



# 农村声望地位的阶层确认研究

——基于“结构—互动”视角的解读

班涛

(武汉大学社会学系,湖北武汉430072)

**摘要:**基于东部农村的实地调查发现,阶层分化背景下富人阶层凭借经济地位实现了对声望地位的确认,亦即声望地位与经济地位之间存在选择性亲和。声望地位阶层确认的实践机制为富人借助于经济资源以私促公以及以私助私,具体而言公的层面包括富人阶层为其他阶层提供生存型与发展型公共品,私的层面包括富人对其他阶层的日常性的礼物赠予与扶危济困,由此形成了其他阶层对富人资源的依赖。人际交往的互惠原则,即施报平衡,在富人阶层无需其他阶层以有形资源回馈背景下推动了其他阶层让渡对富人阶层的服从与尊敬,以此富人阶层获得较高声望。上层富人对声望地位的阶层确认实践离不开社会结构支撑,高度熟悉与信息对称的熟人社会为富人阶层获得声望地位提供空间基础,地方性规范的软约束保障了富人阶层对其他阶层自愿让渡尊敬与信任,以及村庄的归属与价值共同体意涵构成了富人追求声望地位的动力。上层富人对声望地位的阶层确认实践重塑着社会结构,体现在村民间熟悉与信任度下降以及村落共同体意涵弱化,熟人社会走向半熟人化。

**关键词:**声望地位;阶层确认;熟人社会;半熟人化;“结构—互动”

**中图分类号:**C912.82 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2018)05-0070-09

## 一、问题提出与研究进路

开宗明义,声望地位的意涵为众所仰望的名声,与威望、权威及德高望重等内涵大致等同。自从马克思·韦伯以“财富、权力、声望”三位一体标准对阶层内涵进行了经典定义且对经济分层与社会声望分层予以区分比较之后,声望地位在群体间的分布差异构成了社会分层研究领域的一个重要议题。依据分析媒介与研究方法的标准可将声望分层研究区分为实体主义与关系主义两种范式。实体主义偏重于从职业入手对声望地位进行测量统计,以及探寻影响声望分层的结构性因素。这一研究范式中很有影响力的测量工具是美国社会学家奥蒂斯·达德利·邓肯设计的“SEI”模型,原理为根据每一个职业的收入和教育水平估算出所有职业的声望得分<sup>[1]</sup>。国内研究者普遍运用这一模型在对职业细分基础上对不同职业的声望地位予以测量比较,并进一步解释职业声望地位差异的形成原因。蔡禾、赵钊卿将广州居民职业类型划分为100种,发现职业声望的社会评价具有明显的类别差距,白领职业的声望地位普遍高于蓝领职业,这表明经济因素与权力对职业声望影响加强<sup>[2]</sup>。李强对北京地区居民职业声望的调查得出了与蔡禾不同的结论,即职业声望评价的冲突性明显,声望地位、金钱地位和权力地位相抗衡,三者的合力决定着人们真实的社会地位<sup>[3]</sup>。李春玲综合运用职业声望和社会经济地位指数对

投稿日期:2017-08-18

基金项目:国家社会科学基金青年项目“乡村振兴背景下农村‘三治’协同机制研究”(18CZZ037)

作者简介:班涛,男,武汉大学社会学系博士生。E-mail:bantao19880512@163.com

全国12个省市进行社会声望测量,研究发现在当前中国社会,决定人们声望地位的主要因素是教育、收入、权力、就业单位性质,以及是否从事受歧视职业<sup>[4]</sup>。

声望分层的实体论研究范式对不同职业声望地位的客观描述构成了我们认识与分析声望分层问题的基础,然而这一研究范式存在以下不足:首先,研究视域集中在规则化的城市社区,对农村声望分层关注较少,原因在于量化模型面临着在农村场域的适用困境;其次,实体论视角虽描绘出不同群体声望地位的具体样态,但对于声望地位分层的生成机制以及阐释声望分层问题的根本目的在于了解阶层间关系互动形态与对社会结构的影响,这些问题实体论研究范式未能很好地予以解答。为了弥补实体论研究范式的不足,关系主义视角由此产生,仇立平对当前中国阶层研究进行了总体评价,指出实体论的分层研究缺少对不平等社会结构、社会内部分化与紧张关系的揭示,而马克思的阶级理论主张阶层研究取向从实体论转向关系论<sup>[5]</sup>。关系主义的声望分层研究的基本观点是在阶层间资源交换的接受与回馈过程中形成不同阶层声望地位的等级序列,这一研究范式以人类学与社会交换理论为代表。马林诺夫斯基的库拉圈理论认为原始土著人通过单纯的赠予而获得别人认同,亦即以库拉交换为媒介进行财富炫耀实现社会声望的获得<sup>[6]</sup>。彼得·布劳结合经济理性人假设与社会心理学理论解释了从个体间吸引到竞争再到声望分化形成<sup>[7]</sup>。不同于交换论从个体(群体)资源间的竞争与转化角度探讨声望分层,杜鹏指出传统乡土社会,声望分层是随着村民间日常生活互动中展开的自然而然的分化过程,建立在主动的社会性人情让渡基础上,声望分层结构具有较强的流动性<sup>[8]</sup>。本文对农村声望分层的生成过程借鉴关系主义研究,试图突破既有研究总体上偏重于微观互动与个体能动性而忽略结构作用的局限,提出“结构—互动”新视角希冀推进对这一问题的理解。

结构与行动关系构成了社会学的基本议题,对这一问题的不同回答形成了解释学派与功能主义等不同理论派别,不少研究者试图超越二者对立以实现对二者综合,具有代表性的是布迪厄与吉登斯的理论学说。布迪厄提出“场域与惯习”概念以弥合结构与行动间的张力,场域是“位置间客观关系的一网络或一个形构,这些位置是经过客观限定的”,场域为个人、组织等行动者之间因面子、荣誉、资本和声望等资源而展开竞争的动态场所,而行动者又是在惯习的作用下争夺资本<sup>[9]</sup>。在吉登斯看来,对社会现象的分析应当回到实践活动本身,用结构二重性去理解个人和社会之间的互动关系,一方面,社会结构本身既是由人类的行动建构起来的,因此它应当受制于人的活动,另一方面,经过人的实践活动建构起来的结构又是行动得以建立起来的桥梁和中介<sup>[10]</sup>。本土学者以郑杭生为代表提出了“社会互构论”,试图将个人与社会之间关系理解为一种“互构共变”的关系,将现代社会的各种现象理解和诠释为个人与社会之间“互构共变”过程的效应或结果<sup>[11]</sup>。受到上述理论的启发,本文将农村声望分层的生成过程置于“结构—互动”二元综合框架中进行解读,这一框架包括行动嵌入结构并受其影响与行动对结构的重塑两个层面。笔者借鉴吉登斯对结构的界定,“其是作为社会系统的特性组织起来的规则与资源”,结构在本文的特定意涵为熟人社会,将其操作为信息对称、乡土信任机制与价值共同体三个层面。互动的意涵为推动声望地位实现阶层确认的阶层间互动交往过程。文章的具体研究脉络是在对声望地位的阶层确认实践进行描述的基础上,阐释社会结构对其如何产生影响,以及阶层间互动实践对社会结构的再造——村庄社会的半熟人化。

## 二、农村声望分层的基本样态与生成过程

### (一)农村声望分层的基本样态

本文的田野资料来自笔者及其所在团队于2017年4月6日至27日在浙北D<sup>①</sup>村的实证调

① 依据学术惯例,本文的地名与人名皆为化名。以下皆同。

查。D村现有2923户,年产值500万元以上的企业有50余家,个体经营户890家。2009年D村的工业总产值为363566万元,农业总产值仅为426万元。D村隶属的S镇,为全国著名的铜加工乡镇,现已围绕铜加工形成了完整的产业链,产业集群效应凸显。本文依据经济收入与职业相结合的阶层划分标准,将D村分为四个阶层,即上层富人老板、中上层小作坊主与管理者、一般务工群体及下层贫弱群体。在各阶层共同居住生活与互动交往的村落社区,声望地位作为稀缺的象征资本自然引起各阶层对此的争夺,尤其是对已经获得经济地位的上层富人而言,他们有着更强的追逐欲望。笔者以对村庄事务的贡献程度和村民对其服务需求的依赖程度两个标准衡量村民的社会声望地位并对各阶层所属声望地位等级予以划分,综合对村民相互间社会评价的整体判断发现少数公认的德高望重的村民,即声望地位高的村民具有共同特征。在一般村民的认知中,有经济实力才能有社会声望,经济条件是获得社会声望地位的前提基础,下面列举几例D村中大家公认的有声望的村民:

姚友谊,57岁,是一家知名民营企业的法人代表。公司以中央空调、制冷配件与民用阀门等产业为主,年产值过百亿,一直位于中国民营企业500强。

冯天来,52岁,是以经营有色金属、能源环境与房地产为主要产业的民营企业董事长。公司排名位于中国民营企业前十位,年产值过百亿。

吴有福,55岁,是主要经营汽车配件的公司老总。公司年产值过亿元,业务对象主要为欧美等大型汽车公司。

陈福星,47岁,是以制造注塑机为主要产业的企业老板。公司年产值达到四五千万元。虽然产值不高,但自主研发技术的利润率较高,年利润近千万。

上述村庄中几个有声望的村民具有的共同特质为富人老板,证实经济精英成功获得声望地位。本文试图回应的主要问题是经济地位如何转化为社会声望地位,二者何以完成匹配并阐释其具体的实现过程。笔者在实证调研中发现阶层间经济地位与声望地位的亲和关系在东部沿海发达地区村庄并不为一个特例,在D村得出的研究结论与笔者2015年7月在浙北诸暨H村、2016年10月在浙江宁海Y村的经验相一致,本文以某一村庄的个案经验为分析对象展开对这一普遍性问题的阐释。

表1 D村声望地位分层的基本情况

阶层	比例	家庭年收入	职业	生活面向	声望地位
上层	10%	>50万元	中等规模及以上企业主	村庄内部	高
中上层	20%	15万~50万元	家庭作坊主、个体工商户、大企业管理人员等	村庄内部	在血缘关系与一定地缘关系范围内地位较高
一般	60%	5万~15万元	一般务工者	村庄内部	低
下层	10%	<5万元	务农与临时务工的老弱病残者	村庄内部	低,例外情况为一些退休老干部、老党员

## (二) 声望地位的阶层确认过程

在村庄社会中,声望地位来自彼此的交互评价,评价的依据来自社会交往中个体形象自我呈现。一些富人获得了慷慨大方、乐于助人、为人和善的社会评价,他们对声望的积攒依靠每一村民的评价,再通过舆论转化成公共形象。社会声望地位的形成取决于其他人的赋予与让渡,之所以其他村民在社会交往过程中愿意让渡,对一部分人表示尊敬与认可,原因即在于这部分人掌握着其他村民所高度依赖的资源与服务。

具体而言,富人通过以私促公与以私助私两个层面去追逐较高的声望地位。以私促公的意涵为富人运用私人经济资源为村民提供公共品,包括生存型与发展型公共品两种类型。生存型公共品主要是涉及村民日常生产生活的基础设施,如自来水、桥梁道路等,村民对这一类公共品

需求弹性最低,其成为村民的“硬需求”。在税费取消之前生存型公共品供给主体为政府,包括村级组织,农业税费“三提五统”中的一项提留即为基础设施建设费用,此外村干部为了保证税费的顺利收取也会积极考虑村民的公共品需求。税费取消之后,村庄公共品以自上而下的项目方式供给,村干部积极性降低,村民的公共品需求无法得到及时与充分回应。后税费时代政府在公共品供给中的退却与弱化由少数富人予以填补,从而方便村民的生产生活。比如,德高望重的姚友谊为村里修建自来水池并接通到每一村民家里,共花费150万。另外还花费160万兴建了一座大桥,兴办了一所小学,凡是村里孩子读书所有费用全免等。基本公共品除了生存型之外,还包括满足村民基本生存需求之上的发展型公共品,主要为愉悦村民身心的文化娱乐活动。随着村民收入提高以及村民闲暇时间增多,村民对发展型公共品需求日益增长。对于发展型公共品的供给,政府仅只提供基本的活动场所,如兴建老年人活动室和篮球场、购买体育器材等,而对于开展活动、添置或更新设备器材等所需花费往往由富人老板予以支付。D村每年举办篮球赛与文娱晚会,以及村民跳广场舞所需的音响设施等费用,姚友谊都会积极出资,每年不低于30万元。

富人通过为村民提供与他们生产生活紧密相关的普惠性的公共品,造成了村民对他们所提供服务的紧密依赖,以此显示出富人对村庄社会的贡献。除此之外,富人还积极运用私人经济资源为有差异化需求的个体与群体提供服务,包括日常性的礼物赠予与事件性的扶危济困。富人阶层对其他阶层的礼物赠予主要体现在特定的节假日带有仪式性地向贫弱群体发放一些慰问金与生活用品。姚友谊每年重阳节都向村里每位70岁以上的老人发放300元现金,80岁以上的老人500元,90岁以上老人1000元,过年则向全村每个家庭发放1000元现金以及两桶食用油。冯天来每年过年向每个家庭发放1000元现金、20斤猪肉与一袋米。吴有福经常将家里的瓜果无偿赠送给周边邻居,以及为村里老人免费定做冬衣等。礼物交换实践与声望获得的紧密关联已被人类学实证研究证实,如西北美洲的夸富宴,贵族作为送礼一方倾其所有参与财富之战,几乎达到使受礼一方无力还礼的程度,通过不对称的礼物交换,使送礼者产生权力和声望<sup>[12]</sup>。阎云翔通过对下榭村礼物交换实践的田野调查,得出了与西方学者不同的看法,在中国社会中,权力和声望等不是流向送礼者,而是流向收礼者的,礼收得越多,表明其社会地位越高以及人际关系网络越发达,即象征“人缘好”<sup>[13]</sup>。村庄场域中富人阶层对声望地位的确认过程表明社会声望流向送礼方,但这种礼物赠予需要借助一定策略。倘若富人运用公开的炫耀性展示手段不仅无法赢得声望反而受到一致的负面评价,因此富人阶层在赠予礼物时会考虑其他阶层的具体需求以及选取合适的时机与场合以照顾其他阶层的心理感受。富人阶层对村民的私人事务的扶助除了日常性礼物赠予之外,还包括在村民遇到困难时施予援手。村社中的一般家庭总会遇到超出个体家庭能力范围之外事务,传统村庄主要以血缘地缘关系网络中的互助合作应对自然与社会风险。改革开放后市场经济不断向村庄渗入,先赋性的互助关系网络—亲缘关系一定程度弱化,外生的市场也难以与动态不规则的村民需求有效对接,客观上为富人的进入提供了条件。对于患癌症、尿毒症等重症的村民,陈福星在了解情况后都会派员工送上两三万元以及帮忙联系医院。吴有福在村民遇到突发疾病时,主动将其送到医院救治,并帮忙垫付医药费。

彼得·布劳指出,“权力与声望的不平衡来源于单方面的交换”<sup>[7]</sup>。富人阶层单向度地为其他阶层提供普惠性的公共服务与差异化的私人服务,造成其他阶层对富人阶层提供的服务形成了单方面依赖。单向依赖与供给关系出现的原因在于富人并不需要其他人以对等的物质资源作为回馈,且其他村民尤其是一般打工阶层也缺乏回馈相对等资源的经济能力。为了保障富人能持续性地提供服务,其他阶层需要回馈富人阶层所需的其他形式的资源。这使让渡对富人的认可与尊敬成为其他阶层的自然选择,作为施予者的富人与作为接受者的其他村民由此形成均

衡的互惠关系。莫斯发现,古式社会中人们之间存在着礼物的流动现象,回礼、送礼、收礼构成一个强制性、义务性的礼物圈,人们重视礼物,崇尚礼物,形成一个“礼尚往来”的社会,礼物交换最主要的规则是互惠<sup>[12]</sup>。接受一回馈的平衡互惠构成了富人阶层与其他阶层不同性质的资源交换实践的基本原则,尤其是在有着社区舆论的村庄中互惠原则成为地方性共识,在长期的教化过程中个体习得这一惯习并加以内化。其他阶层因为长期从富人阶层获得无偿服务,平衡互惠的社会交往原则构成了他们对富人予以回馈的义务。对富人阶层而言构成很大吸引力的是表达认可与尊敬的声望资源,二者展开了不同类型的资源交换。依靠其他阶层的不断让渡,声望资源不断流向富人阶层,富人实现了声望地位的阶层确认。

个体所能为其他村民提供的服务事项覆盖范围及其他村民对这些服务需求的紧迫程度决定了其他村民让渡出认可与尊敬的意愿及其程度。以家庭作坊主为代表的中上阶层因为自身资源的有限,难以在村庄范围内为所有村民提供服务,更多是在亲缘及一定地缘关系网络内为自己人提供支持,由此获得自己人的较高评价,这一阶层所提供的服务覆盖人群的有限性使得他们无法获得公共声望。至于占据村庄人口大多数的一般打工阶层,他们受制于发展家庭生产的现实需求,既无时间精力又无经济能力为其他村民提供服务,因此在社会互动中更多扮演接受服务与让渡尊敬的单一角色。最后作为村庄少数的下层,他们收入最低,一部分村民主要依靠国家的救济维持生存,村里的五保、低保及贫困户主要出自这一阶层,他们更谈不上获得声望。贫弱阶层成为富人阶层的主要关照对象,他们对富人的服务依赖程度最高,更愿意让渡出对富人的尊敬,他们在社区舆论中通过积极宣传帮助富人阶层营造良好形象。低收入阶层中声望地位有所例外的是一部分退休的老干部与老党员,他们凭借为人处世公道,有公心,在村庄纠纷调解中发挥一定作用而受到大部分村民的认可。

### 三、熟人社会:声望地位的阶层确认依托的结构载体

上文表明社会声望地位的阶层差异在阶层间长时段的互动交往过程中形成,然而互动并不是脱离于具体的场域而抽象的形塑,相反互动嵌入于具体场域中并受其作用。社会声望地位的阶层差异之所以具有如此形态与场域结构紧密相关,同时社会结构作为独特的社会事实本身具有特定的意涵,并不仅仅为一外在结构。如何保障底层履行让渡对富人的尊敬的义务以及富人获得声望的深层动力问题都可以在社会结构中得到回答。一方面,村庄社会结构的信息对称与高社会关联度保证了阶层间互动交往的顺利进行;另一方面,社区舆论的软约束、向内的生活面向与价值归属等特质为阶层间互动交往中产生声望差异提供了社会基础及其结构动力。

#### (一) 强信息对称与社会关联度触发阶层间交往与形成社会评价

D村属于人财物资源净流入的东部发达地区村庄,村民大多在本地就业,村庄主体保持完整。虽然村民间经济出现分化,但大部分村民居住在村庄,村庄的熟人社会形态得以维系。在熟人社会中村民彼此高度熟悉,以及在此基础上形成的亲密与信任,熟人社会中的熟悉感是从多方面、经常的接触中所发生的亲密的感觉<sup>[14]</sup>。熟人社会是靠亲密和长期的共同生活来配合各个人的相互行为,社会的联系是长成的,是熟习的,到某种程度使人感觉是自动的。这种熟人社会中的亲密与信任依托长时段的人情“亏欠”而不断得以再生产<sup>[15]</sup>。不同于陌生化与疏离化的城市社区,只能借助于科学量表以职业为媒介测量社会声望。在村庄社会中,信息高度对称以及村民建立在先赋性的血缘地缘关系而形成的强社会关联,使得村民有着频繁的面对面的互动交往,进一步在社会交往过程中产生声望与其他资源的交换。另一方面,村民居住空间的集聚、公共空间的信息传播以及日常性的串门走访使得村庄社会成为信息高度对称的全景敞视场域,富人对村庄做的社会贡献能够在这一场域中传播,公共声望即在公共舆论中扩散凝聚而成。

## (二) 地方性规范的互惠原则及其软约束为声望交换提供信任基础

彼得·布劳提出个体声望地位交换主要依靠契约信任,但这一信任在很多情况下难以兑现,而熟人社会中地方性共识为其提供了结构性信任。村庄社会秩序的维持离不开内生的地方性规范与之相匹配,其中地方性规范中的基本原则即为“接受—回馈”相平衡互惠,否则纯粹接受别人的资源与服务就会为此背负人情债以及受到社区舆论的负面评价。互惠原则建立在村民对村庄生活有着长久稳定预期基础上,通过村民长时段的互动交往得以形成,互惠原则不同于陌生人间理性算计而具有模糊性。地方性规范中的互惠原则为富人阶层在为其他阶层提供服务后形成对其他阶层有所回馈的预期提供了结构性信任,降低阶层间资源交换的交易成本,声望地位的阶层确认得以实现。在传统乡土社会,村庄主要依靠内生权威自我治理,有威望的宗族长老成为治理主体,为了维持社会秩序自然生发出一套地方性规范以对个体行为实现规训。地方性规范在宗族权威的支持下不仅有着对个体行为的软约束,如边缘与孤立,甚至可以援引私的暴力强制制裁,将不守规矩的成员予以鞭打、驱逐。中华人民共和国成立后宗族权威被瓦解,地方性规范中硬约束退化,但在村庄场域中对维持社会秩序的地方性规范继续有需求,使得地方性规范的软约束功能得以存续,社区舆论仍能对个体行为产生约束。

## (三) 向内的价值归属为富人追求声望地位提供意义动力

上文研究结论表明富人积极运用经济资源转化为声望地位,其背后的动力为何需要置于村庄社会结构中进行理解。虽然随着市场经济的快速发展,村民之间经济收入愈益分化,然而各阶层的生产生活仍在村庄场域完成,即使是上层富人也保持着向内的生活面向。村庄主体的完整与村民对村庄生活的稳定预期使得熟人社会得以维系。乡土社会在地方性的限制下成了生于斯、死于斯的社会,常态的生活是终老是乡。费孝通对熟人社会的经典阐释表明乡土社会不仅为生产生活的功能性单元,更有着村民在长期的交往互动中生成的对村庄的归属,落叶归根构成了村民的本体性价值。在村庄这一象征意义场域内村民自然展开对声名的追求,在此过程中实现自我价值。村庄共同体具有的价值意涵有助于我们理解富人如此热衷于追逐声望地位的动力源泉,尤其是在比例已达到10%左右的稳定的上层富人存在的情况下,声望资源稀缺性更高,富人间对此的竞争也就愈加激烈。富人对声望地位的追求从经济理性角度考虑并不理性,从经济收益上看富人是“纯亏”的,上述的姚友谊前后为村庄与村民花费的资金不低于1000万。这种经济非理性行为事实上有着更高层次的价值理性支撑,熟人社会中超越性的价值归属与人生意义追求构成了富人行动逻辑的价值基础。

# 四、半熟人化:声望地位的阶层确认实践对社会结构的重塑

“结构—互动”的综合视角不仅关注结构对行动的形塑,探讨行动之所以形成如此形态的结构支撑,而且关注行动对结构的再造,行动并非被动受制于结构,相反行动也在能动地作用于结构。上文主要探讨了富人阶层对声望地位的确认过程如何嵌入于村庄社会结构中,并得以实现,下文则主要回应声望地位的阶层确认对村庄社会结构的重塑。社会结构由人们之间的关系连接媒介与社会关联度两方面内容构成,当这两部分发生变化时社会结构相应发生演变。

## (一) 横向社会关系网络的切割导致村民间熟悉度降低

村庄场域不同于陌生化的城市社区在于村民间高度熟悉,村庄中没有秘密。村民间熟悉感的形成得益于频繁的互动交往,这种交往嵌入在一定的血缘地缘关系网络之中,村庄社会相对稳定的边界进一步强化既有的关系网络。先赋性的社会关系网络的维系一方面离不开日常的互动交往、仪式性人情往来与生产生活中的互助合作事务,依托这些事务村民间得以保持常规性的互动交往。另一方面村落公共空间为人们之间进行社会交往进行维持关系提供条件,在广

场、小卖部与道路旁等场域中从村庄集体事务到家长里短都成为人们谈论的话题。除了发生在公共空间的社会交往,村民之间经常串门走动,在此过程中个体各种信息在村庄中传播,使得彼此间对对方情况很了解。声望地位的阶层确认实践进一步增强村庄的纵向社会分化,不同阶层间在生活品位、居住空间与闲暇安排等方面愈益区隔,导致在村落公共空间与私人居所场域中因为阶层间关注话题有很大差异,村民间互动交往频率下降。此外,声望地位的阶层确认推动了纵向的阶层内部认同增加,横向的血缘地缘关系网络中的自己人认同弱化,原有村民间的熟悉感相应减弱。

## (二) 人情往来与互助合作的减少造成村民间信任度下降

熟人社会从熟悉到亲密与信任关键在于人情机制,亲密社群的团结性就依赖于各分子间都相互拖欠着未了的人情。在长期的人情往来与互助合作中一方积攒了人情,另一方则欠了人情,欠了别人的人情就得加重回礼,以此在还对方人情同时使对方反欠了自己一个人情。亲密社群中既无法不互欠人情,也最怕“算账”。人情能够形成亲密感与信任在于村民间对彼此都有需求与依赖,人情成为社会交往的媒介,进而在人情往来基础上升华形成情分与认同。富人对声望地位的阶层确认使得富人扮演单向的赠予者,在人情往来中富人的随礼数额要多于其他村民的回礼或者富人在办酒席时不收礼金。在互助合作方面富人依靠经济资源与社会资本能够很好地应对风险,他们无须依赖其他阶层提供帮助,而且对富人而言他们不愿成为人情的亏欠方。上述两方面导致其他阶层无法与富人在互动交往中积攒人情,有来有往的人情机制难以维系,缺乏人情这一关系整合媒介村民间积攒的情分与信任发生退化。

## (三) 社会竞争与社会性价值凸显使得村落共同体意涵弱化

村庄之所以构成村民的归属与价值共同体在于村庄的价值生产能力以及地方性规范对村民对这一价值的追求与竞争的引导和约制,价值与规范的匹配使得村庄作为有着“我们感”的认同共同体得以维系。贺雪峰将农民价值系统操作为本体性价值、社会性价值与基础性价值三个层面<sup>[16]</sup>。本体性价值关心的是人与自己内心世界的对话,是一个人给自己生命意义的答案,是如何处理个人与灵魂关系的问题。社会性价值是关于个人在群体中的位置及所获评价,关于个人如何从社会中获取意义的价值,处理的是人与人以及人与社会的关系问题。基础性价值则是人作为生命体延续所必需的生物学条件,主要解决的是人的生物本能以及人与自然的关系问题。传统时期农民价值体系中本体性价值处于主导地位,规范着社会性价值与基础性价值的发展方向。富人对声望地位的阶层确认推动社会性价值重要性愈益凸显,为了获得社会性价值村民间的社会竞争越来越激烈,富人阶层在此过程中收获了认可与声望。然而在激烈的社会竞争中实现的社会性价值具有很强的排斥性,声望资源逐渐向富人集中,其他阶层很难在社会性价值争夺中获得满足感,村落于占村庄人口大多数的其他阶层而言很难再有“我们感”,他们对村庄的认同感下降,村庄共同体意涵趋于弱化。

村庄的熟人社会结构由熟悉、信任与认同三个层面组成,在从传统农业社会向现代市场社会的转型过程中村庄社会性质也经历着变迁。贺雪峰认为,村庄单元从自然村向行政村的规划变迁中导致村民间熟悉度降低、地方性规范约束力下降与农民行动逻辑理性化,村庄从熟人社会演变为半熟人社会<sup>[17]</sup>。吴重庆认为农村中青年大量离村外出务工经商,导致村庄主体丧失以及农民对村庄失去主体感,当前农村社会蜕变为“无主体熟人社会”<sup>[18]</sup>。人财物资源净流入的东部村庄与中西部村庄不同之处在于经济分化成为理解社会的基础变量,声望地位的阶层确认所展现的阶层互动肢解了依靠横向的血缘地缘关系形成的熟悉感,降低了依靠人情往来与互助合作维持的亲密信任,弱化了村民间“我们感”的共同体意涵,村民间的社会关联度与熟人社会相比下降很大,然而当前村庄社会与陌生化的城市社区仍有着很大区别,因此本文在综合吸取“半熟人社会”与“无主体熟人社会”概念基础上将之称为“半熟人化”。

## 五、结语与讨论

自从马克思与韦伯对阶级(阶层)做了经典划分之后,个体(群体)间声望地位差异在社会分层领域成为广泛关注的议题。马克思主要以生产关系作为划分社会阶级的基础,并提出同一阶级有共同的生活方式、阶级利益、教育程度与心理意识,由统治阶级即资产阶级建构相应的意识形态,包括舆论话语与价值评判,因此其持物质地位与声望地位相一致看法。韦伯则以财富、声望与权力三要素划分阶层,并认为一个群体的物质地位和它受尊敬的程度(声望地位)并不总是对应。马克思与韦伯的分歧引起了后续研究者对阶层地位一致性话题的持续关注与探讨,尚未形成共识。本文运用“结构—互动”的分析视角探讨农村声望地位的阶层确认,这一分析视角一方面分析社会结构对行动的形塑,另一方面又关注能动的行动对社会结构的反塑。富人阶层之所以能够获致声望地位,与熟人社会中的信息对称、社区舆论及生活价值系统紧密相关,相应地声望地位的阶层确认推动村庄社会熟悉感下降、信任度降低与共同体意涵弱化,亦即“半熟人化”。

在经济高度分化下的东部村庄,对声望地位问题的考察有助于理解其他现象,如富人治村之所以普遍且不可逆,富人阶层之所以在村庄选举中高度竞争,除了村干部的公共身份所能产生的经济收益,还与这一身份所蕴含的面子与权威紧密相关。声望地位的阶层确认与富人治村表明经济地位能够转化为社会地位与政治地位、阶层地位呈高度一致状态。富人阶层在村庄中处于总体性支配地位,占人口多数的普通收入阶层处于边缘地位,导致后者在村庄生活中积攒起对前者的阶层之气,村庄内生社会秩序维系难度增加。因此,国家这一外部正式权力应介入到阶层关系的引导与重塑中,首先需要壮大中产阶层力量。中间阶层作为上层与下层的缓冲层,其与上层和下层都有广泛的社会交往,能够为阶层间的利益协调与沟通提供平台,增强阶层间的社会关联。政府应积极调整产业结构,为村民获取经济收入提供多元路径,壮大中产阶层比例,并通过治理吸纳等方式,如D村组建的治安联防队与消防队的主体由中等收入群体构成,借此将中产阶层培养成为村庄的担纲者,推动中产阶层在村庄社会生活与政治生活中发挥积极作用。国家还需要积极开展农村公共文化建设,为各阶层社会参与提供途径。政府应以人情交往为抓手,加强移风易俗,对村庄文化予以重塑与再造,如借开展村庄故事会、送戏下乡、文娱晚会等文化活动宣传新的价值观念,通过构建非排斥性的价值评判系统,保障各阶层有着均等机会获得社会声望地位,从而增强村庄对个体的吸引力与个体对村庄的认同。

### 参考文献:

- [1] Duncan O D. A Socioeconomic Index for All Occupations[M]//Reiss A J. Occupations and Social Status. New York: Wiley, 1961: 109-138.
- [2] 蔡禾,赵钊卿. 社会分层研究: 职业声望评价与职业价值[J]. 管理世界, 1995(4): 191-197.
- [3] 李强. 转型时期冲突性的职业声望评价[J]. 中国社会科学, 2000(4): 100-111, 206.
- [4] 李春玲. 当代中国社会的声望分层——职业声望与社会经济地位指数测量[J]. 社会学研究, 2005(2): 74-102, 244.
- [5] 仇立平. 回到马克思: 对中国社会分层研究的反思[J]. 社会, 2006(4): 23-42, 206.
- [6] 苑国华. 论“库拉圈”理论及其人类学意义[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2006(4): 74-77.
- [7] 彼得·布劳. 社会生活中的交换与权力[M]. 北京: 华夏出版社, 1988: 144-149.
- [8] 杜鹏. “面子”: 熟人社会秩序再生产机制探究[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2017(4): 63-72, 147-148.
- [9] 布迪厄. 实践感[M]. 北京: 译林出版社, 2003: 86-89.

- [10] 安东尼·吉登斯. 社会的构成: 结构化理论大纲[M]. 李猛, 李康, 译. 上海: 三联书店, 1998: 53-57.
- [11] 谢立中. 超越个人与社会之间的二元对立——“社会互构论”理论意义浅析[J]. 社会学研究, 2015(5): 13-23, 242.
- [12] 马塞尔·莫斯. 礼物: 古式社会中交换的形式与理由[M]. 汲喆, 译. 上海: 上海世纪出版集团, 2005: 150-152.
- [13] 阎云翔. 礼物的流动——一个中国村庄中的互惠原则与社会网络[M]. 上海: 上海人民出版社, 2000: 130-134.
- [14] 费孝通. 乡土中国 生育制度[M]. 北京: 北京大学出版社, 1998: 18-25.
- [15] 陈柏峰. 熟人社会: 村庄秩序机制的理想型探究[J]. 社会, 2011(1): 223-241.
- [16] 贺雪峰. 农民价值观的类型及相互关系——对当前中国农村严重伦理危机的讨论[J]. 开放时代, 2008(3): 51-58.
- [17] 贺雪峰. 论半熟人社会——理解村委会选举的一个视角[J]. 政治学研究, 2000(3): 61-69.
- [18] 吴重庆. 无主体熟人社会[J]. 开放时代, 2002(1): 121-122.

(责任编辑: 李凌)