

公共空间重构与乡村秩序整合

——对湘北云村小卖辐射圈的考察

匡立波 夏国锋

【摘要】村落社会传统公共空间衰落后，小卖铺成为了新兴公共空间，它具有农村初级交换单位的经济功能、公共文化复兴场域的文化功能、农村权力文化网络的社会功能。以小卖铺为中心，以周围最近的进店农户为边界，其所覆盖到的地理范围就是小卖铺辐射圈，村落形似以公路为竹签、以每个小卖铺辐射圈为“糖葫芦”串成的“糖葫芦串”。每颗“糖葫芦”是村民的生活单元，也是地形相似、信息相通、规模适度的乡村治理单元，它将范围过大的村庄切割成多个“熟人社区”，有利于节约治理成本，提高治理成效，整合乡村秩序。

【关键词】 小卖铺； 小卖铺辐射圈； 公共空间； 乡村秩序

【中图分类号】 C912.82

【文献标志码】 A

【文章编号】 1007 — 9092(2016)06 — 0029 — 008

一、研究缘起与文献综述

近年来全国很多地区乡镇体制改革都是以“撤区扩镇”、“并乡合村”作为重要改革举措，以此来节约行政成本，扩大公共服务的规模效应。如2015年湖南省进行了大规模的乡镇区划调整，到目前为止，湖南省合并乡镇500个以上，减幅约25%；合并建制村16000个以上，减幅约39%。“并乡合村”固然节约了行政成本，但也带来了新的问题：村庄合并后村庄规模和结构发生了变化，每个行政村村民数量增多，村庄中的“半熟人社会”现象越来越明显，合并进来的新村民互不相识，更不用说彼此互动、协商了。在新的农村社区中，缺乏互动基础的村民如何形成社区认同？缺乏社区认同的村庄如何自我组织、自我管理，兴建公共事业，实现公共利益，构建出良好的乡村社会秩序？本文拟从公共空间的视角来尝试回答这些问题。

本文所指的公共空间，在概念上与哈贝马斯意义上的“公共领域”有密切关联，但也有着本质不同。哈氏的公共领域指的是“政治权力之外，作为民主政治基本条件的公民自由讨论公共事务、参与政治的活动空间”。^① 哈氏公共领域理论激发了人

收稿日期：2016 — 08 — 09

作者简介：匡立波，湖南文理学院马克思主义学院讲师，主要研究方向为农村文化治理；夏国锋，湖北文理学院副教授，博士，主要研究方向为农村文化治理。

基金项目：国家社科基金课题“我国公共文化服务机制创新研究”（编号：12CKS017）；湖南省社科基金委托课题“湖南少数民族地区农村公共文化服务体系研究”（编号：11JD52）；湖南省社会科学成果评审委员会项目（编号：XSPYBZC050）；湖南省教育厅科学研究项目（编号：14C0548）；湖南省省情与决策咨询研究项目（编号：2015ZZ089）。

¹ ① [德] 哈贝马斯：《公共领域的结构转型》，曹卫东等译，上海学林出版社1999年版，第156页。

② 张良：《乡村公共空间的衰败与重建》，《学习与实践》，2013年第10期。

们的想象力，中国学界将这一理论本土化时，考虑到国内没有西方国家和社会的严格分野和成熟的市民社会，没有严格意义上的公共领域，但却有功能类似的公共空间，遂对“公共领域”的研究逐渐转换到“公共空间”的研究。本文的“公共空间”是指人们可以自由进入并在其中进行各种思想交流的场所，以及在这些场所中产生的一些公共性活动。

关于农村公共空间的研究，学界已有较为丰富的研究成果。农村公共空间包含庙宇、院坝、茶馆、家庙宗祠、集市、红白喜事、水井、田间地头，张良将其分为信仰型公共空间、生活性公共空间、生产性公共空间、娱乐性公共空间、政治性公共空间。^③ 学界对这些公共空间有精彩的论述，王迪考察了成都社会下层民众的公共空间和公共生活，重点聚焦到茶馆这一特定的公共空间，详细分析了1900—1950年期间成都公共生活的微观世界；^④ 还有学者从公共空间的变迁和社会秩序的生成角度分析了江南、川西、赣中南的茶馆。^⑤ 赵世瑜则从中华帝国晚期时代的民间庙会这一公共生活空间向外延伸，探索了明清社会

③王笛：《茶馆——成都的公共生活和微观世界》，中国社会科学出版社，2010年版。

④朱小田：《近代江南茶馆与乡村社会运作》，《社会学研究》，1997年第5期；吕卓红：《川西茶馆——作为公共空间的生成与变迁》，中央民族大学博士论文，2000年；戴利朝：《茶馆观察：农村公共空间的复兴与基层社会的整合》，《社会》，2005年第5期。

⑤赵世瑜：《狂欢与日常：明清以来的庙会和民间社会》，生活·读书·新知三联书店，2002年版。

⑥刘铁梁：《作为公共生活的乡村庙会》，《民间文化》，2001年第1期。

⑦胡英泽：《水井与北方乡村社会》，《近代史研究》，2006年第1期。

⑧吴毅：《公共空间》，《浙江学刊》，2002年第2期。

⑨吴晓燕：《集市政治——交换中的权力与整合》，华中师范大学博士论文，2008年。

⑩董磊明：《村庄公共生活的萎缩与拓展》，《江苏行政学院学报》，2010年第5期。

⑪吴理财：《农村公共文化日渐式微》，《人民论坛》，2006年第7期。

⑫张良：《乡村公共空间的衰败与重建》，《学习与实践》，2013年第10期。

⑬申端锋：《民俗的式微与乡村文化的重建》，《调研世界》，2007年第8期。

⑭王玲：《村庄公共空间：秩序建构与社区整合》，华中师范大学硕士论文，2008年。

⑮邓大才：《村民自治有效实现的条件研究》，《政治学研究》，2014年第6期；徐勇：《培育自治：居民自治有效形式探索》，《东南学术》，2014年第5期。

转型时期的民众生活与大众文化；^⑥刘铁梁通过浙南庙会仪式考察了村民公共生活的展演。^⑦胡英泽探究了水井与北方乡村社会，研究了中国近代水井制度与北方社会秩序、人际关系、村际关系的关联。^⑧吴毅考察了红白喜事作为精神交流共同场域的作用。^⑨吴晓燕通过对四川乡村集市的纵向历史演进和横向运作规则的详尽考察，还原了国家与乡村社会关系的变迁图景。^⑩

关于公共空间与乡村秩序的关联研究，学界呈现出两种不同意见。第一种认为在现代化的侵蚀下，农村传统的公共空间已经式微，新的公共空间尚未建立，农民的公共生活衰败，由此影响了农村社会秩序。董磊明认为“从上世纪80年代以来，日益向乡村渗透的市场经济因素和导致乡村组织权威不断衰弱的农村政策使得公共空间不断萎缩。”^⑪吴理财从公共文化生活的角度指出农民私性文化发达，公共文化严重衰落，公共空间缺乏，公共性消解加剧。^⑫张良认为“传统意义上的公共空间在个体化过程中逐渐走向衰败”，信仰性公共空间衰弱，娱乐性公共空间减少，生产性公共空间消失，政治性公共空间有限。^⑬申端锋观察到村庄公共空间的缺乏使公共舆论缺位，导致农村严重的伦理危机。^⑭王玲认为当全能主义国家在农村退场之后，社会力量并未发展成熟，村庄公共空间越来越少，乡村社会遭遇了失序与断裂。^⑮第二种意见则另辟蹊径，“华中乡土派”认为农村公共空间并没有消失，农村坝、屯、冲、湾、楼栋等公共聚落空间还有不同的地域存在，并围绕这些公共聚落空间载体形成了坝自治、屯自治、冲湾自治、楼栋自治等新概念，肯定了现在农村中这些不同类型的公共空间对乡村秩序型构的重要意义，提出了村民自治单位下沉的新思路，拓展了公共空间的研究范畴。^⑯

这些对农村公共空间历史与现实的考察，极大丰富了中国公共空间的本土研究，但也存在两点不足。一是从时间来看，前述关于茶馆、水井、庙会、红白喜事、院、坝、冲、湾等研究成果都是基于中国传统公共空间的分析，对于改革开放以后兴起的农村公共空间的专门研究成果较少。二是从空间来看，“华中乡土派”认识到坝、屯、冲、湾、楼栋等公共空间的意义，但忽视了小卖铺这一在农村普遍存在的空间形态与乡村治理的关联。从笔者对湘、鄂、赣、皖等省的调查来看，农村小卖铺看似购物小店，实际上已成为村民的活动中心。村民在此打牌、下棋、聊天、玩耍、社交，小卖铺成为了每个村庄最热闹的场所和最富有生气和活力的聚落空间，它对整合村庄秩序有着重要意义。而现有的公共空间、乡村治理研究均对农村小卖铺视而不见，将它屏蔽在研究对象之外。我们应该重视农民自身的选择，将小卖铺这一当今农民重要的日常活动空间纳入研究视野，挖掘其作为公共空间的价值与意义。

二、小卖铺：地位与功能

云村位于湘北桃源县西部15公里处，是2015年扩乡合村过程中由木公、苏金、白羊三个村合并而成的一个大村，处丘陵地带，现有面积13.7平方公里，山林7809亩，水田6220亩，人口3200人，965户，38个村民小组，村里养鸡专业户较多，是全县有名的养鸡村，为了方便鸡饲料和鸡蛋运输，很多村民将住房建在公路附近。村头与最近的集市相距6公里，全村有小卖铺14个，均沿村内公路分布，散落在村庄各处（如图1所示）。

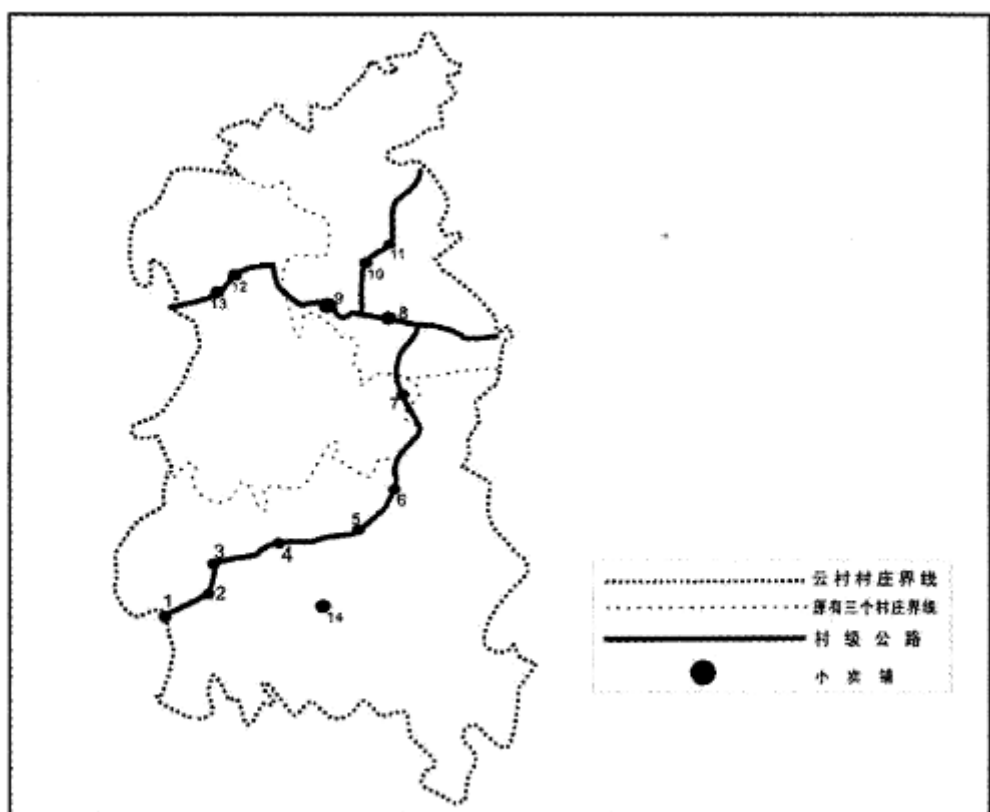


图 1 云村小卖铺分布图

云村小卖铺营业额及常年活动人数情况表

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	总计
年营业额	8.5 万	1 万	12 万	7 万	4.5 万	6.5 万	7.8 万	3 万	4 万	4 万	4 万	4.5 万	9 万	6 万	81.8 万
辐射户数	75 户	12 户	43 户	65 户	43 户	52 户	61 户	34 户	41 户	35 户	42 户	48 户	75 户	63 户	689 户
日均进店人数	45 人	5 人	25 人	40 人	15 人	35 人	30 人	10 人	15 人	16 人	18 人	20 人	35 人	30 人	339 人
日均玩牌人数	30 人	4 人	20 人	22 人	8 人	25 人	18 人	4 人	8 人	8 人	8 人	10 人	20 人	18 人	203 人

注:表中数据源自店主和笔者的测算,因农村小卖铺没有台账记录,所以均为估计数值。

(一) 经济功能: 农村的初级交换单位

小卖铺是农村最初级的交换单位,属于货币与商品的单向交换,村民只买不卖。如果要进行货物的买卖双边交易,需要进入更高一级的乡镇集市体系,施坚雅称这种村落小卖铺为“小市”,他认为“小市”不重要,“作为地方产品进入较大市场体系的起点,它所起的作用微不足道。小市在中国农村的零星存在,其有限的职能及其处于较大市场体系的边缘地位,这一切使我认为它在中心地的固定等级之外……”^①但如马克思所言,“如果没有分工,不论这种分工是自然发生的或者本身已是历史的成果,也就没有交换,交换的深度、广度和方式都是由生产的发展和结构来决定的。”^②当农户本身无法提供家庭需要的基本生产资料 and 消费资料时,作为初级交换单位的村庄小卖铺就会应运而生,小卖铺自有它存在的土壤,力量小但并非不重要。

² ① [美] 施坚雅著:《中国农村的市场和社会结构》,史建云、徐秀丽译,中国社会科学出版社1998 年版,第6 页。

② 《马克思恩格斯选集》(第二卷),人民出版社1972 年版,第101 — 102 页。

小卖铺在云村一直存在，以前被称为“斋房”，销售花生、瓜子、煤油、火柴等少量日用品。新中国成立之初，在社会主义改造浪潮中，粮油、生猪、农副产品实行统购统销政策，一切买卖由供销社垄断，云村原来由私人开设的“斋房”被取缔，三个村各开了一家代销店（供销社的派出机构），在物资匮乏的年代可供销售的商品稀少，只有火柴、红糖等少量生活必需品，还出现常常缺货的情况。80年代以后，国家对市场交易放松管制，云村私人开办的小卖铺逐渐兴起，代销店退出历史舞台。小卖铺全部私营，由于手续简便，国家管得越来越少，小卖铺越开越多，商品琳琅满目。现在云村的小卖铺星罗棋布，在村庄有举足轻重的作用。从小卖铺数量上看，云村与最近的基层集市仅相隔6公里，但在全村约为5公里长的村级主公路上，仍然遍布了13个小卖铺（还有1个在组级公路旁），平均0.38公里就有一个小卖铺，分布较为密集，由上表可知，云村所有小卖铺年营业额在80万左右，说明村庄内部有一定规模的购买需求。从商品的种类来看，从生产资料到生活资料，种类比较丰富，涉及到日常生活的方方面面，可以满足村民的基本需求，也为村民提供了极大的便利。从商品交易频率来看，现代社会分工越来越细化，农村社会化程度越来越高，农民早已不再是自给自足的传统小农，而是深深卷入市场的“社会化小农”，农民的市场交换需求大幅增加，小卖铺在农民日常生活中的作用不可小觑。

小卖铺虽有不可替代的交换功能，但它的市场需求受基层集市的影响很大。云村周围有三个集市，分别为深水港集市、三阳集市、泥窝潭集市，集市周期分别为农历1、6、3、8、2、7。^①对于该村村民来讲，每隔两三天就可以赶集，虽为丘陵地区，但交通方便，该村主干公路已经硬化，有些组级公路也是新修水泥路，大多数农户都有摩托车，少量有私家车，村里每天早晚有一趟公交车进出，直达深水港集市和县城，村民去集市赶集和去县城购物的成本很低，这对村落小卖铺交易有很大冲击。几乎所有店主都表示，即便同样的商品同样的价格，村民还是愿意到更远的集市去购买，除了最畅销的香烟、矿泉水之外，其他商品需求量少，利润较低，很多小卖铺一年也就几千块钱的盈利。那么，为什么小卖铺利润低下，还是有那么多家店在村落存在呢？这就涉及到小卖铺的其他功能。

（二）文化功能：农村公共文化的复兴场域

农村公共文化能够促进村民的互动，提高村庄的凝聚力，增强社区认同。改革开放以来，农村传统的公共文化形式日渐式微，这是学界普遍的共识。吴理财根据对安徽农村的调查，发现由政府提供的公共文化非常稀缺。贺雪峰也意识到了这一点，并在湖北洪湖和荆门建立了四个老年人协会，“通过建立老年人协会和农村文化活动中心，让农民可以在闲暇时间，有一个公共的、有品位的、适合他们需要的交流场所，有一些可以让农民表达自己人生意义的合适的方式。”^②老年人协会投资小、成效显著，极大丰富了村民的文化生活，但它是外部资源输入而非村庄本土的自觉生成，不具有普遍意义，实际上村落本土已经悄悄生长出了以小卖铺为据点的活动中心，它是便民的购物点，更是农村的文化场所。

云村人闲暇时间大部分都聚集在附近的小卖铺，并非都为购物，主要活动是玩牌。云村人最常玩的是两种牌：字牌（当地人称“跑符子”）和麻将。一般情况下，在小卖铺打牌是消磨时光，与赌博有明显区别，不涉及大额资金，一天下来输赢几十元钱，一个常年玩牌的人一年下来输赢大概在一两千元左右，一般村民都愿意承受。村民在小卖铺玩牌，所有小卖铺老板都为玩牌者供应午餐，而餐费则来源于牌桌上的“抽成”（称为桌子钱）。一桌“跑符子”和一桌普通麻将（4个人一桌）都是每天每桌抽20元，平均每人抽5元，一桌自动麻将机（自动麻将一般多人轮流玩，7—8人一桌）每天每桌抽50元，平均每人抽7元左右，抽成的钱由每次坐庄者出，抽满为止，额满后不再多抽，玩牌者因为出了“桌子钱”，就可以在店店家免费吃午餐。对于每个玩牌者来说，花5—7元吃一顿午餐不算贵，对店主来说，玩牌者越多收的“桌子钱”越多，除掉伙食费，还小有盈余。例如云村5号店，每天三桌人打麻将（自动麻将机），抽150元的“桌子钱”，午饭花费不到50元（蔬菜由自己种植，成本较低），每天有100多元盈利，这项盈利比卖商品多得多，这就是为什么小卖铺利润低，还是有很多人愿意开店的“秘密”。

^① ①即农历逢初一、初六、十一、十六、二十一、二十六集市开市，3、8、2、7依此类推。

②贺雪峰：《乡村建设的中心是文化建设》，《文史博览》，2005年第5期。

除了购物、玩牌，更多的人在小卖铺边闲聊。合村以后云村地理范围增加了三倍，但对村民的生活并没有什么影响，他们最熟悉的还是自己家附近小卖铺所辐射到的区域。在这个范围内村民们彼此非常熟识，常常在小卖铺话家长里短，论功过是非，但凡周围发生的人和事，都会成为小卖铺闲聊的话题。这些看上去碎片化无意义的闲聊，却表达着村民情感释放和社会交往的心理需要，使村民枯燥琐碎的日常生活具有了丰富而充实的文化内涵，他们通过面对面的语言交流和行为互动，完成了社会人与周围环境的融合，实现村庄生活的意义。闲聊之外，还有部分人在小卖铺下象棋、玩手机、看书、带孩子玩耍，还有的小卖铺，如1号、4号、12号店，一到夏天，附近的妇女们就三三两两聚在店门口像城里人一样跳广场舞，这也成了部分留守妇女的心灵寄托。农村小卖铺地方虽小，但人气旺，是村庄中最热闹喧嚣、最富有生气的场所。很多观察者认为，现在空心化的农村死气沉沉，其实他们并没有关注到小卖铺的存在，没有从小卖铺的视角看到农村生活的另一面。

小卖铺是村落新兴的文化公共空间。贺雪峰从辽宁大古村的调查发现，1990年前后村民很少相互串门唠嗑打麻将，所以漫长的冬天对于大古村老年人来说非常难熬，同时他也注意到了大古村年轻人爱聚在小卖铺打牌聊天，甚至到深夜11点还不肯散去。^① 这说明小卖铺作为娱乐公共空间的现象不仅在华中地区存在，在东北地区也很普遍，村民有事没事聚到小卖铺玩耍。这是由于家庭公共生活在萎缩，人们对公共生活的渴求都投射到了村落的小卖铺，村落公共空间代替了家庭公共空间。后集体化时代，田间地头的生产性公共空间消失了；自来水和洗衣机普及以后，溪流河边作为生活的公共空间消失了；红白喜事还有，但有其聚集的特定的身份识别范围；庙会周期太长，一年才有一两次，只有小卖铺作为村民可以自由进入或退出的场所成为了一个日常的文化公共空间，在农村中起着举足轻重的作用，是村民在农村生活巨变之后的自我选择，也代表着公共空间的重新崛起。

（三）社会功能：权力的文化网络

传统中国乡村是“皇权不下县”的“士绅社会”，在地方行政公共事务领域和家族私人领域之间的广阔社会领域中，有功名的读书人、有威望的乡村精英们共同来维持乡村社会秩序，国家权力的渗透是通过文化网络完成的，“文化网络由乡村社会中多种组织体系及塑造权力运作的各种规范构成”，它包括“强制性义务团体，自愿组成的联合体，非正式人际关系网。”^② 晚清以降，国家现代化过程中，权力的文化网络不断遭到破坏。新中国成立以后，国家政权前所未有地控制了社会领域乃至私人领域，全面改造了乡村，文化网络被侵蚀殆尽，乡村没有了自治空间。改革开放以来，国家权力上收，逐步退出乡村社会，而此时乡村中的传统文化网络，如宗族、宗教、水利圈、祭祀圈等遭到破坏或已经解体了，乡村秩序的新文化网络又在哪里呢？我们不妨把视角投向乡村小卖铺。

小卖铺是如今乡村最重要的公共空间，不仅产生公共舆论，还是自我价值竞争和展示的精神堡垒。云村小卖铺里人们的闲聊看似琐碎，实则无所不包，大到评价当下的时事政治，小到议论村里最时鲜的事件，既有对信息的发布也有对村庄新闻的议论，这些说长道短构成了丰富的“地方性知识”，日复一日形成了公共舆论。这种舆论虽然不具有惩罚机制，但“议论”本身就让村民不得不在意。每一个村民都会不自觉地卷入小卖铺的舆论漩涡中，小卖铺慢慢也就成了村民“面子”的检验场域。“面子”是中国人孜孜以求的社会价值，代表一个人的尊严，它是“熟人社会”中人们为人处世需要考量的隐性尺度。村里人，包括不常出入小卖铺和在外打工的人，都希望在小卖铺的公共舆论中保持良好的形象，得到他人尊重。很多打工者在外拼搏的动力就是为了朝一日返乡在小卖铺玩耍的时候被人看得起，用在外地打工的辛苦换来在本地的一份体面。因而在小卖铺这个有形的公共空间中产生的无形的公共舆论对村民日常的为人处世有着强大影响。

除了型塑村民行为逻辑之外，小卖铺也影响着村庄人际关系和社会秩序。在云村，14号小卖铺是唯一一个没有开在村级公路旁的小店，该店办起来的原因是户主陶老师2015年肝癌过世后，其妻伤心欲绝，常常在家中和亡夫坟上痛哭，附近的村民怕

^① 贺雪峰：《农村的半熟人社会与公共生活的重建》，《中国乡村研究》，2010年第6期。

^② [美] 杜赞奇：《文化、权力与国家》，王福明译，江苏人民出版社2004年版，第10页。

陶妻精神失常，相约去她家玩牌以转移她的注意力，陶家渐渐热闹起来，喧嚣的气氛抚平了陶妻的丧夫之痛，她每天专心给玩牌者做饭，玩牌的乡邻还常常给她捎带一些自家吃不完的蔬果，丰盛的中餐吸引了更多的玩牌者。现在陶家每天有2—4桌玩牌者，聚集25人左右，陶妻不仅情绪恢复正常，还有了固定牌桌抽成收入，同时家里也卖一些香烟、槟榔、矿泉水等小商品，成了一个小卖铺。陶家成了村里唯一不是依托小卖铺形成的公共空间，而是依托公共空间形成的小卖铺。14号店买卖虽小，但却上演了一个乡土社会守望相助的温馨故事，它反映了国家权力撤退后的农村社会领域仍然能够自我管理，互帮互助，通过友好的人际关系构建一个道德的乡村社会。

此外云村小卖铺还作为议事机构促成了道路的修建。该村村级公路有5公里，没有铺水泥路之前，道路崎岖不平，晴天一身灰，雨天一身泥，交通非常不便，修路是当地村民最关心的大事。2006年云村村级公路开始路面硬化，2008年全部完工，村级公路修完以后，村民进一步希望水泥路通到家门口，2009年开始筹建组级公路。到目前为止，组级公路基本修建完毕，云村水泥公路网已四通八达，给村民带来极大便捷。在修路过程中，资金有三个来源：一是新农村国家统一拨款，二是县级各单位援建，三是村民自己捐款。村民捐款由村干部发起，村主任、小组长和几位积极的村民在1号店和4号店牵头商议，征求小组其他村民意见，然后在小卖铺多次宣传发动，村部因位置偏僻已经废弃不用，小卖铺就是当时捐款修路的议事场所。捐款取得了显著成效，2006年村级公路修建时，木公村4组村民自发捐款19900元；2009年木公村1组村民为修建组级公路共捐款148000元；2010年木公村5组为修建组级公路捐款51800元。三次捐款涉及村民131户，共捐款219700元。云村是一个杂姓村庄，在没有宗族力量凝聚的情况下，村民能够齐心捐款修路，让我们看到，农民并非完全一盘散沙，在村庄精英的带头下，村民还保有一定的合作能力，而小卖铺作为议事机构和宣传发动场所，带动了村民的集体行动，节约了合作成本。“乡村社会中的权力趋向于坐落较为密集的交叉点上，即权力网络中的中心结。”^⑤小卖铺，不经意间成了新时期农村权力文化网络中的一个重要结点。

三、小卖铺辐射圈：村庄治理单元与村落秩序整合

小卖铺是村落社会的公共场所，而且是乡村非常重要的公共空间，人们在此自由进出，进行聊天、下棋、跳舞、议事等公共活动。它类似于四川城市中到处可见的茶馆（茶馆是当地老百姓日常生活中非常重要的公共生活空间），相当于哈贝马斯意义上18世纪的咖啡馆，只不过前者是平民聚集的公共空间，后者是资产阶级的公共领域，但都反映了不同地域老百姓对公共生活的强烈需求。小卖铺之所以能从一个初级经济交换场所变成一个新的公共空间，是改革开放以来村民成为原子化个体后重新寻求人与人之间交往联系方式的必然结果，是我国农村现代化过程中社会生产方式和人群交往方式发生重大变迁的体现。

（一）村民生活单元与社区认同

村民在小卖铺这个公共空间内通过交往重构他们的生活世界，由此形成了小卖铺辐射圈。所谓小卖铺辐射圈是以小卖铺为中心，以周围最远的进店农户为边界，所覆盖到的地理范围。每个小卖铺坐落在村落各个交通枢纽位置，既是这一区域的经济中心，也是文化中心和公共事务议事中心，以它们为核心，就形成了一个个辐射圈，每个小卖铺都对应一个辐射圈，村落就是由一个一个的小卖铺辐射圈构成的，如图2所示。这个辐射圈不等同于自然村，它有可能小于一个自然村，也可能是几个自然村的联合。云村有13.7平方公里，有14个小卖铺辐射区，每个辐射区平均面积大概为1平方公里，平均覆盖人口228人，应该算村落社会中的一个小型社区。这些小型社区以小卖铺这个公共空间为载体，在日益“原子化”的村落中重新建构出了一个滕尼斯意义上的“礼俗社会”。在这个社区，风俗习惯相同，价值观相似，人际关系亲密，是一个由地缘、文化因素造成的意义共同体。

⁵ ① [美] 杜赞奇：《文化、权力与国家》，王福明译，江苏人民出版社2004年版，第11页。

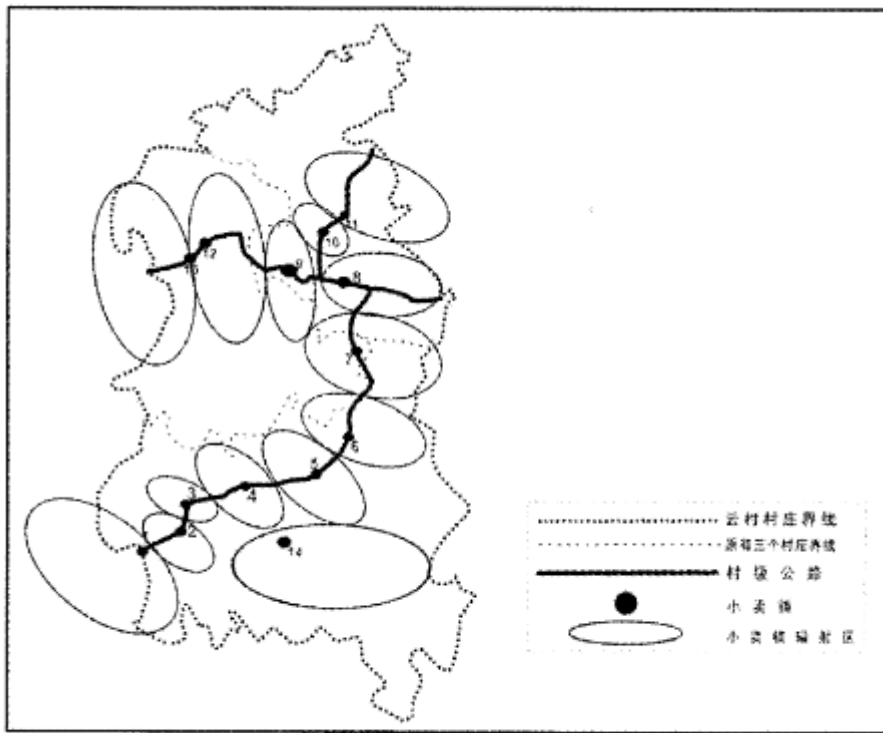


图2 云村小卖铺辐射圈与“糖葫芦模型”

小卖铺辐射圈是村民日常的生活单元，以它为基础，村民形成了社区认同。我们发现，无论村庄面积合并到多大，村庄人口增加到多少，村民的活动范围始终在小卖铺辐射圈的范围内，小卖铺辐射圈成了村民的基本生活单元。在这个圈内，人们聊天、交往、玩耍，彼此熟识，社会关联度高，形成了村落“半熟人社会”中的“熟人社会”，这个“熟人社会”构成了村落社会人们交往和生活的社区，它既是经济社区，也是文化社区。大多数村民对新形成的云村没有太多认同，他们最熟悉的区域还是家庭所属的那个小卖铺辐射圈，对此有高度的归属感。类似成都人清早一睁眼就去茶馆一样，云村人只要吃完早饭就去小卖铺，即便不玩牌、不购物也要去看看，小卖铺里熟人之间即便不说话，一个眼神、一个动作就明白彼此表达的信息，给人带来心理的安稳和平静。有些人一天去小卖铺几次，听听当天村里的新闻，聊聊熟人的近况，如此一天才会过得圆满。再大或再小的村庄只是行政区划上的改变，对村民日常生活来说都没有多少实际意义，小卖铺辐射圈才是他们心灵的归依之所。社区认同是“社区居民主观上对自己、他人和这个社会的感受，包括喜爱、依恋、归属等多种情感。”^⑥依托小卖铺这个公共空间，村民已经在小卖铺辐射圈内形成了社区认同。

（二）“糖葫芦模型”与乡村治理

云村的小卖铺和住户大都集中在交通便利的村级公路两边，村落中所有小卖铺辐射圈就串成了一个“糖葫芦串”，“糖葫芦串”以公路为竹签，以小卖铺辐射圈为一颗颗“糖葫芦”一溜串起来，覆盖了整个村落。当然这个“糖葫芦”是一个理想化的模型，事实上每颗“糖葫芦”并不一定很均匀，小卖铺辐射圈亦有大小之别，很多情况下它是不规则的（越是山区越不规则，越是平原越接近理想模型），但作为对湘北村庄聚落的形象描述，大体能让我们把握村落的空间结构。以小卖部辐射圈为基础的“糖葫芦模型”对乡村治理有重要意义。

⁶ ①袁振龙：《社会认同与社会治安》，《中国人民公安大学学报》（社会科学版），2014年第4期。

②邓大才：《村民自治有效实现的条件研究》，《政治学研究》，2014年第6期。

第一，小卖铺辐射圈构成了合适的治理单元。村民自治是我国乡村治理的一种积极探索，但近年遭遇到了发展的瓶颈，主要原因在于村庄面积太大，村民无法参与自治，自治缺乏有效的实现形式。在村庄面积越来越大的“半熟人社会”，自治要如何实现？邓大才认为，地域相近是村民自治的空间基础，“一口井、一条河、一个池塘都可能因为地理的相近而具备自治载体”；利益相关是村民自治的经济基础，“利益关系的核心是产权关系”；规模适度是村民自治的组织基础，“人口太多、地域太大，都无法有效自治”。^②小卖铺辐射圈就是一个村民居住比较集中、地形相似的空间；圈内住宅、农田都连成一片，农户往往共用同一条公路、同一条沟渠，有较深的利益关联。至于规模适度，云村的小卖铺辐射圈范围在0.5—3平方公里，平均方圆一公里左右，村民在此范围内彼此熟识，徒步40分钟可以到达圈内任一地点，范围大小适中，信息的及时收集和传达非常方便，是村民生活最熟悉的认知区域和活动区域。如今小卖铺已经成为大多数村民每天光顾的公共空间，在村民生活中，它的地位已经大大超越了以往的祠堂、庙宇、水井、村部、田间地头，小卖铺辐射圈成为了村落社会中至关重要的一个新圈层。可以说“糖葫芦模型”中的每一颗“糖葫芦”——小卖铺辐射圈，在村落就是一个个地域相近、利益相关、规模适度的社区，它既是村民的生活单元，也能作为理想的村落治理单元。

第二，小卖铺辐射圈节约了治理成本。当村庄治理遭遇不断扩大的村域范围时，治理成本将大幅提高。曼瑟尔·奥尔森在《集体行动的逻辑》中指出，小集团往往比大集团更有优势，因为每个人都希望别人付出全部成本，而且不管他自己是否分担了成本，一般总能得到提供的利益。^③即集团越大，越容易产生“搭便车”行为，因为利益共享，成本却不能共摊。大集团中的人们不愿意为集体行为付出时间和精力，这正是“海选”中村民投票率不高的原因，很多村庄“海选”时为提高村民投票积极性不得不发放纪念品当“特殊激励”。有的村庄即便村民知道是庸人治村、恶人治村，也无法通过投票将村干部选下来，因为村庄太大，村民彼此了解和协商的成本太高，无法提出更合适的候选人，即便有了合适人选也不能齐心推上去。从村庄有效治理的角度来看，村庄越大治理成本越高，治理越难。2005年禽流感爆发时，学者申端锋在湖北京山县敏锐观察到村庄合并并组后应对乏力的情况：上级要求村干部每天上午9点之前汇报有无发生死鸡的现象，而村负责人无奈地说：“这么大的村，别说死了鸡不知道，就是死了人短时间内也搞不清楚！”^④最后村干部通行的做法是每天在各个小卖铺转一转获取有无死鸡的信息，再向上级汇报，完成任务。村庄合并减少了村干部人数，看上去节约了行政成本，实际上增加了隐性治理成本。而小卖铺辐射圈将整个村落切割为数个小区后，把治理的对象从无数单个农户提升到几个辐射圈，缩小了社区规模，降低了村民“搭便车”的几率，从而降低了隐性交易成本。在实际工作中，云村的村干部就将小卖铺当做信息发放平台、民意收集器和议事中心，来处理一些日常村庄事务，在扩村后村干部减少的情况下维持了村庄的正常运转和乡村秩序的稳定。

第三，小卖铺辐射圈提高了治理成效。首先小卖铺作为村落社会的公共空间，从中产生的公共舆论对乡村秩序可以起到规范作用。小卖铺是村庄最活跃的公共场所，村民在这里玩耍闲聊，交流各种信息，并对村庄事务自由发表看法。这里每天都召开着乡土社会的“新闻发布会”，既是新闻中心，也是舆论漩涡，更是社会风气的风向标。虽然小卖铺的公共舆论没有强制约束力，但每个“生于斯、长于斯”的村民都会顾忌自己在村落生活中的“脸面”，为了自己的名声而尽力践行乡村社会的行为准则，由此小卖铺形成了道德评价的场域，在无形中塑造社会秩序。其次小卖铺辐射圈作为治理单元提升了村民公共参与的积极性。以农村公共文化服务为例，新农村建设中政府花了大量资金在村庄兴建文化设施，如图书室、篮球架、乒乓球桌、电脑等，结果很多设施处于闲置状态，电脑白白老化，书籍蒙满了灰尘。对村民而言，这些公共文化服务设施不是不需要，而是投放地点不对，这些文化设施按政策规定统一建在村部附近，而有些地区村部位置偏远，除了干部开会以外，平时根本无人问津，文化设施得不到使用，造成了巨大浪费。事实上，从我们的调查来看，凡是利用率高的文化设施都建在客流量大的小卖铺附近，小卖铺是每颗“糖葫芦”的中心，人群集中，互动频率高，有效提高了村民对公共文化的参与度。不仅是公共文化，对所有公共事务，村民都可以在小卖铺辐射圈这个熟人社区内共同参与，相互协商，有效破解乡村治理因“半熟人社会”带来的

^② ① [美] 曼瑟尔·奥尔森：《集体行动的逻辑》，陈郁等译，生活·读书·新知三联出版社2003年版，第18页。

② 申端锋：《禽流感拷问医改后乡村组织的危机应对能力》，《调研世界》，2006年第2期。

③ 徐勇、赵德健：《找回自治：对村民自治有效实现形式的探索》，《华中师范大学学报》（人文社会科学版），2014年第4期。

农民原子化难题。

在后税费时代，乡村有诸如土地确权转让、沟渠疏浚、低保评定、道路修整等大量公共事务需要村民积极参与和沟通协商，但都面临着“形式化、疲劳化、简单化、冷漠化”的困境，村民自治仍然摆脱不了行政化、命令化的治理方式，村民代表大会虚置，自治“空转”难以落地。要化解这一困难，需要探索村民自治的有效形式，建构多层次多类型的村民自治实现形式体系，开拓出村民自治新的空间。^⑨ 笔者认为，现在村庄普遍由小卖铺辐射圈分割成了多个富有生气的熟人社区，除了自然村、小组、冲湾院坝以外，小卖铺辐射圈构成的“糖葫芦”社区将是一个更有效的自治单元，它不仅仅是一个村民娱乐的文化共同体，更是国家权力沟通乡土社会的新渠道，是新时期权力文化网络的新结点。因此，以小卖铺辐射圈为基础进行村庄治理，整合乡村秩序，将是一条可行的进路。