

· 历史与文化研究 ·

中西方节日认同: 群体差异与影响因素

郭郡郡¹, 刘玉萍¹, 喻海龙²

(1. 西华师范大学 政治与行政学院, 四川 南充 637009; 2 厦门大学 法学院 福建 厦门 361005)

[摘要] 基于中国综合社会调查 2013 年度数据, 从群体差异与影响因素两个方面, 定量考察了中国居民对中西方节日的认同。研究结果显示, 以过节比重为标准, 中国节日的影响力排序为春节、中秋节、端午节、清明节、元旦节, 西方节日的影响力排序为圣诞节、情人节、愚人节。在我国, 中国节日的影响力仍大大高于西方节日。不同区域、居住地类型和出生年代的群体对四大中国传统节日(春节、中秋节、端午节、清明节)均拥有较高且差异不大的认同, 但对西方节日和元旦节的认同却表现出明显的群体差异。整体而言, 中国传统节日认同受出生年代、家庭年收入、婚姻状况、教育水平、居住地类型、居住区域、经济发展水平和父亲教育水平的影响, 但对于各个不同的具体节日, 其影响因素又有所差异。而对于西方节日, 女性, 更年轻的出生者, 更富裕的家庭, 更高的受教育程度, 更好的家庭背景等通常意味着有更高的认同。

[关键词] 中国传统节日; 西方节日; 节日认同

中图分类号: G641

文献标识码: A

文章编号: 1672-0563(2018)03-0080-09

DOI:10.13773/j.cnki.51-1637/z.2018.03.016

一、引言

节日与人们的生产和生活密切相关, 长期以来, “过节”不仅是学术研究的重要主题, 也是政府和广大民众关注的热点问题。从一国范围看, 节日是文化的重要载体, 在继承和发扬本国传统文化的过程中, 提高传统节日的影响力, 增强对传统节日的认同感, 是必不可少的重要一环。从国际范围看, 伴随着经济全球化的是日益活跃的文化交流和文化输出, 而“节日输出”作为文化输出的一种形式, 作用也受到越来越多的重视。

正因为节日在文化传承中的重要性, 为维护 and 弘扬中国传统文化, 中国政府于 2008 年开始在全国范围推行“小长假”制度^①, 将中国影响最广的五大节日——元旦节、清明节、端午节、中秋节

和春节——列为法定节假日。传统节日成为法定节假日, 无疑具有广泛而又深刻的文化意义, 体现了国家层面对传统文化的重视。^[1] 尽管在官方的推动下, 中国传统节日的地位大大提升, 但另一个我们无法忽视的现象是, 近年来, 西方三大节日——圣诞节、愚人节和情人节——开始在中国大肆盛行起来, 大有影响越来越大之势, 于是, 有人惊呼“传统文化式微”, 更有甚者认为“西方节日的入侵将导致中国传统节日的消亡”。

目前在中国盛行的主要中西方节日自然也引起了研究者的广泛关注, 他们从中国传统节日的形成^[2]、演变^[3]、文化内涵^[4], 西方节日在我国盛行的原因^[5], 西方节日对中国节日的影响^[6], 等方面对中西方节日问题进行了的探讨, 得出了许

收稿日期: 2018-01-02

作者简介: 郭郡郡(1982—), 男, 湖北随州人, 经济学博士, 讲师, 研究方向: 区域可持续发展、人口社会学; 刘玉萍(1982—), 女, 四川成都人, 副教授, 硕士生导师, 研究方向: 政府经济学、人口社会学。

①参见 2008 年 1 月 1 日起施行的《国务院关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定》。

多有价值的结论。然而,现有的关于中西方节日的研究多以定性分析为主,定性研究无法回答像“我国居民中西方节日的认同情况到底如何”,“节日认同是否具有明显(或多大)的群体差异”,“影响节日认同的因素主要有哪些”等基本问题,而这些问题显然对系统了解我国当前的“节日现象”至关重要。鉴于此,本文尝试从群体差异和影响因素两个方面,对当前盛行于我国中西方节日进行定量研究,以期作为传统定性分析的补充。

二、研究背景

地域文化的多样性是中国传统文化的基本特征^[7],中国南北之间,不同发展水平的区域之间,甚至是同一区域的城乡之间在文化传统方面表现出较大的差异,这些差异将对人们的节日礼仪和行为产生影响^[8],从而影响人们对不同节日的认同。

不同年代出生的人们对应于不同的经济发展水平以及社会文化开放程度,早期出生的人们由于受西方文化的影响相对较少,自然对中国传统节日有较高的认同度。而在改革开放后出生的80后、90后,从出生之日起即面临经济文化全球化的宏观大环境,他们对外来文化的认知和接受程度显然要高于早期出生的人们,因此,我们有理由认为不同年代出生的人们对中西方节日有相对不同的认同。

近年来,随着“小长假”制度的推行,传统中国节日逐渐被赋予了“团聚”的内涵^[9]。与此对应,节日文化与商业文化融合的趋势也越来越深入^[10],尤其是西方主要节日,现已成为许多企业商业行为的重要节点,被越来越多的加入了商业的元素^[11]。无论是因“团聚”而过节还是选择“购买”而过节,哪些人会选择团聚什么因素会推动购买,事关个体特征和家庭背景。

基于以上分析,在分析节日认同的差异和影响因素时,我们主要定量研究以下两个方面的内容:

研究内容1:中西方节日认同是否具有群体差

异。具体而言,南方居民和北方居民,城乡居民以及出身于不同年代的群体对不同中西方节日是否具有不同的认同。

研究内容2:个体特征、区域特征和背景特征三方面的因素如何影响中国居民对中西方节日的认同。

三、节日认同的群体差异

本文使用中国综合社会调查(China general social survey,CGSS)2013年度的数据进行研究^①。CGSS2013中,被调查者对某一节日的认同主要通过其对“是否过节”问题的回答来进行测度^②。我们假定,当被调查者回答“是”时,表明该调查者接受或认同这一节日,反之则为不认同。

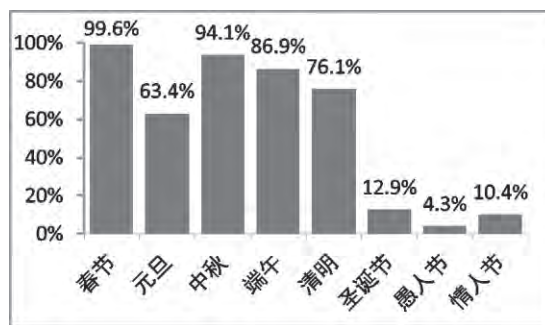


图1 中外不同节日认同度

图1展示了对于不同节日,被调查者回答“是”的比重。从图1可以看出,整体而言,在我国,传统节日的影响力目前仍远远大于西方节日,与西方节日相比,至少从绝对数量上中国传统节日并不式微。

从统计上看,传统节日在中国仍然具有极高的认同,过节比重均超过60%。春节毫无疑问是影响最高的传统佳节,过节比例高达99.6%。作为历史最短的传统节日,元旦在中国五大传统节日中的认同比例最低,过节比重为63.4%。以“是否过节”为标准,国人对中国五大传统节日的认同排序为春节、中秋节、端午节、清明节和元旦节。

与中国传统节日相比,国人对各西方节日的认同要低得多,即使在西方影响最大的圣诞节,在中国的过节比例也仅为12.9%,情人节和愚人节的过节比例则更低,仅分别为10.4%和4.3%。

①中国综合社会调查由中国人民大学社会学系与香港科技大学调查中心于2003年开始在全国范围内展开,目前共进行了十次,前九次的调查数据已向全社会完全开放,2013年数据由2012年调查完成。

②CGSS2013中,这一问题的编号为B12,原问题为“您现在过以下哪些中国的传统节日或西方传入我国的节日”,被调查者被依次询问不同节日,回答了这一问题的有效样本数为10445个;此外,由于我们所关注的传统节日均为汉族节日,因此在分析中仅包含了汉族样本。

表 2 进一步展示了不同区域,居住地类型和出生年代的群体,对不同节日的认同。

从表 2 可以看出,无论是南方居民还是北方居民^①,对春节均有极高的认同,且差异不大,但在对其他节日的认同上,南北方居民中却存在一定的差异。其中,元旦节和中秋节在北方的认同度较高,而端午节和清明节则在南方有更大的影响力,西方三大节日则均是北方人的过节热情略高于南方人。区域差异中表现最明显的是元旦节,北方过元旦节的比例远高于南方(超过 20%),这可能与元旦节的历史有关,现在的 1 月 1 日元旦节始于民国政府对阳历的推行^②,其在中国的传播方向大体是自北向南,导致了其在北方相对更大的影响力。

表 1 不同群体的节日认同(%)

		春节	元旦	中秋	端午	清明	圣诞节	愚人节	情人节
区域	南方	99.5	52.9	92.9	88.6	78.7	12.0	4.2	9.8
	北方	99.8	75.6	95.5	85.0	73.1	13.9	4.4	11.1
居住地类型	中心城区	99.5	72.1	93.8	85.4	75.5	20.9	6.8	16.1
	边缘城区	99.3	64.7	91.7	83.5	73.0	13.0	3.7	12.1
	城乡结合	99.6	68.8	96.0	85.9	76.2	11.9	6.0	11.7
	乡镇	99.8	53.6	95.3	93.0	82.1	7.7	2.9	5.9
	农村	99.8	54.6	94.6	89.0	76.9	5.6	1.7	4.5
出生年代	解放前	99.8	56.5	94.4	87.0	77.5	3.7	0.4	0.9
	50 后	99.8	60.5	94.0	86.2	77.2	5.5	1.0	2.1
	60 后	99.6	61.4	92.8	87.0	77.9	7.3	1.7	3.8
	70 后	99.6	65.1	94.8	88.0	76.2	13.0	2.9	11.2
	80 后	99.2	71.2	94.5	85.6	71.3	29.6	10.0	31.8
	90 后	99.8	78.2	94.3	88.9	73.8	45.0	26.4	36.4

从居住地类型看,中国传统节日中过节差异最大的仍是元旦节,对该节而言,中心城区的过节比重高于非中心城区和城乡结合部,乡镇和农村则更低。作为一个相对新生的节日,元旦节对中国传统社会的影响力显然要小于其他节日,而由于城区对新鲜事物的接受度要高于传统的农村地区,因而城区显示出更高的对元旦节的认同,这一点在西方节日上表现的更为明显。西方节日大规模“入侵”中国是改革开放之后的事,节日认同基本遵循了中心城区、边缘城区、城乡结合部、乡镇和农村的排序,且不同居住类型过节比重的差异很大,与元旦节类似,越是发达的现代社会,认同

外来的西方节日比重越高,反之,越是传统的农村社会,过西方节日的比重越低。

分出生年代看,中国传统节日中的春节、中秋节、端午节和清明节对人们的影响并不具有明显的(出生)年代差异。春节,作为最具特色的中国传统节日,其影响力之大毋庸置疑,无论生于何年代,几乎所有人都会过春节。其他三个节日,在不同年代出生的人中,过中秋节的比重均超过 92%,过端午的比重均超过 85%,过清明的比重则均超过 71%。与四大古老的传统节日不同,元旦节在各出生年代人群中的认同表现出了明显的差异,具体而言,就是越年轻的群体过元旦的比重越大,90 后过元旦的比重比解放前出生的群体高了 21.7%,其对元旦节的认同甚至高于清明节。与元旦相似,西方三大节日的认同度同样表现出明显的出生年代差异,越年轻的群体,对西方节日的认同也越高,而且随着群体越来越年轻,过西方节日比重的增加有越来越快的趋势。解放前出生的群体,过圣诞节、愚人节和情人节的比重几乎可以忽略不计,而在 90 后群体中已渐成潮流,过节比重分别达 45%、26.4% 和 36.4%。值得注意的是,年轻群体过西方节日比重的大幅增加并没有导致相应的中国传统节日过节比重的下降,也未出现“中国传统节日式微”的现象。

四、节日认同的影响因素

(一) 模型设定及变量说明

参照国内外现有的关于文化认同的理论和实证研究^{[12][13]},结合 CGSS 数据的特点,我们将节日认同的影响因素分为三个部分:个体特征、区域特征与背景特征,因此,分析节日认同影响因素的模型可表述为:

节日认同 = f(个体特征,区域特征,背景特征)

节日认同因变量:CGSS2013 调查中,对于某一特定节日,是否过节变量为二值选择变量——过节选择“1”,不过节选择“0”,该二值变量可作为度量特定节日认同的因变量。此外,我们还将中国节日变量和西方节日变量分别相加,构建中

①南方和北方在地理上以秦岭淮河为界,南方包括上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、湖北省、湖南省、广东省、广西壮族自治区、重庆市、四川省、贵州省、云南省,北方包括北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区、辽宁省、吉林省、黑龙江省、山东省、河南省、陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区。

②虽然历史上也有元旦一说,但多指阴历正月初一,且正月在各个朝代又有所不同。

国节日认同和西方节日认同两个有序因变量。

个体特征自变量:包括被调查者的性别、出生年代、家庭年收入、婚姻状况、教育水平和居住地类型。其中,为减少异方差的影响,实证分析中对家庭年收入进行了对数处理;婚姻状况重新被归为无伴侣、和伴侣生活以及不和伴侣生活三类^①;教育水平则按被调查者的教育状况重新归为未受过教育、初等教育、中等教育和高等教育四类。

区域特征自变量:包括居住地类型、居住区域和所在地区的经济发展水平,其中居住区域按省(市、自治区)分为南方和北方;经济发展水平则依

照 2012 年省域人均 GDP 被分成了低收入组、中低收入组、中等收入组、中高收入组和高收入组五组。

背景特征自变量:包括户籍背景、迁移情况和父亲教育水平,其中户籍背景根据 CGSS2013 的调查进行了调整,加入了“农转非”这一类型,意指“以前为农业户口,后转为非农业户口”这类情况;迁移情况则根据户籍迁移历史分为“一直居于本地”和“外迁户”;父亲教育水平变量与教育水平变量类似,也分为四类。

不同因变量和自变量的统计描述如表 2 所示。

表 2 变量的统计描述

变量及定义	均值	标准差	最小值	最大值
中国传统节日认同(有序变量 0—5 认同度依次增加)	4.195	0.994	0	5
西方节日认同(有序变量 0—3 认同度依次增加)	0.231	0.618	0	3
是否过春节(0“否”,1“是”)	0.997	0.0544	0	1
是否过元旦(0“否”,1“是”)	0.631	0.482	0	1
是否过中秋节(0“否”,1“是”)	0.941	0.236	0	1
是否过端午节(0“否”,1“是”)	0.868	0.339	0	1
是否过清明节(0“否”,1“是”)	0.758	0.428	0	1
是否过圣诞节(0“否”,1“是”)	0.113	0.316	0	1
是否过愚人节(0“否”,1“是”)	0.0339	0.181	0	1
是否过情人节(0“否”,1“是”)	0.0850	0.279	0	1
性别(1“男”,2“女”)	1.490	0.500	1	2
出生年代(1“解放前”,2“50 后”,3“60 后”,4“70 后”,5“80 后”,6“90 后”)	2.994	1.464	1	6
家庭年收入对数	10.45	1.043	5.704	13.82
婚姻状况(1“无伴侣”,2“和伴侣生活”,3“不和伴侣生活”)	2.016	0.431	1	3
教育水平(1“未受过教育”,2“初等教育”,3“中等教育”,4“高等教育”)	2.678	0.883	1	4
居住地类型(1“中心城区”,2“边缘城区”,3“城乡结合部”,4“乡镇”,5“农村”)	3.062	1.790	1	5
居住区域(1“南方”,2“北方”)	1.481	0.500	1	2
经济发展水平(1“低收入组”,2“中低收入组”,3“中等收入组”,4“中高收入组”,5“高收入组”)	2.794	1.358	1	5
户籍背景(1“农业户口”,2“非农业户口”,3“农转非”,4“以前农业,现居民”,5“以前非农业,现居民”)	1.773	1.044	1	5
迁移情况(1“一直居于本地”,2“外迁户”)	1.186	0.389	1	2
父亲教育水平(1“未受过教育”,2“初等教育”,3“中等教育”,4“高等教育”)	1.903	0.859	1	4

(二) 实证结果及分析

我们采用 Stata 13.0 软件对各变量的系数进

行了估计,具体的估计结果分别如表 3 至表 5 所示。

^①无伴侣指未婚,和伴侣生活包含同居、初婚有配偶、再婚有配偶,不和伴侣生活包含分居未离婚、离婚、丧偶。

表 3 中国传统节日的影响因素

	(1)	(2)	(3)
性别(参照组:男性)			
女性	0.085* (1.93)	0.080* (1.78)	0.067 (1.48)
出生年代(参照组:解放前)			
50后	-0.060 (-0.88)	-0.053 (-0.76)	-0.055 (-0.79)
60后	-0.125* (-1.77)	-0.164** (-2.27)	-0.175** (-2.38)
70后	-0.131* (-1.76)	-0.189** (-2.47)	-0.233*** (-2.93)
80后	-0.135 (-1.52)	-0.221** (-2.42)	-0.291*** (-3.01)
90后	0.378** (2.51)	0.217 (1.40)	0.144 (0.91)
家庭年收入	0.140*** (6.10)	0.174*** (6.96)	0.166*** (6.58)
婚姻状况(参照组:无伴侣)			
和伴侣生活	0.433*** (4.05)	0.329*** (3.03)	0.343*** (3.15)
不和伴侣生活	0.267** (2.06)	0.183 (1.41)	0.192 (1.47)
教育水平	0.162*** (5.41)	0.173*** (5.27)	0.135*** (3.91)
居住地类型(参照组:中心城区)			
边缘城区		-0.325*** (-4.21)	-0.317*** (-4.09)
城乡结合部		0.024 (0.25)	0.059 (0.60)
乡镇		-0.114 (-1.18)	-0.069 (-0.69)
农村		-0.257*** (-4.13)	-0.197*** (-2.60)
居住区域(参照组:南方)			
北方		0.426*** (8.10)	0.425*** (8.00)
经济发展水平(参照组:低收入组)			
中低收入组		0.359*** (4.78)	0.365*** (4.84)
中等收入组		0.067 (0.99)	0.072 (1.06)
中高收入组		0.272*** (3.91)	0.262*** (3.73)
高收入组		-0.640*** (-7.07)	-0.688*** (-7.21)
户籍背景			不显著
迁移情况			不显著
父亲教育水平			0.117*** (3.56)
chi2	146.205	424.992	441.223
Pseudo R2	0.0078	0.0226	0.0235
N	7762	7762	7762

注:估计系数后的括号里为t统计量,上标“*、**、***”分别表示在10.5和1的显著性水平上显著。

表3分析了中国节日认同的影响因素,因变量为中国节日认同变量,其中模型(1)仅包含个体特征自变量,模型(2)和模型(3)中依次加入了区域特征和背景特征自变量,由于因变量为有序变量,表3采用有序logit方法进行估计。

从表3的估计结果来看,对于个体特征变量:模型(1)和模型(2)中性别变量的系数仅在10的显著性水平上显著,但当加入背景特征自变量后,模型(3)中性别变量的系数估计值变得不显著,表明性别与中国节日认同间的弱相关关系似乎来自于家庭背景。出生年代变量系数估计值的显著性表现出较高的稳定性,60后、70后和80后对中国节日的认同要显著的小于解放前出生的群体,但当控制区域特征和背景特征后,90后与解放前出生者对中国传统节日的认同反而没有表现出显著

的差异。家庭年收入对中国传统节日认同具有稳定且显著的影响,年收入越高,对传统节日越认同。婚姻状况中,和伴侣生活者对传统节日的认同要显著的高于无伴侣者,且系数估计值在1的显著性水平上显著,相对而言,不和伴侣生活与无伴侣并无显著差异,这也很好理解,因为对于大部分人,过(中国传统)节就是为了团圆,这当然需要“有生活在一起的家人(伴侣)”,单身(无伴侣)和事实单身者(不和伴侣一起生活)因此不爱过节也就在情理之中了。与家庭年收入类似,受教育水平对中国传统节日认同具有显著影响,教育水平越高,对中国传统节日的认同感也越强。

对于区域特征:整体而言,居住于边缘城区或农村,相对于居住于中心城区,具有更低的中国传统节日认同度,但居住于城乡结合部和乡镇,则与

居住于中心城区并无显著差异。北方居民比南方居民显著的更爱过节,这与我们印象中的北方节日氛围更“重”相一致。经济发展水平对中国传统节日认同则表现出非线性的影响,与低收入组相比,中低收入组和中高收入组具有更高的中国传统节日认同,中等收入组与低收入组对中国传统节日的认同并没有明显的差异,而高收入组反而比低收入组具有显著更低的中国传统节日认同。

对于背景特征:户籍背景和迁移情况并不影响人们对中国传统节日的认同,而父亲的教育水平则具有显著的影响,且父亲的教育程度越高,被调查者过(中国)节的可能性也越大,值得注意的是,父亲的教育水平与反映家庭环境的诸多因素息息相关,这也从侧面印证了成长环境对一个人文化认同的巨大影响力。

表 4 不同中国节日的影响因素

	春节	元旦	中秋	端午	清明
性别(参照组:男性)					
女性	0.364	0.069	0.181*	0.054	0.040
出生年代(参照组:解放前)					
50后	-0.025	-0.022	-0.331**	-0.165	-0.088
60后	-0.571	-0.108	-0.623***	-0.187	-0.143
70后	-1.006	-0.061	-0.382**	-0.258**	-0.356***
80后	-1.575*	0.062	-0.216	-0.306**	-0.536***
90后	-	0.559***	0.522	0.154	-0.322*
家庭年收入	0.206	0.155***	0.031	0.156***	0.214***
婚姻状况(参照组:无伴侣)					
和伴侣生活	1.107**	0.119	1.023***	0.478***	0.313***
不和伴侣生活	-0.115	0.116	0.497**	0.024	0.194
教育水平	0.177	0.146***	0.205***	0.037	0.037
居住地类型(参照组:中心城区)					
边缘城区	-0.730	-0.102	-0.289**	-0.360***	-0.186**
城乡结合部	-0.341	0.080	0.414*	-0.001	0.151
乡镇	0.172	-0.282***	0.155	0.269	0.235*
农村	0.150	-0.363***	0.066	-0.087	0.079
居住区域(参照组:南方)					
北方	1.660***	0.945***	0.460***	-0.174**	-0.300***
经济发展水平(参照组:低收入组)					
中低收入组	-2.353**	0.387***	0.560***	0.239*	0.390***
中等收入组	-2.892***	0.258***	-0.228	-0.298***	0.084
中高收入组	-2.137*	0.496***	-0.215	-0.335***	0.270***
高收入组	-3.275***	0.405***	-0.798***	-1.629***	-0.682***
父亲教育水平	-0.141	0.062*	0.115	0.174***	0.124***
常数项	5.019**	-2.228***	1.005*	0.187	-1.419***
chi2	48.599	956.788	161.222	443.078	312.342
Pseudo R2	0.1297	0.0834	0.0411	0.0647	0.0319
N	8320	8766	8766	8766	8766

注:上标“*、**、***”分别表示在 10.5 和 1 的显著性水平上显著。

表 4 呈现了不同传统节日认同的影响因素^①。除以“是否过中秋”为因变量外,性别变量的系数估计值均不显著^②,表明对于不同的中国传统节日,“是否过节”并没有明显的性别差异。出生年代的系数估计结果显示,不同年代出生的群体对不同节日有不同的偏爱,相对于其他年代出生的

群体,90后更爱过元旦节,50后、60后和70后更不爱过中秋节,70后和80后更不爱过端午节和清明节。家庭年收入影响人们对元旦、端午和中秋的认同,且家庭越富裕,过元旦、端午和中秋的可能性也越大。对于大多数中国节日,“和伴侣生活”者显然有更高的过节积极性,不同节日的回归

①为便于比较,表 4 的回归模型中仅包含表 3 中显著的自变量。

②以“是否过中秋”为因变量,性别变量的系数估计值也仅在 10 的显著性水平上显著。

模型中,除元旦外,婚姻状况变量“和伴侣生活”的系数估计值均在 1 的显著性水平上显著,意味着“和伴侣生活”者更爱过春节、中秋节、端午节和清明节,事实上,这四节均是“团圆”色彩很明显的中国传统节日,显然,“和伴侣生活”增强了人们对“团圆”的需求。教育水平仅影响人们对元旦和中秋的认同,且受教育程度越高,过元旦节和中秋节的可能性也越大。相对于中心城区的居民,居住于乡镇和农村的人们没有过元旦的习惯,居住于边缘城区的人们则不爱过中秋节、端午节和清明节。不同节日表现出不同的南北差异,在控制了其他变量后,北方人更爱过春节、元旦节和中秋

节,南方人则爱过端午节和清明节。经济发展水平对不同中国传统节日认同的影响并不相同,如低收入组地区的人们相对而言更爱过春节,但不怎么过元旦节,这也是为何我们看到每年春节都会有大量农民工返乡过年,而元旦节在大城市都会有如火如荼的跨年活动了。中秋节、端午节和清明节与经济发展水平则表现出非线性的关系,对于这三节,中低收入组兴趣最大,高收入组反而兴趣最小。父亲的教育水平对端午节和清明节的认同有显著影响,且父亲的受教育程度越高(家庭环境越好),被调查者越看重端午节和清明节。

表 5 西方节日的影响因素

	圣诞节	愚人节	情人节	西方节日
性别(参照组:男性)				
女性	0.240***	0.332***	0.081	0.240***
出生年代(参照组:解放前)				
50后	0.149	0.850*	0.561*	0.246
60后	0.321*	1.003**	0.930***	0.445***
70后	0.720***	1.366***	1.901***	1.064***
80后	1.458***	2.220***	3.049***	2.038***
90后	2.025***	3.013***	3.271***	2.539***
家庭年收入	0.314***	0.294***	0.452***	0.397***
婚姻状况(参照组:无伴侣)				
和伴侣生活	-0.387***	-0.716***	0.132	-0.316***
不和伴侣生活	-0.273	-0.513	-0.086	-0.270
教育水平	0.326***	0.290**	0.440***	0.325***
居住地类型(参照组:中心城区)				
边缘城区	-0.398***	-0.553***	-0.211*	-0.333***
城乡结合部	-0.352**	0.308	-0.124	-0.192
乡镇	-0.752***	-0.469	-0.799***	-0.736***
农村	-0.674***	-0.664***	-0.489***	-0.646***
居住区域(参照组:南方)				
北方	0.064	-0.044	0.054	0.092
经济发展水平(参照组:低收入组)				
中低收入组	0.677***	0.426*	0.424**	0.563***
中等收入组	0.418***	0.567**	0.598***	0.510***
中高收入组	1.021***	1.078***	0.804***	0.973***
高收入组	0.448***	-0.082	0.096	0.332***
父亲教育水平	0.300***	0.206**	0.286***	0.277***
常数项	-7.832***	-9.243***	-11.406**	-
chi2	1450.787	638.971	1620.251	2201.722
Pseudo R2	0.2187	0.2278	0.2835	0.2036
N	8766	8766	8766	8766

注:上标“*、**、***”分别表示在 10、5 和 1 的显著性水平上显著。

表 5 以西方节日认同为因变量的估计结果显示,整体而言,女性比男性更爱过“洋节”,除情人节外,性别变量“女性”的系数估计值均为正,且在

1 的显著性水平上显著,过情人节之所以没有明显的性别差异,其原因可能在于情人节属男女共度的节日。出生年代和对西方节日的认同具有显著

的关系,且越年轻的群体,对西方节日的认同越高。对西方节日的认同同样与家庭收入有关,家庭越富裕,过西方节日的可能性也越大。对于西方节日,婚姻状况表现出相对于传统节日完全相反的影响,与无伴侣者以及不和伴侣生活者相比,和伴侣生活者过西方节日的可能性反而更小。可能的原因在于,西方节日当前在我国的盛行很大程度上是由于商业的推动,商业活动刻意营造西方节日的浪漫氛围为无伴侣者“求偶”创造了机会,使得无伴侣者对西方节日的兴趣远大于无需寻找配偶的有伴侣者。根据系数估计的大小,我们基本可以认为,从低收入组地区到中高收入组地区,随着经济发展水平的提高,过西方节日的可能性也在增加,但高收入组地区的居民反而不同,他们甚至比低收入组地区更不爱过西方节日。一般而言,家庭环境越好,接触外来事物的机会越多,越容易接受外来文化,不出意外的,父亲的教育程度对西方节日认同也具有正向的影响。

五、结论

本文基于CGSS2013数据,定量分析了中西方节日认同的群体差异与影响因素,结果发现:

(1) 基于过节比重的中国传统节日认同排序为:春节、中秋节、端午节、清明节、元旦节,西方节日认同排序为:圣诞节、情人节、愚人节,且整体而言,国人对中国传统节日的认同仍远高于西方节日。

(2) 除元旦节外,不同区域,居住地类型和出生年代的群体对四大中国传统节日(春节、中秋节、端午节、清明节)均拥有较高且差异不大的认同,但对西方节日和元旦节的认同却表现出明显的群体差异。对于元旦节、圣诞节、情人节和愚人节,群体差异的表现:北方高于南方;越靠近中心城区的居民越爱过节;越年轻的群体过节的比重越高。

(3) 整体而言,中国传统节日认同受出生年代、家庭年收入、婚姻状况、教育水平、居住地类型、居住区域、经济发展水平和父亲教育水平的影响。但对于各个不同的具体节日,其影响因素又有所差异,尤其是其中相对“年轻”的元旦节,其影响因素显著的不同于其他节日。

(4) 除情人节的影响因素略有差异外,圣诞

节、愚人节和西方节日整体受相对一致的因素影响。对于西方节日,女性,更年轻的出生者,更富裕的家庭,更高的受教育程度,更好的家庭背景等通常意味着有更高的认同。

本研究仅仅分析了中西方节日认同的群体差异和影响因素,但并没有进一步探寻群体差异产生的原因以及各因素影响节日认同的途径。从本质上讲,对中西方节日的认同体现了对中外文化的态度,越是受中国传统文化影响深的群体,越是可能过中国传统节日,而越是能包容外来文化的群体,则越是会过西方节日,从这个意义上说,本文的实证结果与我们的直觉一致。例如,80后、90后出生于改革开放之后,从小即有机会接触西方文化和产品,更容易接受西方节日,相对而言,出生年代较早的群体,受传统文化熏陶更深,更难以接受西方节日。类似的还有受教育程度和居住地类型,一般说来,受教育程度高的比受教育程度低个体更包容,城市居民比农村居民更开放,因此,前者比后者也就更能接受西方节日。

另外,本文并没有发现媒体和大众普遍担忧的“中国传统节日式微”问题,许多群体——受教育程度高的群体,居住于中心城区的居民等——在接受西方节日的同时,对中国本土节日也有很高的认同。所谓传统节日式微,可能来自于两个方面:一是随着改革开放的越来越深入,西方文化包括西方节日在中国经历了从无人问津到逐渐接受再到开始流行的过程,尽管传统节日仍然具有强有力的影响力,但从相对意义上说,西方节日的影响力还是提升了;二是以80后和90后为代表的年轻群体,对西方节日的接受和认同已达相当比例,加之商业和媒体的推波助澜,使得西方节日的流行趋势受到大众的普遍关注。因此,如果硬要说中国传统节日式微,也只是一种相对式微。

值得注意的是,居住于发达地区的居民是一类特殊群体,他们不仅不爱过传统节日,对西方节日也兴趣缺缺,这背后的原因也需要更为细致的研究。

参考文献

[1] 余悦. 传统节日成为法定假日的文化意义与未来发展[J]. 江西社会科学, 2008(2): 215-224.

- [2] 刘宗迪. 从节气到节日: 从历史的角度看中国节日系统的形成和变迁[J]. 江西社会科学, 2006(2): 15-18.
- [3] 龚建华. 中国节日文化演变的社会学分析—从中华民族多元一体的视角出发[J]. 江西社会科学, 2009(1): 226-230.
- [4] 王文章, 李荣启. 中国传统节日的文化内涵[J]. 艺术百家, 2012(3): 5-10.
- [5] 匡野陆地. 西方节日在我国有效传播的归因及规律研究[J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2016, 38(4): 87-90.
- [6] 耿波. 洋节现状及其对中国传统节日的影响与对策调查报告[J]. 艺术百家, 2013(4): 36-45.
- [7] 刘宇. 论中华文化中地域文化多样性的基本特征[J]. 江汉论坛, 2009(9): 119-124.
- [8] 马明奎. 端午节的龙蛇结构和南北文化差异研究[J]. 民族文学研究, 2010(4): 103-109.
- [9] 曹灿明. 新休假制度下城市居民旅游行为特征分析—以苏州市为例[J]. 华东经济管理, 2009, 23(7): 8-11.
- [10] 王安中. 中国传统节日的商业化运作研究[J]. 广东财经大学学报, 2006(4): 36-38.
- [11] 王琪延, 侯鹏. 节假日与休闲消费关系研究—兼论我国假日制度改革[J]. 北京社会科学, 2012(1): 15-21.
- [12] 陈刚. 全球化与文化认同[J]. 江海学刊, 2002(5): 49-54.
- [13] 崔新建. 文化认同及其根源[J]. 北京师范大学学报(社会科学版), 2004(4): 102-104.

Chinese and Western Festival Identity: Group Diversity and Influencing Factors

GUO Jun - jun , LIU Yu - ping , YU Hai - long

(Institute of Political Science ,China West Normal University ,Nanchong 637009 ,Sichuan;
Law School ,Xiamen University ,Xiamen 361005 ,Fujian)

Abstract: Based on the 2013 annual data of Chinese General Social Survey ,this study quantitatively examines Chinese residents' recognition of Chinese and Western festival from two aspects: group diversities and influencing factors. The results show that: Judging from the popularity of holidays ,the most influential Chinese festivals are Spring Festival ,Mid - Autumn Festival ,Dragon Boat Festival ,Ching Ming Festival and New Year's Day. The most influential western holidays are Christmas ,Valentine's Day ,and April Fool's Day. In China ,the influence of Chinese festivals is still much higher than the western ones. The groups born in different years ,living in different regions ,having different places of residence have high and slightly different recognitions for the four major Chinese traditional festivals (Spring Festival ,Mid - Autumn Festival ,Dragon Boat Festival ,and Ching Ming Festival) ,but their recognition of Western holidays and New Year's Day has shown remarkable group diversity. In sum ,the recognition of Chinese traditional festivals are influenced by date of birth ,family annual income ,marital status ,education ,type of residence ,residential area ,level of economic growth. Moreover ,for different specific festivals ,the influencing factors are different. However ,women ,the youthful population ,affluent families ,higher education ,better family backgrounds ,etc. usually mean higher recognition toward western holidays.

Keywords: Chinese traditional festivals; western festivals; festival identity