ICT消费中的身份言说

——大学生身份认同的一个视角

孟庆宁 著

Identity Discourse in ICT Consumption
A Perspectve of
College Students' Identity

ANG UNIVERSITY PRESS
工大学出版社

ICT消费中的身份言说

——大学生身份认同的一个视角

孟庆宁 著

ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

ICT消费中的身份言说：大学生身份认同的一个视角 / 孟庆宁著. — 杭州：浙江大学出版社，2017.6
ISBN 978-7-308-16573-0

Ⅰ. ①I… Ⅱ. ①孟… Ⅲ. ①大学生－消费－研究
Ⅳ. ①G645.5

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第007525号

ICT消费中的身份言说
——大学生身份认同的一个视角
孟庆宁 著

责任编辑 赵 静 冯社宁
责任校对 李增基
排 版 杭州兴邦电子印务有限公司
出版发行 浙江大学出版社
（杭州市天目山路148号 邮政编码310007）
（网址：http://www.zjupress.com）
印 刷 浙江新华数码印务有限公司
开 本 710 mm×1000 mm 1/16
印 张 11.75
字 数 192千
版 印 次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-16573-0
定 价 36.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换
浙江大学出版社发行中心电话（0571）88925591；http://zjdxcbs.tmall.com

引 言

YIN YAN

我国是否进入消费社会，何种程度地进入了消费社会，始终是学界争论的一个问题。在全球化的背景下，在欧美大地上徘徊的消费主义，也已经扩展到了几乎所有的发展中国家。目前中国还称不上发达国家，在摩天大楼和各种中国式奢侈消费的背后是中国边远地区农村的茅草房和一批批辍学、留守儿童，这大概是由于我国地区发展不均衡的缘故。东西部地区、城乡、阶层、各群体之间收入水平的不同，差距巨大，反映在消费结构上也呈现层次化的特点。在我国的大都市和沿海发达地区，“物的体系”对人的包围已经形成，商品消费已经成为人们主要的生活形式。如果说北京、上海及东部沿海城市因经济的迅速发展进入了消费社会，而我国地处偏远的地域，有些群体还在温饱线上挣扎。笔者在带领学生去香港访学交流的过程中，有学生神情自若地花费14万元人民币在海港城购买一只Prada的手表，并消费了一些奢侈品，因为他的消费行为，使原本在33个团员中不起眼的他迅速引起其他同学的关注。他在这些关注与艳羡的眼神中明显地更加自信，于他，有能力消费奢侈品是优越于其他大学生的一个标志。学生去贵州支教，却可以看到当地的小学生住宿条件很差，由于住宿地太潮且蚊虫众多，有几个学生染上了慢性的皮肤病。当地小学生所吃的午饭仅仅是米饭拌黄豆，简单得不能再简单的食物，根本谈不上营养，只能算是裹腹，不能不说这种对比产生了巨大冲击。换句话说，不同地区的经济水平呈现巨大的鸿沟，而进入高等教育大门的大学生，他们的家庭背景千差

万别，只是因为高考，才让他们有了坐在一起的可能，“我用了18年的努力才有机会与你坐在一起喝咖啡”就是真实的写照。在大学这个场域中，消费是大学生展示自己的重要方式。

大学生面临着身份从“天之骄子”到知识民工、蚁族等的改变，曾经的准干部身份消失不见了，剩下的是就业困难、毕业即失业的现实困境。大学生所面临的声望降低、地位下降等，属于大学生的社会身份范畴；大学生在声望、地位不断下降的现状下，对大学生身份的感受和理解，是大学生的自我身份范畴。大学生转向各种消费实践，其中的ICT消费是一种新型消费方式，获得大学生们的青睐，他们从中获取一系列有益资源，运用行动策略和身份建构机制来建构积极、主动的自我身份，以抵抗不断下降的声望与地位。

认同建构随着地方和全球范围内迅速发展的生活环境的变化而进行，信息和通信技术(ICT)的发展以及全球化扩张正在改变着文化认同的内在性质和机制。就像卡斯特所指出的，新的力量存在于信息编码中，并存在于围绕社会组织的机构设施，人们于自己行为的表述形象中构筑生活，新力量来自于人们的内心。认同以一种新的方式组合，这表明了人类的经验发生了根本性的变化，文化认同的建立日益反映出受大量符号式资源和信息通信技术传播影响的特征。ICT消费是一种信息消费，具有新型消费的特征，而大学生乐于接受新鲜事物的特性与这种消费有着天然的契合之处，他们试图通过ICT消费实践来进行自我言说。在ICT产品的购买空间与支付方式、使用场域、互动对象等方面，大学生独特的消费实践展示着他们的与众不同。

大学生通过多样的ICT消费实践，获得了有益的身份认同资源，运用积极的行动策略，谋求自我存在感、价值感和自尊，以此来提高自我身份，与社会身份下降的趋势相抗衡。大学生运用消费所蕴含的自我身份建构的资源主要有：时尚化、全球化、现代化、自由感、优越性等；通过不同策略，运用这些积极的社会意义主动建构自我身份认同；获得更加优越的身份；与其他群体对比的优势；消费文化实现的反哺；且扩展了自我的生活世界等

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

机制来建构自我身份。群体内部通过同辈模仿、媒介模仿策略以示同，通过山寨、技术策略进行平衡，通过对新、异的追求，主动创新等策略来实现示异。年轻、时间、文化是他们与其他群体对比的优势资源。对消费意见领袖、技术达人等更优越身份的寻求是他们的又一策略，大学生通过对家庭、学校实现了消费文化的反哺策略，通过以上的系列策略，他们获得了一定的话语权。在ICT消费实践中，大学生谋求到了以主动建构自我身份认同的资源和策略，在成人社会相对薄弱的地方实现了突围，从而建构了自己积极的自我身份，以此来抗衡社会身份的不断式微。

不同时代的大学生总是倾向于谋求知识精英的身份，新中国成立后的大学生、恢复高考后的大学生、扩招后的大学生在这一点上都是一致的。在生存消费、抑制消费阶段，政治化认同为身份认同的积极资源，在此背景下，大学生的行动逻辑是通过抑制消费、改变形象、否定消费的表现策略，在清贫的条件下，将这种清修式的消费视为美德，同时充满革命理想，以表达他们被主流期许的知识精英身份。在温饱消费、文化消费为潮流的时代，大学生的行动逻辑是通过赋予思潮以品味意义，以诗、歌作为表达形式，用参与式的表现策略，用自己的语言表达自己的理想情怀。他们通过诗歌表达他们的历史责任感，以及他们渴望成为建设国家的浓烈主体情怀。他们积极参与和改造社会现实，发出自己的鼓与呼，以此来展示自身的思想和力量。心忧天下的政治抱负和理想构成了那个时代大学生知识精英身份的表达。在发展消费、追求享受消费阶段，大学生的知识精英身份不断动摇，在此背景下，他们的行动逻辑是在消费中寻找时尚化、全球化、现代化、自由化、优越性等意义作为积极资源，通过消费实践中的种种前卫、新潮行为来寻找和维持知识精英身份认同。

总之，虽然时代有所不同，大学生总是试图建构知识精英这一点未变，只是不同的时代，知识精英身份在消费中采用的资源和策略是不同的。在消费实践、身份认同资源不同的背后，是社会结构的变迁。社会结构变迁是大学生身份认同变迁的深层原因。身份认同可以解释为大学生在社会结构中谋求地位的诉求，以身份寻求认同的过程中，与此相联系的利益、权

利、生活方式、文化等各种价值诉求随之展现。在改革开放以前的社会结构中，大学生群体的自我身份认同有着一套资源和机制，但随着社会转型，这些资源和机制发生了变化。消费实践与身份认同之间可以理解为互动的关系。不同的消费实践下，大学生采取不同的策略来建构他们的精英身份认同。改革开放政策是社会转型的宏大背景，消费文化的变迁正是由于社会转型过程中的一系列制度设计和安排，也为大学生消费从传统性向现代性变迁提供了制度环境与时代条件。大学生消费实践的嬗变体现了社会变迁的一个过程和缩影。社会变迁为大学生各种消费提供了宏观背景，在此背景下，他们的消费文化也呈现了与时代发展潮流相顺应的特点。改革开放几十年的过程中，中国各个层面都发生了巨大的变化，而社会结构也必然发生了改变，随之而来的是各种类别主体身份在社会结构中的改变，大学生群体身份作为一类社会主体也必然发生变化。当前我国大学生身份的结构性变革是转型期社会结构变化的外显性表露。大学生身份认同最主要的一个变迁就在于：改革开放以来，身份认同从之前的湮没身份于意识形态、宏大叙事、集体意识向呈现自己的个性身份转变，大学生由之前那个负载着集体主义的精英群体转向体现自我意识、呈现自我个性的个体，这与中国的时代巨变相吻合。消费文化的变迁与身份认同的变迁，是社会结构变迁背景下一个相辅相成、双向互动的过程。

目 录

MU LU

第一章 研究的意义及研究框架 / 001

第一节 研究意义 / 001

一、理论意义 / 001

二、现实意义 / 002

第二节 文献综述 / 002

一、相关理论研究 / 003

二、关于大学生身份认同的相关研究 / 021

三、对已有研究的评价及其启示 / 026

第三节 研究思路及分析框架 / 029

一、研究思路 / 029

二、分析框架 / 029

第四节 调查范围的确定和资料的收集 / 031

一、下沙高教园区现状 / 031

二、资料的收集情况 / 032

三、个案概况 / 033

第五节　概念界定与研究方法　/033
一、概念界定　/033
二、研究方法　/035
本章小结　/036

第二章　精英不再:大学生的身份认同危机　/037

第一节　大学生的自我认同困境　/037
一、大学生的由来?　/037
二、从天之骄子到就业困难　/040
三、社会信仰危机　/043
四、青年身份认同危机　/044
五、大学生的自我认同危机　/047
第二节　大学生身份认同的消费转向　/052
一、国家社会层面宏观消费环境的变化　/053
二、校园环境的变化　/054
三、家庭环境的变化　/056
四、学生个人层面　/056
第三节　大学生消费实践的嬗变　/058

第三章　ICT产品的消费实践　/065

第一节　ICT产品的类型学　/066
一、通讯类　/067
二、电子阅读类　/080
三、游戏娱乐类　/081
第二节　ICT产品的购买空间与支付方式　/083
一、购买空间　/083
二、支付方式　/088

第三节 ICT产品的使用场域 / 092
一、使用的时间 / 092
二、使用的空间 / 095
三、功能选择 / 097
四、互动对象 / 104
本章小结 / 105

第四章 消费的符号化:身份认同资源的产生 / 107

第一节 时尚化——求新的渴望 / 109
第二节 全球化——网购的隐喻 / 113
第三节 现代化——消费的科技内涵 / 118
第四节 自由化——冲破规训的快感 / 121
第五节 优越感——消费的意见领袖 / 124
本章小结 / 126

第五章 消费的逻辑:身份认同的建构 / 127

第一节 积极意义的赋予策略 / 128
一、求同策略 / 131
二、求异策略 / 136
第二节 利己的对比策略 / 138
一、年轻——与父辈群体比较 / 139
二、时间——与白领群体比较 / 139
三、文化——与同龄非大学生群体比较 / 140
第三节 身份的寻求策略 / 141
一、消费意见领袖 / 141
二、技术达人 / 142

第四节　消费文化的反哺策略　/ 144
一、对家庭的消费文化反哺　/ 144
二、对学校的消费文化反哺　/ 146
第五节　生活世界的拓展策略　/ 147
本章小结　/ 149

第六章　结论与展望　/ 150

第一节　结论　/ 152
一、关于消费的符号化　/ 152
二、关于消费认同的逻辑　/ 155
三、关于消费与身份认同的变迁　/ 156
四、关于二元变迁的互动框架　/ 158
第二节　展望　/ 159

附录　/ 161
参考文献　/ 163

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第一章

研究的意义及研究框架

本研究的选题来自于对大学生这一群体近距离的观察和真挚的关怀，而非理论的驱使。本研究的核心问题是：在社会身份式微的背景下大学生如何建构自我身份认同。身份认同包括宏观和微观两个层面：从微观层面来讨论大学生的自我认同，要从认同的主体出发；从宏观层面来看，作为社会现象的大学生群体，同样会引起一个宏观层次的社会认同，即他人对这个群体的看法。微观层面的自我认同与宏观层面的社会认同是相互关联的，也就是说，大学生的自我身份建构与他者对大学生身份的建构是相互联系、相互作用的，但他者对大学生身份的建构不是本研究的主题。本研究的落脚点是，在大学生的社会认同式微的背景下，即以宏观层次的认同为背景，来探讨微观层次上大学生自我认同的建构问题。

第一节　研究意义

一、理论意义

在理论意义上，目前学界关于大学生的身份建构理论关注不多，已有的身份认同经验研究多集中在大学生特殊（宗教、聋人、贫困等）身份的探讨，较少从一般意义上的大学生自我建构方面进行。大学生貌似备受关注、万众瞩目，实际上他们自我发声的机会非常少，通过消费的案例来关注大学生身份资源和行动的策略，可以丰富对大学生群体身份的经验研究。

认同的构建必须随着地方和全球范围内迅速发展的生活环境的变化而进行，在这里，个人和集体必须将来自多样化的通信媒体信息和知识进

行融合。[①]那么，随着时代的发展，在具有信息化特征的社会，大学生身份认同建构的资源由什么构成，采取什么策略行动，是本研究关注的内容。本研究通过ICT消费实践的案例，讨论大学生在信息时代来临的过程中，用怎样的资源、怎样的策略来维持身份的认同，在信息消费实践中产生了怎样的社会意义。

二、现实意义

在现实意义上，选择大学生作为研究对象，以大学生的身份认同为主题，主要是因为认同问题看起来似乎无足轻重，一旦它构成一个问题，个人就处在认同的危机之中。[②]扩招背景下的大学生群体日渐庞大，他们在成长中的突出事件就是身份认同意识的日益高涨。对大学生群体的身份认同进行研究，对于化解大学生身份认同困境有着积极的意义。其次，消费是日常生活中的常见视角，以大学生消费ICT产品为例，通过大学生对ICT产品的了解、接受、选择和使用过程，可以了解大学生群体的自我身份认同的建构机制、资源、行动策略，有利于更好地了解大学生群体的生活世界和价值观世界。

第二节　文献综述

"'身份'这一概念，阐释的是社会结构中个体与社会之间的关系，与角色、类别等概念紧密相连，无论是心理学、社会学、人类学还是历史学等学科，都非常关注'身份'这个概念。"[③]"一种社会定位需要在某个社会关系网络中指定一个人的确切'身份'。不管怎样，这一身份成了某种'类别'，伴有一系列特定的规范约束……某种社会身份，它同时蕴含一系列特定的特权与责任，被赋予该身份的行动者会充分利用或执行这些东西，他们构成

① 曼纽尔·卡斯特.网络社会：跨文化的视角[M]周凯，译.北京：社会科学文献出版社，2009:436.

② 王宁.消费社会学[M].北京：社会科学文献出版社，2001：45.

③ 王莹.身份建构与文化融合——中原地区季度教会个案研究[M].上海：上海人民出版社，1998：11.

了与此位置相联系的社会规定。”[①]布鲁姆(W·Bloom)指出:“对任何一个人来讲,身份确认都是一个潜在于心的、无意识的行为要求,个人都会努力试图使身份得到确认以获得内心的安全感,也会尽力设法保存、维护和巩固身份以加强这种内心的安全感,后者的努力对于个体的稳定个性与身心健康来说,起着非常重要的作用。”[②]

身份的建构是在与他人的关系之中得以实现的:你与我,我们与他们。身份可以是多重的,每个个体、群体或社会机构的身份种类取决于每个个体、群体或社会机构与其他的个体、群体或社会机构关系的种类,当个体、群体或社会机构和其他的个体、群体或社会机构的关系发生了改变,该个体、群体或社会机构的身份也随之改变。[③]在社会学领域中,关于身份的研究通常以社会认同理论为视角,研究对象更多地关注一些特殊群体,如农民工群体、白领群体、拾荒者等,而关于大学生身份的学术研究也遵循了这一特点,集中在“宗教大学生身份”“聋人大学生身份”“大学生党员身份”等群体上,较少谈及大学生身份认同本身如何建构。接下来,笔者将对有关身份建构理论、大学生身份的文献予以整理、分析,并进行简单评述。

一、相关理论研究

(一) 身份/认同概念的梳理

“认同”源自英文Identity[④],牛津词典给出它的两种涵义:第一种是“本身、本体、身份”,是对“我是谁”的个人存在感;第二种是“相同性、一致性”,是对与自己相同的、一致性事物的认知。认同可以理解成对“某种事物区别于其他事物的认可,包含统一性自我主体中所具有的内部多样化和特殊性。该事物被认为是保持一致或保有同一性”。认同作为一个过程,同时包含了“求同”和“存异”两种意义。“Identity”的语义中,“认同”有两个相互

① 安东尼·吉登斯.现代性与自我认同:现代晚期的自我与社会[M].赵旭东,等译.北京:生活·读书·新知三联书店,1998:161、162.

② 转引自乐黛云.文化传递与文化形象[M].北京:北京大学出版社,1999:332.

③ Charles Tilly. Identities, Boundaries, and Social Ties [M]. Boulder: Paradigm Publishers, 2005:8.

④ 目前关于认同、身份有两种译法:一种是将identity译为“身份”,将identification译作“认同”;另一种是将identity译作“认同”,将identification译作“认同感”。除非特别需要说明,本书不做区分。另外,在行文过程中,为了便于表述,在不同语境中称之为“身份”或“认同”。

对立的意思：同一性，即自我归类，与他者共有的素质或者状况；个性，即作为一个长期存在的实体的个人所具有的不同于他人的鲜明的特性。[①]在身份概念的内涵中，认同包含着对我群一致性的认知，同时亦伴随着对他群差异性的认知。因此，对身份的研究也就是对个人与社会的关系、个体与群体的关系以及群体与群体的关系之研究。[②]现代社会中，每一种身份并不必然产生相应的认同，认同得以建构，有一套特定的运作机制。

身份建构之所以成为一个问题，是因为现代化社会的来临。正如泰勒所说的："在现代之前，人们并不关注'同一性'和'认同'，并不是当时人们不存在同一性的问题，也不是因为同一性不依赖于认同，而是因为那时的'同一性'和'认同'根本不成问题，不必如此小题大做。"[③]"我/我们是谁？"是一个恒常性的问题。在第二次世界大战后，人们对"我/我们是谁？"不停地进行着追问，各种围绕此主题所生发的理论都是对这一问题的尝试性回应。[④]在传统社会向现代社会转变的过程中，虽然社会的政治结构、经济结构都在发生转变，但是更重要的转变体现在个体自身的各种转变。在传统社会环境中，社会环境与人之间的关系紧紧地结合在一起，特别的个体化行为很难有存在和展现的空间；在现代社会环境中，个体与环境之间的关系不再那么紧密地交织，个体拥有更多的经济和精神方面的空间，远远超出了原来所属关系的界限。[⑤]"随着现代现象的发展，社会、文化经济制度乃至个体常常分不清自己所处的位置。"[⑥]在社会学领域中有以下几条理论脉络为认同的研究奠定了丰富的理论基础，主要包括：弗洛伊德的精神分析理论、乔治·赫伯特·米德的符号互动论、舒茨的知识社会学、涂尔干的结构功能主义、马克思的批判理论等。[⑦]

西方关于Identity（认同）的研究最早始于心理学。西格蒙德·弗洛伊德

① 李友梅，肖瑛，黄晓春.社会认同：一种结构视野的分析[M].上海：上海人民出版社，2007：2、3.

② 王莹.身份建构与文化融合——中原地区季度教会个案研究[M].上海：上海人民出版社，1998：12.

③ 泰勒.现代性之隐忧[M].程炼，译.北京：中央编译出版社，2001：55-57.

④ Andrew J.Weigert, J.Smith Teitge, Dennis W. Teitge. Society and Identity: Toward a sociological psychology[M]. Cambridge:Cambridge University Press, 1986: the preface.

⑤ 刘小枫.现代性社会理论绪论[M].上海：上海三联书店，1998：22.

⑥ 刘小枫.现代性社会理论绪论[M].上海：上海三联书店，1998：2.

⑦ 转引自王莹.身份建构与文化融合——中原地区基督教会个案研究[M].上海：上海人民出版社，2011：12.

最早把认同作为心理学术语加以探讨，他提出认同发生在社会情景之中，个体通过观察、模仿和内化，习得其他个体和群体的态度、价值、观念等，并使本人与他人或群体相同一、一致的心理过程。[①]埃里克·埃里克森深受弗洛伊德影响，且对其理论进行了修正，将“自我认同”作为术语首先在对青少年心理分析中使用，成为将自我认同引入社会心理学的关键人物。他将自我认同的界定表述为一种对自身了解、熟识的感觉，和对未来目标明晰的感受，以及能从他的重要他人处获取被认可的内在的信心和动力。[②]在其后的研究中，他进行了一系列有关认同的发展研究，有关内在认同（inner identity）、认同扩散（identity diffusion）、整体与认同、族群认同、生命过程等。埃里克森认为，人格发展是贯穿个体一生的事情，人格发展的每个阶段都是由“认同危机”来定义的，稳定的自我认同来自于个体所面临的认同危机的积极解决。在现代社会中，这也囊括了人们对生活的许多基本关怀。

查尔斯·霍顿·库利和乔治·赫伯特·米德是符号互动论形成的关键人物，其中，库利是最早提出自我发展理论的社会学家之一。他指出，自我作为一种社会产物，它的出现分为三个步骤。首先，我们感知到我们在其他人面前的表现和行为方式；其次，我们了解别人对我们表现和行为方式的判断；最后，基于对他人对我们行为反应的理解，我们对我们自己的行为做出评价。简单地说，就是我们对自我的认识，是对他人如何想象我们自己的反映，库利称这种自我为“镜中我”。[③]库利关于“镜中我”的阐述已经涉及自我认同概念的核心。乔治·赫伯特·米德关于自我产生的论述是他最重要的成就之一。他认为人从孩提时期开始，就具有一种扮演他人的角色并从他人的角度来观察自身行为的能力，这种能力处于不断发展的过程中，而人的意识和自我就产生于这一过程。从这种观点出发，只有当个体对符号的理解同他人的理解相一致时，人类的交流才有可能。他认为，认同是主体选择性与社会关系的互动过程，主体只有融入社会团体并与该团体的其他成员进行交往，才能实现个人的认同。[④]耐尔森·富特在米德理论

① 车文博.弗洛伊德主义原理选辑例[M].沈阳:辽宁人民出版社,1988:3.

② 世瑾:宗教心理学[M].北京:知识出版社,1989:21.

③ 戴维·波普诺.社会学[M].李强等,译.北京:中国人民大学出版社,2007:161.

④ Mead, George H. Mind, Self, and Society[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1934: 154.

的基础上，将认同理论进一步推进。他将动机与认同相联系，将个体行为的动机解释为个体对某一群体认同的结果，也将身份认同的概念定义为“对某一特定身份或一系列身份的占有和承诺”。他认为，身份认同是通过命名的一个过程，认同的概念是有关自我的产物，认同特别强调重要他者对个体的认可。[①]个体的认同是在自我和他人的互动关系中得以建构和维持的。

20世纪60年代，随着女权主义者、少数族群和同性恋者等群体争取权利运动的进一步发展，各种文化群体都要对各自的身份进行认同，这促进了学者们对身份问题的深入思考，身份认同的研究进入了一个新的阶段。戈夫曼认为，自我高度依赖和契合于他人的反应，他在《污名：受损身份管理札记》一书中探究了个体在人际关系中具有某种“丢脸”的特征，这种特征使其拥有者具有受损的身份，这也是群体情景中污名化的自我。在书中，戈夫曼指出被污名化的群体会试图藏匿被污名化的自我。他分别从施污者和被污者的角度进行分析。对于施污者来讲，他们的行动具有一系列的功能和进化上的适应意义，其结果是社会资源、机会和权力的垄断，以及优势地位或权势地位的建构、维持和再生产。而被污者，污名化不仅使他们丧失了作为共同体有机成员正当的权益、福利和生活机会，也会对他们的社会心理产生致命的伤害，其核心是认同威胁（identity threat）[②]和自我耗竭（ego depletion）[③]。而认同威胁和自我耗竭，则会危及行动者动态完整生命的建构，是一种真正的本体论意义上的精神创伤。戈夫曼指出，污名是社会控制的文化机制，它使得人们对一些人予以差别对待。斯特赖克（Sheldon Stryker）发展出一系列的假设，包括身份显要条件，显要序列中位置高的身份对角色行为、尊重的影响，责任担当以及身份变化的特性。他认为，外部事件能侵蚀身份的责任担当。这种情况一旦发生，人们就会倾向采纳新的身份，甚至是新奇的身份。[④]麦考尔和西蒙斯（McCall and Simmons）强调，角色是当个体面临各种各样的目标和计划时，对不同种类习得的临时准备，而角色身份是指“个体为自己所规划设计的，对个体在社会结构中

① Andrew J.Weigert, J.Smith Teitge, Dennis W. Teitge. Society and Identity: Toward a sociological psychology[M]. Cambridge:Cambridge University Press, 1986:9.

②③ 欧文·戈夫曼.污名——受损身份管理札记[M].宋立宏，译.北京：商务印书馆，2009:2、4、76-79、143-144.

④ 乔纳森·特纳.社会学理论的结构[M].北京:华夏出版社，2008:348-350.

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com