

圣诞节与中国的节日框架^①

高丙中

我们这个时代被称为“开放时代”，这一界定是与国人乐于接受外来文化的倾向一致的，舶来品在都市的流行也就特别引人注目，其中，除了外来的消费文化如洋车、洋快餐、洋酒、洋烟等领导消费新潮流之外，一些洋节，如情人节、母亲节、圣诞节等，在九十年代也逐渐流行起来。从大众媒介的角度来说，母亲节在内涵上与中国的文化传统颇为契合，近年里借助报刊、广播、电视的新闻导向刚刚开始流行，但势头不盛；情人节、圣诞节与中国社会文化的主流是冲突的，受到媒体较多的非议，但流行势头颇为兴盛^②。各种洋节在中国的处境可能不尽相同，可是，它们在中国的存在共同反映了当代中国的节日框架的重构的一个侧面。本文仅以圣诞节的流行为例，对这一侧面略加论述。

一、圣诞节的流行

自从1583年意大利传教士罗明坚、利玛窦踏上中国领土，基督教文化开始在中国传播。到晚清以迄民国时期，租界、通商口岸以及大大小小遍布全国各地的教区都是风行基督教文化的空间，加上“崇洋”心态在社会上形成一定的定势，各种西方文化在中国的传播越来越便利，其中不乏“风靡”的效应。圣诞节在民国时期已经相当流行，以至有人站在传统的立场上批评说^③，“昔之风俗，冬至日献袜履于舅姑，今日但知有圣诞节，不知有冬至，但知有圣诞老人赠儿童玩具之袜，乃至新妇多不愿有舅姑，遑知有献袜乎？”

中华人民共和国成立之后发动的历次社会主义思想教育运动对社会文化进行严格的整肃，对资本主义、帝国主义的文化的清算异常彻底，结果，圣诞节完全退出了公众生活。尽管中国的社会生活根本找不到圣诞节的踪影，然而，对于“生在新中国，长在红旗下”的青少年来说，仍然有一些途径使他们对于圣诞节怀有深刻的印象和强烈的好奇，如党和政府挑选出来教育青少年认识资本主义社会贫富差别的安徒生童话《卖火柴的小女孩》所呈现的圣诞节幻象是如此美丽；大量抗美援朝和援越反美的小说和电影经常反复一个模式，过圣诞节对于美军士兵似乎有某种神奇的精神作用，以至美军司令官总爱用“圣诞节之前结束战斗”来鼓舞士气（当然都以失败而告终）。圣诞节在中国人的行为层面消失了，但是在信息层面仍然以这些特殊的方式传承着。

现在看来，七十年代末以来的改革开放在文化上的意味是思想价值的多元和文化资源的多源，其中一种重要的表现是各种宗教的复兴。基督教（以及天主教等诸教派）的

复兴在八十年代后期达到相当大的规模，产生了广泛的社会影响，对圣诞节的传播发挥了推动作用。我们从近几年的圣诞节对北京天主教南堂和北堂、北京基督教会海淀堂的观察看到，圣诞夜礼拜的参加者和旁观者盛况空前，算得上是九十年代规模最大的一种群众集会。外地大城市圣诞夜也是这番景象，例如，一位记者介绍1993年某海滨大城市圣诞夜的盛况时说：在市中心的天主教堂，人像潮水一样涌入，又像潮水一样退下，由于人数太多，每个人都不可能站在教堂中央站一会儿。从入夜到凌晨三时，就这样一浪一浪地翻腾着。保守地估计，人数不下十万。^①

中国的基督教徒在1988年已经超过800万，在九十年代又有显著的扩大，不仅在大城市，而且在许多乡村也形成了可观的阵容。我们仅从河北天主教教务委员会主办的报纸《信德》的一期（第20期，1993年12月1日）来看，在不到一个月的时间里，在河北和内蒙有4个乡村举行重要的宗教活动，参加的教友分别2千人以上，其中就有3次活动是新建教堂的开堂典礼。教徒多，把圣诞节作为宗教节日来过的人就多；教徒分布广泛，圣诞节的社会影响面就大。

我们感兴趣的问题在于中国的圣诞节并不限于各地教徒的圈子之内，而是涉及到极其广泛的范围，早已成为时令性的流行现象，即非教徒参与的节日现象。我们知道圣诞节是一个宗教节日，但是，我们在此更关心它作为社会流行现象的一面。

作为流行现象，圣诞节主要活跃在城市地区，而以与旅游、教育、商业和服务业有关的群体为盛，其中，受过中、高等学校教育的人大多都会或多或少地卷入。他们参与圣诞节的方式主要有圣诞夜礼拜的观礼，圣诞舞会和圣诞卡。在过去的十多年里，在圣诞夜到各地教堂旁观宗教仪式的人不断增加，一些班级和宿舍的同学甚至相约集体前往，这种活动的形式和规模逐渐趋于稳定，正在成为一年一度的群众性盛事。圣诞舞会是各种娱乐场所大张旗鼓做生意的良机，并且在各大学已经成为新的校园风俗，每年必办。至于圣诞卡，届时充斥街市，除了大小商场把它们作为时令热门商品之外，更有无数的地摊摆在街头和校园，城市人口、在校学生大多要与圣诞卡打交道。

二、圣诞卡

如前所述，中国近些年圣诞节的流行因素主要是圣诞礼拜、圣诞舞会和圣诞卡，其中，我们对圣诞卡的流行给予了更多的关注，其原因一是在于圣诞卡的流行范围最广泛，二是在于圣诞卡的调查研究在操作上比较便利。圣诞夜礼拜和圣诞舞会受时间限制（只有一个晚上），空间限制（教堂、舞厅的地方有限，对一些人来说还存在交通问题）、观念和习惯的限制（参加圣诞夜礼拜通常需要有较多的宗教情怀，参加圣诞舞会的人一般只限于一部分会跳舞的中青年），涉及的范围远远比不上圣诞卡的流行范围。如果说北京、上海、广州这样的大城市分别有数万乃至数十万人参加圣诞夜礼拜或圣诞舞会，那么，这些城市接触圣诞卡的人则以百万计。在这类大城市，小到幼儿园大到研究生的在校生、属于知识分子的成年人（如教师、医生）以及其他行业的中青年——他们构成了大城市人口的大多数，大都要购买、寄送、拆阅圣诞卡。圣诞节过后，圣诞卡还存在，我们把它们作为资料来收集既方便，又经济；圣诞卡上的文字包含着丰富的信息。因此，我们就以圣诞卡为例观察圣诞节的流行状况。

在校学生无疑是使用圣诞卡的最大一个群体，尽管收到圣诞卡的人分布得很广泛，但是，在校学生的平均持有量是比较高的。在校学生持有圣诞卡的张数能够反映圣诞卡的流行强度。我们1993年在北京外国语大学找到两位习惯保留信函的二年级女同学，她们非常大度地把全部贺卡清理出来，交给我们作为分析的资料。最近我们又在北京大学收集了一些学生的贺卡，其中，社会学系有两位二年级的女研究生和一位男研究生（同学丙）声称他们保留的贺卡比较完整。我们把她们的贺卡分别整理为表1和表2。表1的贺卡是1991年和1992年收到的，表2的贺卡是1994年和1995年收到的。由于我们的侧重点是圣诞节与中国的节日框架的关系，所以我们列表时考虑的是圣诞贺卡和元旦贺卡的对比。“元旦贺卡”包括五花八门祝贺公历新年的卡片，一般都是既有图片，又有文字；其中一类是近几年邮局统一发行的贺年卡（元旦前发行，春节时摇奖），称为“有奖贺卡”；另一类还带音乐，称为“音乐卡”。如果卡片上有任何提到“圣诞”的文字（印刷的或手写的，中文的或英文的），那么，我们就把它归入“圣诞贺卡”。

表1：北京外国语大学两位本科生收到的贺卡（1991和1992）

	圣诞贺卡		元旦贺卡		合 计	
	张数	%	张数	%	张数	%
同学甲	12	39	19	61	31	100
同学乙	12	60	8	40	20	100
合 计	24	47	27	53	51	100

表2：北京大学三位研究生收到的贺卡（1994和1995）

	圣诞贺卡		元旦贺卡		合 计	
	张数	%	张数	%	张数	%
同学甲	11	26	32	74	43	100
同学乙	5	25	15	75	20	100
同学丙	10	20	40	80	50	100
合 计	26	23	87	77	113	100

大学在校学生都会收到一些贺卡，按照我们上述的分类，圣诞贺卡在其中所占的比重在外语专业的学生中要高一些。从表1和表2来看，外语专业的学生收到的圣诞贺卡占贺卡的五分之二到五分之三，社会学专业的学生收到的圣诞贺卡则占五分之一到四分之一。大概可以推论，在外界向外语专业的学生传递的节日信息之中，圣诞受到较多的重视，其重视程度大致与元旦所受的重视近似；在其他专业的学生获得的节日信息之中，圣诞节已占一定分量，但元旦占有绝对的重要地位。

描述圣诞卡的文字内容有助于我们了解人们赋予圣诞卡什么功能。圣诞卡的文字有

出版商印刷的和送卡人手写的，有中文的和英文的。我们从九十张圣诞卡中随机抽出十张，每张卡的文字分别照录如下。英文均在其后的括号内注明了中文意思。

卡一 印刷：“圣诞快乐”、“缤纷圣诞夜”。“Merry Christmas and Best Wishes for a Happy New Year.”（谨祝圣诞美好，新年幸福。）“祝您：一年都如意，四季都平安；十二个月都幸运，三百六十五天都快乐。”亲笔：“不知是不是真有个圣诞老人，在圣诞前夜送给孩子们许多可爱的礼物。尽管我已不是小孩，也希望他能降给我幸运，因为圣诞前夜我们要考试。你呢？是否也如此？圣诞将至，祝你快乐！”

卡二 印刷：中文是“恭贺新禧”，英文是“Warmest Wishes for a Merry Christmas and a Happy New Year.”（热烈祝愿你有一个美好的圣诞节和一个幸福的新年）。亲笔：“新年即至，祝吉祥如意。”

卡三 印刷：“恭祝圣诞”。“扬起生命之帆，迈向成功之路，掌握自己生命之舵，每天都有新的希望，送上我一份诚挚的祝福。”亲笔：“Merry Christmas. May your days be merry and bright. And may all your Christmas be white. Happy New Year To You!”（美好的圣诞。祝愿你的日子美好光明。并祝愿你的圣诞有瑞雪相伴。祝你新年快乐！）

卡四 印刷：“新年进步，鹏程万里”。“友谊长青，存一份怀念在心深处，地久天长直到永远”。“献上诚挚的祝福，给我最想念的朋友！”亲笔：“Merry Christmas and Happy New Year! 愿你在新的一年里拥有更多的快乐！”

卡五 印刷：“知音”。“忆起往日的欢笑，怀念那温馨的友谊，寄语雁儿千里飞”。“千万千祝福”。“飞鸽带信传友谊，默默友情长相携。”“点点蕊语带来点点关注。祝福平安”。“情深谊长”。亲笔：“May the light of Christmas and New Year shine in your heart all year!”（愿圣诞和新年之光全年都在你心中闪耀！）

卡六 印刷：“默默地为你祈福”。“好友！让我诚心的为你祈祷，愿你平安快乐！从今直到永远……”“相识相知且相惜”。“一生能有几回相知，能有多少相惜？朋友！别忘了这份真情谊”。亲笔：“捎送殷深的缅怀与祝福，谨探问别来是否无恙？且愿你一年比一年璀璨美好！再祝愿你每一天都顺心如愿！”

卡七 印刷：“恭祝圣诞，并贺新年”。“愿友谊的手愈握愈紧，友情的心愈系愈牢”。“Happy New Year.”“丽日蓝天下，唤起深藏的记忆。一张贺卡，带来远方朋友的问候。珍惜往日的友谊，祝愿您一帆风顺。并祝新年进步，万事如意”。亲笔：“心里深处，总有那么一份惦记。祝远方的你，平安幸福；期待你有一个美好的明天”。

卡八 印刷：“新年快乐”。“传递一份友谊的讯息予你，这些日子，希望你过得比我好。”“一份友谊的关怀，一句真挚的祝福，给我最好的朋友，祝你幸福快乐。”“Miss You.”（思念你。）“Every passing year brings you closer to me.”（岁月流逝，你我一年比一年亲密。）亲笔：“不管你身在何处，愿这小小的贺卡能给你带来冰城的问候和安慰。Merry Christmas!”

卡九 印刷：“Glad Tidings for This Holiday Season.”（祝此假期

欢乐如潮。)“愿你享有欢乐佳节及美好新年。别让我的祝福在你的门外徘徊。”“Hope your Christmas is filled with joy.”(希望你的圣诞节充满欢乐。)亲笔:“my dear, Merry Christmas!”(亲爱的:圣诞美好!)

卡十 印刷:“朋友,因为有你——在灯红酒绿的世界穿梭,怀疑别人是否也和我一样无所适从。不断地找寻那些曾经属于自己的事物……渐而发现,自己仍是幸运。因为,朋友,有你的支持和鼓励。”“在这特别的日子里,我的祝福却比平常来得更多、更多。盼你用一颗快乐的心,迎接未来的每一个时光。”“Merry Christmas.”亲笔:“所有祝福的话都不用再说。相信你知道我的心。Happy New Year!”

表3: 圣诞贺卡文字分类统计

类别	印刷	亲笔	合计
圣诞	4	3	7
新年	2	3	5
圣诞、新年	4	4	8
合计	10	10	

表4: 圣诞贺卡内容分类统计

类别	印刷	亲笔	合计
祝福	4	6	10
友谊	0	0	0
祝福、友谊	6	4	10
合计	10	10	

我们对上述十张圣诞贺卡按字面分类统计(表3),从印刷设计来看,有4张是作为圣诞卡设计的;有2张本来是作为新年贺卡设计的,因为送卡人在上面写了有关圣诞的字样,所以才被我们列入圣诞贺卡;有4张的设计兼顾圣诞和新年。从送卡人的意图来看,有3张涉及圣诞,有3张只着眼于新年,有4张顾及圣诞和新年。

各种贺卡的内容大致可以分为三类主题:祝福,友谊,祝福及友谊。我们再对上述十张卡按内容分类统计(表4),印刷设计表示“祝福”的有4张,表达“祝福”及“友谊”的有6张;从送卡人的亲笔内容来看,意在“祝福”的有6张,意在“祝福”及“友谊”的有4张;因为并不是生日卡之类,印刷和亲笔都没有单纯表示“友谊”的。

三、中国节日框架的建构与重构

节日是社会文化所设置的时间单位,以历日和季节等组成的历年作为循环的基础。如果一定要下一个定义的话,我们可以说,节日是被赋予了特殊的社会文化意义并穿插于日常之间的日子,节日之所以不同于一般的历日,就在于这期间包含着特定的风俗、习惯。

节日的组成要素可以划分为下列三项:(1)特定的日期,(2)祭祀或纪念的对象,包括相关的神话、传说、俗信、禁忌等观念性因素,(3)人们相沿成习的仪式性的、社交性的以及娱乐性的活动。当这三项要素有机地结合的时候,一定的历日就成其为节日。

中国传统的岁时节日体系萌芽于先秦时期,成长于秦汉魏晋南北朝时期,定型于隋唐两宋时期。先秦时期不仅形成了以春社、伏日、秋社、腊日为主的节日序列,为后世丰富节日文化奠定了一个框架,而且这一时期积累的包括二十四节气和干支记日的历法

以及包括祖先崇拜、天地崇拜、鬼神崇拜、生殖崇拜等原始宗教信仰也为后世创设繁复的节日民俗准备了大量的文化素材。

在秦汉魏晋南北朝时期，中国的节日习俗获得了长足的发展。新的社会经济条件、稳定的历法、道教和佛教的浸润，是这一时期节日习俗欣欣向荣的生长点和营养素。这一时期的节日序列可以梁代宗懔的《荆楚岁时记》为代表，主要包括正月元旦、正月七日人日、立春日、正月十五日、正月晦日、二月八日、春分日、社日、寒食、三月三日、四月八日、四月十五日、五月五日、夏至节、六月伏日、七月七日夜、七月十五日、八月十四日、秋分、九月九日、十月朔日、冬至日、十二月八日、除夕等。其中，除正月十五尚未成为灯节之外，还没有把清明和中秋视为节日。

隋唐两宋时期在节日民俗方面又有重大建树，据宋代陈元靓《岁时广记》所述，当时的节日计有元旦、立春、人日、上元、正月晦、中和节、二社日、寒食、清明、上巳、佛日、端午、朝节、三伏节、立秋、七夕、中元、中秋、重九、小春、下元、冬至、腊日、交年节、岁除。这一序列基本上囊括了传统社会全部的重要节日，元明清时期对这一体系没有大的突破。

在社会文化的现代化运动中，传统的节日经历了一次又一次的改造，始终只是重构中国节日体系的文化资源之一。中华民国和中华人民共和国采用西历，并照顾民众需要而兼用夏历，人们习惯于称前者“阳历”、“公历”、“官历”，称后者“阴历”、“农历”、“民历”，国家节日由此形成了官方节日和民间节日两个系列。在国家发行的历书上，二历并存，公历附带星期，农历附带节气。政府采用了西式年历，但并不照搬西历的节日，而是规定了官方节日。中华民国的官方节日有元旦、国庆、革命先烈纪念日、国耻纪念日、国父诞辰、国际妇女节、儿童节、国际劳动节、学生运动纪念日、教师节、植树节等。中华人民共和国订立的节日是元旦、植树节、三·八妇女节、国际劳动节、五四青年节、儿童节、党的生日、建军节、教师节、国庆节等。另一方面，传统节日，尤其是春节、清明、端午、中秋等四大节，仍在民间广泛沿袭。与此同时，一些西式节日如圣诞节等，也时不时地在一定范围流行。总之，辛亥革命以来，中国社会呈现为多种体系的节日并存的局面，其间，不同的节日经历了不同的起伏、消长。

从上述节日框架演变的简史来看，中国的节日框架是在长期的历史中经过复杂的社会互动而一步步建构起来的，它在中古定型之后一直延续到近代，接着又开始了全面重构的历程。现代的重构主要表现在官方节日和民间节日两个系列各自的增减以及对两者的整合。我们对比一下中华民国和中华人民共和国的官方节日，其中的继承与增删都是明显的。至于两者的整合，通常都是采取渐进的方式，但激进的方式在文化大革命时期也流行过，如政府一方面在官方节日放假并举行庆祝仪式，另一方面禁止民众开展传统的节日活动，两个并行的节日系列暂时被整合为单一的官方体系了。“文革”过后，中国社会的节日框架重新向多样性开放，一些传统节日恢复起来了，一些洋节也逐渐流行起来了。于是，中国节日框架的重构又开始了一个以多样性发展为趋势的时期。

四、中国节日框架中的圣诞节

西方的圣诞节是具有悠久、深厚的文化传统的制度化节日。圣诞节是基督教最重要

的节日，也是西方国家一年一度最为重要的节日。圣诞节是一个节日，也是一段节期。圣诞节是公历12月25日纪念耶稣诞生的节日，实际上每年11月11日马丁节就拉开了圣诞节的序幕，直到来年2月2日圣烛节，圣诞节才算真正结束。从12月21日的多马节到1月6日的三圣王节俗称圣诞节节期，但是，圣诞节节期并不完全统一，有的地方从12月24日到1月6日，有的地方从12月21日到除夕夜结束。各地共同的圣诞节习俗是家人团聚欢庆，举办圣诞盛宴；访亲会友，馈赠礼物，寄送圣诞卡。与宗教信仰有关的活动内容主要有圣诞弥撒（是一年四季的宗教仪式中唯一的午夜活动），圣诞歌曲、圣诞老人、圣诞树等。圣诞节也是西方社会一年一度的营销高峰。由此可见，西方的圣诞节是社会、文化、经济体系的一个主要时间环节。

在中国的节日框架中，传统节日大都是以先赋性的社会关系为基础，它们首先以血缘群体、其次是以地域群体为依托，如最重要的春节、清明节、端午节、中秋节等都以祭祀祖先、孝敬长辈、家人团聚、姻亲往来为主要活动；而元宵节灯会、端午节玩龙灯、“鬼节”抬神巡境等都是地域性的群体活动。另一方面，现代的官方节日基本上都是政治节日。这个框架缺乏为个人后天建立的社会关系提供社交机会的节日。在现代社会，随着个人后天的关系（如同学、同事、朋友、师生、对个人的生活和工作具有重要性的熟人）在整个社会关系中的重要性逐渐提高，对补充这种功能的节日的需求就会越来越强烈。我们认为，正是在这种背景下，才会有情人节、圣诞节在社会上流行。

中国社会流行的圣诞节是被重构后进入中国节日框架的一个节日，远非原生意义上的圣诞节。除了教徒之外，中国的圣诞节现象具有明显的地区性（城市）、阶层性（文化教育水平较高的群体），这两个属性都意味着个人后天的社会关系比较多。除了教徒的小团体之外，中国社会流行的圣诞节主要是朋友交往的一个节日。如前所述，圣诞节流行的最大表现是向熟人寄送圣诞卡；此外，圣诞舞会是个人交往与娱乐的舞会；圣诞夜弥撒观礼既是个人面对神性的活动，也是个人交际的机会。前述对圣诞卡的文字内容的分析（表4）也说明了“友谊”受重视的程度。

流行的圣诞节既是对春节之类的传统节日的交际局限的补充，也是对元旦之类的官方节日的现世功能的补充。元旦贺卡也能起到现代意义的社交作用，但是，对于许多人来说，写在元旦贺卡上的祝福缺乏神性基础，而圣诞贺卡的底蕴恰恰是“耶稣降临，保佑众生”，祝福的心愿与圣诞正好契合。在他们看来，元旦卡起不到圣诞卡的作用，圣诞卡却能起到元旦卡的作用。因此，他们或者在元旦贺卡上加上圣诞卡的内容，或者让圣诞卡还起到新年贺卡的作用（见表3）。

经过中国人重构的圣诞节与西方的圣诞节大不相同，我们可以把其间的差异相应地罗列为：阶层性的/全民性的，辅助性和补充性的/首要的，个人选择性参与的/制度性的（以全国放假为标志），侧重朋友交往/全社会参与，选择圣诞节的部分因素在运作/作为社会、文化、经济的完整体现在运作，如此等等。

中国传统的节日体系在近代解体之后，节日框架的重构一直是我们的一个重要的社会文化问题，圣诞节等洋节的进入是这种重构的复杂性的一个标志，外来文化的优势影响以及社会内部的需要都是它们得以扎根的原因。当代中国的节日框架不断处于重构的过程之中，其间，不同系列的节日交错并存，思想基础的多样性（多元性，如祖先崇拜、

鬼神信仰、宗教信仰、世俗意识形态)与文化渊源的多样性(多源性,如传统文化、官方文化、外来文化)使重构过程异常复杂,重构中国节日框架的复杂过程包含着无尽的学术魅力,有待我们继续进行不懈的探索。

我们的探索尤其要处理好传统文化资源、外来文化资源与现实和现代化的关系。实际上,所谓传统的节日设置与现代的节日设置只是极端的说法。节日设置中传统因素与现代因素并存的格局才是较为普遍的事实。欧洲人的时空范畴早已远离“圣经时代”,可是,教堂依然存在,礼拜依然如期举行。西方人对待传统节日文化因素的一个例子对我们的启示是深刻的。一个8岁的美国女孩在1897年写信问《太阳报》:“与我们一起玩耍的几个女孩说,圣诞老人是没有的。请你们告诉我真实情况。”《太阳报》极为重视,在当年12月21日发表了《有没有圣诞老人?》的社论,文中说,“与你一起玩耍的那几个女孩搞错了。她们受到对一切都表示怀疑,对一切都不相信的理论的影响。她们只相信自己的眼睛。她们不相信超出她们理解范围以外还会有什么存在。每个人的理解力都是有限的、肤浅的,不管是孩子还是成人。只要世界上有爱,有宽容,有忠诚,世界上就一定有圣诞老人。虽然没有人看到过他,可是,这并不意味着他是不存在的。”有资料表明,这是世界上一篇被引用率最高的社论^①,因为它揭示了圣诞老人传说永恒的人文价值。现代化的成功不在于消灭传统,而在于善待传统。我们重构节日文化,不仅要善待民族传统,而且要善待外来的文化传统。我们在此无意把圣诞老人的传说纳入中国节日文化的主流,而是希望从这个例子借鉴西方在现代化过程中传承圣诞老人传说的人文精神。

传统节日和现代节日的因素经常或者是并存的,或者是交融的,传统类型的节日设置有现代性因素,现代类型的节日设置有传统性因素。因此,我们可以说,节日框架的重构不是一个用现代因素完全彻底地取代传统因素的单纯问题,而是一个复杂的问题,它既包括确立现代因素的一面,也包括保留传统因素并使现代因素和传统因素各居其位、各得其所的一面。像“文革”期间那样,把传统向现代的重构简单化的做法往往适得其反。我们应该引以为鉴,善待民众在多元及多源的文化背景中重构中国的节日文化的积极性和创造性。

注释:

①本文的调查及写作得到周星、邹明华、陈俊杰、陈震、董红星、霍晓兰等人的帮助,特此致谢。

②母亲节是5月的第二个星期天。今年母亲节那天,在北京街头采访行人,只有十分之一、二的人对母亲节有所了解。

③情人节的盛行情况可以参见赵丰主编《挡不住的诱惑——情人节长镜头》,团结出版社1993年。圣诞节流行的例子可以参见郭栋《圣诞的引力》一文,载《青年探索》1994年第3期。

④见黄浚《花随人圣庵忆》第265页。

⑤参见Richard Madsen,“The Catholic Church in China: Cultural Contradictions, Institutional Survival, and Religious Renewal”, in Perry Link, etc., eds., *Unofficial China: Popular Culture and Thought in the People's Republic*, Boulder, Westview Press, 1989.

⑥见郭栋《圣诞的引力》,载《青年探索》1994年第3期。

⑦参见玛丽安妮·梅林《圣诞节探源》,上海译文出版社1992年版,第77页。

作者单位:北京大学社会学人类学研究所 责任编辑:李万鹏