

论电子商务对中国书院文化复兴的影响

梁 兵

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月11日; 录用日期: 2024年3月29日; 发布日期: 2024年5月22日

摘 要

在数字经济时代, 中国传统书院的运营方式、运营主体均有所变化, 这对传统书院文化复兴产生了相应影响。比如, 由于缺乏在场性, 传统礼仪文化难以在网络书院中立足, 使得其对学员的为学品格、治学精神的文化熏陶效力较低; 再比如, 由于商业属性增强, 网络书院表现出了传统书院不曾有过的商业文化现象, 如开展团购、“早鸟价”等促销活动。我们在借助电子商务平台推动中国书院文化复兴时, 要注意到电子商务对书院文化复兴带来的潜在消极影响。为此, 入驻电子商务平台的书院建设者应始终以自我教育为首要任务, 处理好网络书院自身的两个矛盾: 一是书院的社会公益性与电子商务的商业性之间的矛盾, 二是优质师资不足与人们对优质书院文化产品的期待和需求之间的矛盾。

关键词

电子商务, 中国文化书院, 教育方式变革, 自我教育

On the Impact of E-Commerce on the Revival of Chinese Academy Culture

Bing Liang

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 11th, 2024; accepted: Mar. 29th, 2024; published: May 22nd, 2024

Abstract

In the era of digital economy, the mode of operation and the main body of operation of traditional Chinese academies have changed, which has led to important changes in the culture of traditional academies. For example, due to the lack of presence, it is difficult for traditional liturgical culture to gain a foothold in online academies, making its cultural inculcation of learners' character and spirit less effective; and then again, due to the increased commercial attributes of modern online

academies, they have shown commercial cultural characteristics that traditional academies have never had, such as group purchasing, “early bird price” and other promotional activities. So, while using e-commerce platforms to promote the revitalization of Chinese academy culture, we should also be aware of the potential negative impact of e-commerce on the revitalization of academy culture. For this reason, the builders of academies on e-commerce platforms should always take self-education as their first task, and deal with the two contradictions of online academies: the contradiction between the social public welfare of academies and the commercialization of e-commerce, and the contradiction between the lack of high-quality teachers and the people’s expectation and demand for high-quality academy cultural products.

Keywords

E-Commerce, Chinese Academy Culture, Change in Educational Approach, Self-Education

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

数字经济的发展不仅改造、重构着传统经济体系的运行模式，而且为文化教育的运营范式变革提供了更多可能性。电子商务利用现代信息技术，为社会企业和个人的交易活动提供了一个便利、快速、高效的平台，使得传统商务活动(如采购、销售、支付等诸环节)得以在网络上开展。在数字经济时代，我们的教育体系的运行模式也在悄然发生变化。中国传统书院作为一种重要的文化教育模式，在其复兴过程中将不可避免地电子商务相融合。这为电子商务的发展注入了活力，也为中国书院文化的复兴带来新的契机。为了让电子商务与书院教育之间得以合理相融发展，我们还需探讨诸多问题！否则，书院文化的先进性有被消解的风险，从而出现消费化、娱乐化、体验化等不良倾向。本文结合中国书院文化、电子商务的发展历史与特点，讨论电子商务对中国书院文化复兴带来的运营方式、文化属性的影响及其内在矛盾。

2. 中国书院文化的兴衰

中国文化书院是具有悠久历史的独特办学模式。在周代，虽有官学，但也逐渐有了像孔子这样的老师在民间讲学作为教育的补充。孔子讲学时，或在庙堂或在乡野，虽没有固定的讲学时间、场所，但有相对稳定的老师、学生和典籍和教育目标——培养成人、君子，故也算得上简单朴素的文化书院。

以实体建筑为依托的，具有讲学、藏书、祭祀等功能的中国文化书院始于唐宋，兴盛于明清^[1]。这个时期的书院通常具有丰富多样的功能，其核心目的也是为了培养君子、贤人。它们具有德智并重、兼容并包、经世致用的特点，弥补了科举制度的不足与偏弊。在此时期，对中国历史文化发展产生了深远影响的著名书院有岳麓书院、东林书院、白鹿洞书院等。

在清末，随着西方军事、文化全面侵入，中国传统书院被迫改制，相继被关停或转为西式学堂。此时，中国书院文化面临凋敝局面。20世纪80年代之后，人们逐渐意识到西式教育模式、应试教育的弊端，开始重新审视中国书院文化的独特价值，并重新修复利用诸荒废的书院。

进入21世纪后，人们对中华文化的自信感、复兴责任感渐浓，对工业化背景下的西方教育、应试教育的反思日深。逐渐地，规模有别、虚实各异的文化书院在全国各地兴起，继而网络书院开始入驻电子

商务平台。这些书院或为民间力量所建，或为高校所引入。如今，书院文化的发展依旧呈现蓬勃兴盛之势。

3. 电子商务对书院运营、文化属性的影响

从1990年代初期开始，中国电子商务经历了从起步到快速发展的过程。1990~1993年，是中国电子商务的起步期。随后，整个行业通过1993~1997年的努力，为电子商务的发展打下了坚实基础。到了1998~2000年，电子商务进入了快速发展阶段。在2000~2009年间，电子商务已成为了重要的经济活动之一。电子商务改变了市场结构、商务活动的方式，促进了新产品、新市场的出现。它不仅促进了经济增长，还深远影响了社会文化发展。

依托数字技术的发展，一些文化书院开始借助电子商务平台发展自身，以使其文化教育更加符合现代人的审美和文化学习体验需求。电子商务时代的到来，为中国书院的运营模式的变革注入了动力，同时悄然改变了其文化属性。文化书院运营模式变革主要体现在以下两个方面。

首先，其运营模式变革体现在书院运营载体的变化。在互联网时代之前，书院一般有实体场所作为依托，设立有山长等相应经营者。学习者需要到书院现场接受教育，接受书院内学规、礼矩的教育管理。此时的书院文化整体较为严肃正规，这体现在传统书院内部通常长幼分明、尊师重道之风较浓。虽然他们也追求自由活泼的为学品格，但总体上秉持着严谨端正的治学精神。而在电子商务时代，基于互联网设立的虚拟网络书院并无线下实体，其运营方式显得更加多元、开放。线上书院运营者通过微信视频号、微信订阅号、抖音号、微信小程序、APP等平台宣传推广、出售相应的文化产品。人们不再需要像过去那样跋山涉水千里寻师，即可获得所倾慕的老师的教导。这种便捷性使网络书院受到学习者们的追捧。我们注意到，由于缺乏现场活动，线上书院教育不仅缺乏参与者身心在场所带来的教学效果，还使得书院文化呈现出新的面相。比如，由于线上学员往往不知道彼此的年龄、身份，故很少明确区分出男女、长幼、尊卑。这虽有利于形成更加自由活泼的书院文化，但极大地弱化了学规、礼矩的文化教育效力，这意味着传统实体书院倡导的礼学文化将难以得到施展。总体而言，传统礼仪文化已基本退出了网络书院的视野，这可能使得网络书院对学员的为学品格、治学精神的文化熏陶效力较低。

其次，其运营模式变革体现在书院运营主体的变化。从主导力量来看，历史上的中国传统书院可分为两类：一是以民间力量为主导的，二是官方力量主导的。由于社会商业资本介入程度有限，故而传统书院的社会公益性较强。虽然这些书院会以“束脩”等形式收取学费，但所收取费用一般不高。这是因为它们保持着较强的社会公益性，更注重发挥自身承担的社会文化功能，运营经费来源的商业化程度低。而在电子商务时代，各类社会商业资本广泛参与网络书院的建立与运营，这使得书院的商业属性增强。如今，人们对于“知识付费”这样的概念并不陌生，一些商业资本借势开办网络书院。这使得书院文化的社会公益性降低，商业属性增强。由于如此，网络书院往往表现出传统院所没有的商业文化现象。比如，一些现代网络书院为了吸引更多用户的目光，开展起老学员打折、“早鸟价”、团购价、限时打折等促销活动。相比较而言，传统书院通常倡导素朴文化，遵从“束脩”礼义，一般是靠口碑、声名远扬来吸引学员，并未衍生出商业性浓郁的广告文化。

4. 电子商务对中国书院文化复兴的推动作用

电子商务对中国书院文化复兴的推动作用体现在以下几个方面。

第一，电子商务使得书院教育的普及性、灵活性增强。在诸电商平台上，书院运营主体、用户的数量持续增长，表明了电子商务在推动书院文化复兴方面的潜力。网络书院的快速发展，一方面基于时代刚需，一方面基于它本身的普及性广、灵活性强。通过网络付费途径接受人文教育，从而维护更加健康

文明的精神世界，已逐渐成为人们的日常生活内容。可以说，网络书院提供的精神文化滋养可能成为当今在职者的刚需。这是因为，历经十余年、二十余年的应试教育、工具理性主义教育的压抑，许多学习者已经自觉到自身所受人文教育不足的问题。鉴于专业教育、应试教育的缺陷，通识教育、博雅教育、全人教育等教育理念逐渐进入公众视野。而作为对专业教育、应试教育的有益补充，传统文化书院通常集生活、文化教育于一体，本身就符合通识教育、博雅教育、全人教育的理念。但传统书院比较依赖特定的时空条件，故普及性、灵活性较低。因此，特别是对于已步入职场的青年人来说，到实体书院接受文化再造的成本往往过高。而他们对于持续性接受书院文化教育的需求较大。我们知道，在网络书院中，学员可以通过实时直播完成学习，也可以通过视频回放完成学习，或碎片化地完成学习。通过网络平台，学员的生活空间可随时变化为教育空间，从而实现“放羊式”的学习。即使是忙碌的公司职员，也可通过电商平台参与网络书院的学习，接受日常性文化熏陶，从而培养良好心性，而不至于成为麻木的打工机器。而这都得益于网络书院较强的灵活性。网络书院的灵活性还有很多体现。比如在以往的学制教育中，学习者大多被动接受教学内容和授课教师。而通过电子商务平台，学员用户可以根据自己的偏好选择教学内容和授课教师。如此一来，学员本身的学习热情就能得到提高。在现实中，很多学员之所以选择某个课程，与其对教授者的信任和青睐有关。因为网络书院的灵活性较强，更能适应当今快节奏的社会，故而具有了较好的普及性。

第二，电子商务使得学员接受书院教育的成本降低。通过电子商务平台开展书院教育不仅能节约学员的时间成本，还能节约其经济成本。在以前，到传统书院学习的学员需要脱产，并支付差旅费、学费。这对普通家庭来说是较重的经济负担。如今，通过电子商务平台，学员没有差旅费的负担，也不需脱产学习，故其经济压力小。另外，网络书院所需的场地运营费、宣传推广费较低，加上本身通常具有社会公益性，故而收费不高。因此，学员参加网络书院教育的经济负担小，一般人都能承担得起。

第三，电子商务促进了书院文化的多样化发展。数字化赋能文化行业多样化发展，书院文化作为文化行业的一部分，自然也迎来了多样化发展前景。通过数字化手段，书院可进行资源整合，从而可以发展更多样的文化。比如，网络书院运营者可邀请书院外的教师入驻平台，进行短期或长期授课。因此，有的网络书院不仅在平台上开办起经典读书班，还开办了书法、绘画、中医等学习班。这将促进书院内部文化的多样性发展，同时使得学员的选择更加多元。另外，网络书院的课程通常不像体制内的课程那样受到教学目标、学制、课时的限制，故其课程结构、教学安排相对灵活。授课教师完全可以根据课程特征、学生需求确定课程进度，这也更有利于发展出更加活泼多样的书院文化。

第四，电子商务平台上的网络书院可弥补当前优质文化讲师的数量不足这个局面。新文化运动以来，我们推行西式教育、文化，并矮化、丑化本有的教育和文化。这导致如春笋般涌现的线下实体书院往往面临缺乏优质师资不足的困境。鉴于此，积极建设网络书院可能是行之有效的弥补方法。网络书院的教学不受时间、空间的限制，一个老师可以影响成千上万的学生，覆盖面广，可以部分减缓优质讲师不足的问题。

第五，以电子商务平台为依托，网络书院可构造庞大的、社群化的学习共同体。网络书院不仅设有授课平台，通常还设有微信群、QQ群等交流社区，以方便学员与教师的日常互动交流。通过长期的互动交流，学员与教师之间往往形成强烈的群体认同感，产生情感纽带。因此，基于共同的学习志趣和学习互动，学员与学员、学员与书院教师之间可建立起稳定的社交关系。书院社群化，一方面能够让学员获得社交情感、共修共进的动力，一方面有利于书院的长期稳定发展，最终成为良性的学习成长共同体。社群化的书院不仅可赋予网络书院新的属性，还能带来意想不到的便利，比如书院可通过众筹方式开设新的课程。

第六，网络书院的发展契合国家文化数字化战略的推进过程，有助于书院文化跨越国界而被世界人

民所了解和欣赏。中国政府推进实施国家文化数字化战略，旨在以数字化赋能文化发展，推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。这一战略的实施，为书院文化的变革提供了政策支持和指导方向。随着互联网技术的发展，传统书院与网络相结合，已形成了虚拟书院和实体书院共存的局面。通过数字技术的应用以及恰当的翻译策略和对目标语言及文化语境成分的理解，书院文化能够跨越国界，被更多国家和地区的人民所了解和欣赏，从而有助于提升中国书院文化在世界教育史中的影响力。

5. 电子商务对中国书院文化复兴的消极影响

虽然电子商务对书院文化复兴有诸多推动作用，但我们也应看到以电子商务为依托的网络书院的局限性，关注电子商务对中国书院文化发展的潜在消极影响。我们认为，这些消极影响主要体现在以下几个方面。

第一，电子商务中平台中的网络书院教学缺乏在场性。虽然现在书院文化呈蓬勃发展之势，但有人已经察觉到其发展隐患。有人认为，古代书院精神并没有被我们很好地传承与弘扬，其文化内蕴未能突显，精神品格亦乏树立，其教育效能未能最大限度发挥与实现[2]。传统书院教育的核心目的在于培养“成人”君子。何为“成人”？子路曾问孔子他心目中的“成人”是什么。孔子回答说：“若臧武仲之知，公绰之不欲，卞庄子之勇，冉求之艺，文之以礼乐，亦可以为成人矣[3]。”相较于古代书院，如今借助电子商务平台开办的网络书院往往具有了更强的商业属性，这些商业化的网络书院能否保持为社会培养“成人”君子的原初使命可能成为一个重要问题。为社会培养“成人”君子的核心举措在于激发其各自的文化自觉，而激发文化自觉紧密相关于教育者与被教育者之间身心的现时在场——即人与人之间的关联。在网络书院中，学员和教师之间可能相隔千里，他们做到身心共同在场的难度较大，言传身教的效果难以突显。而传统线下书院的优势在于：书院师生现时切磋，讲学问难，老师言传身教。在和老师零距离接触过程中，学生受到潜移默化的影响，体会、领悟到了那些只可意会不能言传的真谛[4]。因此，传统线下实体书院在场性充足，可能更容易培养出“成人”君子。

第二，电子商务中平台中的网络书院教育容易走向知识化、体验化。书院教育的根本在于培养拥有健康身心的君子，这个培养过程需在日常生活中潜移默化完成。因此，尽管我们可以在电子商务中平台中讲授关于健康生活的知识和方法，但这与实际的身心健康培养尚且有距离。如果没有能给现实生活带来足够的影响，那么线上网络书院可能只是起到传播一些生活知识的效果，并没有为学员修养健康身心带来多大的助益。虽然传播知识也是书院教育的应有作用，但书院教育之所以能弥补应试教育的缺陷，在于它承担起文化滋养、健康生活习惯的养成等功能。在互联网时代，海量信息无孔不入地进入我们的生活，我们并不缺乏生活知识。如果网络书院只是在传播知识，那么意味着它可能仅仅是体验化的，而非深刻的。

第三，电子商务使得网络书院容易走向庸俗化。人们建立网络书院的初衷大多都是好的。但有些网络书院为了招揽学生，过度浓墨宣传，不顾及实际讲学条件和学术性，使得越来越多的商业元素开始进入书院文化，导致网络书院有陷入庸俗化的危险。甚至，有的网络书院运营者假文化教育之名，行功利目的之实，明知缺乏必要的办学条件和优良的师资，却依旧高举旗号迎合消费者。这些网络书院较容易背离书院文化教育的初衷。当然，网络书院走向庸俗化的根本原因在于优质师资不足。而矛盾之处在于，借助电子商务平台开办网络书院恰好可以有效应对实体书院优质师资不足的现状。

6. 结语

通过分析电子商务对中国书院文化复兴的影响，我们看到当前网络书院文化发展呈现出两个矛盾之处。第一个矛盾是书院的社会公益性要求与电子商务的商业性要求之间的矛盾。为了解决这个矛盾，杜

王伟提出：“书院是一种非盈利机构，但日常运行又必须有一定的经费支撑，所以需要那些有抱负、有能力的企业为书院提供必要的经费和场地支持。除了吸收企业赞助外，书院还可以发展公益微店模式[5]。”可见，为了解决这个矛盾，志同道合还可以做很多实事，以促进网络书院的良性发展。第二个矛盾是优质师资不足与人们对优质书院文化产品的期待和需求之间的矛盾。优质师资不足会导致网络书院文化的发展出现消费化、娱乐化、体验化等等不良倾向。为了应对这样的局面，网络书院的运营者应持续以自我教育为目标。对此，柯小刚曾说：“在目前的传统文化教育和文明复兴事业中，大学的专家学者跟中小学教师一样，主要是受教育对象，而不是可信的传统文化教育提供者[6]。”

参考文献

- [1] 邓洪波. 书院：古代中国读书人的精神家园[J]. 中国民族, 2023(7): 28-33.
- [2] 孙克诚. 高校书院的建立及对传统书院精神的传承创新[J]. 边疆经济与文化, 2024(1): 108-114.
- [3] 孙钦善. 论语新注[M]. 北京: 中华书局, 2018: 316.
- [4] 田建荣. 书院化的国学教育：问题与改革路径[J]. 大学教育科学, 2014(5): 93-96.
- [5] 杜华伟. 书院的复兴与现代转化——以同济复兴古典书院为例[J]. 大学教育科学, 2017(3): 81-86+124.
- [6] 柯小刚. 现代社会中的古典教育[J]. 文化纵横, 2014(6): 62-67.