社,1998:88-96.

[21] 欧树军.基础的基础:认证与国家基本制度建设[J].开放时代,2011(11):80-101.

[22] 耿松涛,张仲阳.乡村振兴背景下乡村旅游与文化产业协同发展研究[J].南京农业大学学报(社会科学版),2021(2):44-52.

[23] 仇叶.乡村旅游产业的过度化及其对乡村振兴的影响——对乡村产业振兴路径的反思[J].贵州社会科学,2020(12):155-162.

[24] 田孟.制度变迁中的中国乡村治理生活化转向[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2022,39(4):15-25.

[25] 沙垚,付嵩.实践中的人民性:“送戏下乡”与“群众艺人”的主体性——20世纪60年代社会主义农村的戏曲民族志[J].开放时代,2018(5):66-76.

[26] 韩玉祥,王春凯.治理认同与健康文明生活方式建构——以农村人居环境整治为例[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2022,39(5):132-139.

[27] 韩鹏云.乡村文化的历史转型与振兴路径[J].华南农业大学学报(社会科学版),2020(4):1-9.

[28] 魏程琳.乡风何以文明:乡村文化治理中的嵌套组织及其运作机制[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2022(3):106-116.

(责任编辑:李凌)

Management Culture: Village Management in Grassroots Governance Innovation

SHI Wei

Abstract: Stimulated by the task of social governance innovation, the grass-roots government mobilizes village collectives to carry out rural culture construction in the way of village management. Village collectives construct village cultural atmosphere and cultural landscape by creating demonstrable cultural scenes, intensive activity input and limited mass mobilization. The village collective's village culture construction behavior conforms to the grass-roots government's governance and innovation intention, and has won the resource-intensive investment, publicity and promotion support from the grass-roots government to promote the village development. This has become a micro-mechanism for local governments to operate villages with village collectives as agents. Village management with cultural construction as the carrier originates from the task construction mechanism of grassroots governance, the integration mechanism of village community and the administrative absorption mechanism of local government. However, the cultural construction for the purpose of management and the pursuit of visual landscape lead to the suspension of grassroots governance innovation. The underlying problem is that when the transformation of grassroots governance responds to residents' demands for daily life, there is a mismatch between operational governance and governance needs, leading to the lack of mass in life governance and the lack of villagers' participation and recognition. Therefore, how to form the supply of cultural services integrated into the villagers' life practice, respond to the villagers' cultural demands, and lead the village social fashion is the only way to realize the modernization of grass-roots governance. Therefore, the revitalization of rural culture should respond to the people's demand for a better life and lead the countryside culture. It is necessary to mobilize the collective autonomy of village communities under the impetus of administrative forces, explore social resources, and form the continuity of cultural supply.

Keywords: Running Village; Grass-roots Governance Innovation; Landscape Manufacturing; Cultural Governance; Life Governance