

教育部人文社会科学
重点研究基地基金资助

社会学文库
Sociological Library

主编/郑杭生

Theories and Studies of Stratification,
White collar and its lifestyle

夏建中 等/著

社会分层、白领群体
及其生活方式的理论与研究

Theories and Studies of Stratification,
White collar and its lifestyle

社会分层、白领群体 及其生活方式的理论与研究

夏建中 等 / 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社会分层、白领群体及其生活方式的理论与研究/夏建中等著.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

(社会学文库/主编郑杭生)

ISBN 978-7-300-09096-2

I. 社…

II. 夏…

III. 中等资产阶级-研究-中国

IV. D663.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 030430 号

社会学文库

主编 郑杭生

教育部人文社会科学重点研究基地基金资助

社会分层、白领群体及其生活方式的理论与研究

夏建中 等著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 148 mm×210 mm 32 开本 版 次 2008 年 4 月第 1 版

印 张 6.625 插页 2 印 次 2008 年 4 月第 1 次印刷

字 数 182 000 定 价 19.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

现在，文库不少，社会学文库也有几个。在这样的情况下，接受中国人民大学出版社的委托，主持一套社会学文库，就不得不追问自己：这套文库只是单纯在数量上增加一个文库而已，还是应该在质量上力求有自己的某些特点？这就是本套文库不可避免要面对的定位问题。经过考虑，本套文库的定位至少涉及如下四个方面：

第一，它是一套研究性的文库。就是说进入本套文库的著作，必须是研究性、探索性的。研究性、探索性的必备要素是与某种新的东西联系在一起，即有某种创新性，因此，它们不同于一般资料性的、介绍性的、编译性的作品。这并不是说后者不重要，而是说，因为类别不同，后者应该有自己的出版渠道。

社会学研究无疑涉及诸多方面，有理论研究和经验研究，定性研究和定量研究；有对现实社会现象的研究，又有对社会学本身的研究，等等。本文库欢迎一切真正有研究的著作；同时，根据社会学国际化与本土化相结合的要求，根据本国的国情，把重点放在如下几个方面：

- 对转型中的中国社会的认识有所深化的研究著作。
- 对有中国特色的社会学理论有所贡献的研究著作。

——对世界社会学的新发展和走向有所把握的研究著作。

第二，它是一套精品性的文库。就是说，在研究性的著作中，我们更看重精品之作。所谓精品，在内容上至少要符合下述几条中的一条或同时具有：一是能够从社会学的视角对人们普遍关心的社会热点和焦点问题作出有说服力的分析，公认有真知灼见，经得起时间和历史的考验。二是能够对实现“增促社会进步，减缩社会代价”的社会学深层理念有所贡献。三是对社会学的学科建设和理论创新有所推动。四是对中国社会学的国际化和本土化有所促进。而在形式上，要有与内容相匹配的叙述形式，要有较好的可读性，力求深入浅出，尽可能雅俗共赏，为大家所喜闻乐见。

第三，它是一套使社会学界新生力量脱颖而出的文库。就是说，通过研究性的精品之作，使那些在社会学界没有什么知名度，或知名度不高的“无名小卒”、新生力量、后起之秀程度不同地提高知名度，把他们实实在在地介绍给学界和社会，使他们尽快成为学界名人，在这个意义上，本文库也许能够成为培养社会学人才的有效渠道之一。众所周知，没有或缺少新生力量的学科和学界，是没有什么希望的。这当然在任何意义上都不是说可以忽视现在的学界名人，他们是我们最重要的依靠力量；他们负有提携后进的重任。我们真诚希望现有的学界名人和即将脱颖而出的学界名人，共同使本文库成为名副其实的名人文库，在学界和社会上发挥更大的作用。

第四，它是一套供不同学派观点争鸣的文库。一个没有不同学派争鸣的学界，不能说是成熟的。我在社会学界多次强调“要多一点学派，少一点宗派”。因为学派之争是学术问题、学术观点的争论，用的是学术标准，可以争得面红耳赤，但过后仍然是朋友；宗派之争则用非学术标准，党同伐异，大有“谁不和我们歌唱，谁就是我们的敌人”的“气概”。因此，学派之争，与人为善，相互切磋，推进学术；宗派之争，与人为恶，相互攻击，阻碍学术。如果本文库在促成不同观点的社会学学派形成方面、在促成不同学派展开富有成果的争鸣方面，起到了应有的积极作用，我们将会感到非

常高兴和欣慰。本文库将对各种不同观点的学派一视同仁。

总之，我们真诚希望本文库能够出研究成果、出精品、出名人、出学派。简言之，我们把“四出”作为中国人民大学出版社社会学文库的定位。

古人曾说过这样的意思，定位于“上”，可能得乎“中”，定位于“中”，可能得乎“下”。本文库这种“四出”的定位，从目标上说应该属于“上”，但结果仍有两种可能：或“上”或“中”。我们希望能够争取前一种可能，避免后一种。最后究竟如何，当由读者和时间来鉴定。

应当指出，本文库是在一个不平常的时候出版的。

首先，无论是就政策环境和体制条件来说，还是就国内氛围和国际环境而论，中国社会学正处在新中国成立以来最好的大有可为的发展时期。现在，社会学的学科地位，即作为要加强的哲学社会科学基本学科之一，得到了确认。人们越来越体会到社会因素即非经济因素对改革、发展、稳定的重要性，从而也认识到以非经济因素为切入点的社会学，也和以经济因素为研究对象的经济学一样，是一门与每个人的实际生活息息相关的学问，是一门推进改革、发展、稳定的科学，感受到有许多问题需要从社会学的视角来看待和解读，并领悟到社会学的理论研究和经验研究是制定符合实际情况的社会政策的基础环节。人们对社会学从不了解、不甚了解甚至误解到逐步了解；一些社会学的用语（如社区、社会化、弱势群体、社会转型、良性运行等）日益普及化、大众化，其中一些还被政府部门所采纳和使用。这使中国社会学的发展不仅有了自上而下的体制条件，而且有了自下而上的社会氛围。经过激烈竞争，中国社会学界获得了第三十六届世界社会学大会的主办权，该届会议的主题是“全球化背景下的社会变迁”，将于2004年7月在北京召开，由中国社会科学院社会学研究所承办。现在欧美社会学界都十分关注中国的变化、中国社会学的研究。无疑，在世界社会学的格局中，与欧美强势社会学相比，无论从规模、投入，还是从成果、影响等方面说，中国社会学仍然是弱势社会学。强势社会学界如此关

注中国社会的研究，对植根于本土社会的中国社会学界来说，既是一种沉重的压力，同时又是进一步发展的强大动力。在这样的情况下出版本文库，应当说是正当其时。我们希望不要辜负这样好的条件。

其次，这种不平常性还表现在世界社会学正处在自我反思和重建的过程之中。这种自我反思和重建的趋势并不是凭空而生，而是有现实根据的。这就是旧式现代性的衰落、新型现代性的兴起。我认为，这种旧式现代性的衰落、新型现代性的兴起，既影响着中国社会学的国际化，又影响着中国社会学的本土化。关于这一点我想多说几句。

所谓旧式现代性就是那种以征服自然、控制资源为中心，社会与自然不协调、社会与个人不和谐，社会和自然付出双重代价的现代性。20世纪向21世纪的过渡时期，全球社会生活景观呈现出重大转折的种种迹象，人们看到：人类对自然的倒行逆施造成了越来越严重的“绿色惩罚”，导致了天人关系的紧张，甚至“人类对自然的战争，变成了人类自我毁灭的战争”；人欲的激发和资源的匮乏所引发的对资源控制权力的争夺，又不能不导致价值尺度的扭曲、伦理准则的变形、个人与社会的关系的恶化。旧式现代性已经进入明显的危机时期。这样，在世界、在中国，探索新型现代性便成为一种势在必行的潮流和趋向。

所谓新型现代性，是指那种以人为本，人和自然双赢、人和社会双赢，两者关系协调和谐，并把自然代价和社会代价减少到最低限度的现代性。从中国社会转型加速期取得的巨大社会进步和付出的种种社会代价中，我们都能从正反两方面，亲身体会到新型现代性的深刻意涵。

就两种类型的现代性与社会学的关系而言，过往的旧式现代性锻造了以往的社会学——它的感受力和想象力、设问和眼界，甚至它的理论抱负和期望所能达到的限度。当现代性面临重大转折之时，必定也是社会重构、个人重塑、个人与社会的关系发生重建之日。社会学不可避免地卷入其中，经历预设的根本变化、视野的重

大调整、理论的重铸和再生过程。

对旧式现代性作出反应的，不仅有新型现代性，而且还有后现代性。如果说，新型现代性是对旧式现代性的一种积极、正面意义的反思，那么，主张后现代性的后现代主义则一般是对旧式现代性的一种消极、否定意义的反应。后现代主义批评旧式现代性的弊病是对的，但它的解决方法不是革除弊病，而是连现代性也加以抛弃，从而走向了极端。它对社会和知识基础的所谓“解构”，无助于增进社会的和谐。

因此，处在这样一个旧式现代性步入没落、新型现代性勃然兴起的历史时期，中国社会学必须顺应时代的要求，跟上世界社会学重建的步伐，结合中国的实际，在理论研究上开拓出新的学理空间。而经过我国快速转型期独特经验的熏陶，中国社会学界的主体性、自觉性和敏锐性已经大为提高，将有助于达到这一目标。

我们也真诚希望，本套文库能在实现上述目标的过程中发挥应有的促进作用。

以上权且作为本文库的序言，与大家共勉。

郑杭生

2003年8月于气和文轩

前 言

社会分层与生活方式的研究是社会学领域中的传统课题，但是近几年来，国内社会学者更多地将目光放在社会分层的研究上，而相应地，生活方式的研究却不多见。^①按照权威社会学家的看法，生活方式是不同经济和社会地位的群体可以看得见的指标，也是根据经济收入划分的阶层展示其社会存在的方式之一。一般来讲，生活方式主要包括社会关系的模式、物质和文化的消费方式等。^②

在社会学的研究传统中，生活方式的研究可以追溯到马克斯·韦伯 (Max Weber)。韦伯除了肯定阶级的概念外，还指出了“地位群体”的存在，这种地位群体被韦伯看成是可以竞争、共存或者与阶级群体重叠的社会亲密关系的一种形式。按照他的观点，阶级仅仅是个人在相同市场状况方面的一种聚集，而地位群体则被定义为具有相同生活方式和相同地位（如贵族、民族、种姓的特点）的人之间互动的共同体。这就是他指出的，地位群体与声望密切联

① 本研究受教育部人文社会科学重点研究基地“中国人民大学社会学理论与方法研究中心”的基金资助。

② Nicholas Abercrombie, et al., *The Penguin Dictionary of Sociology*, Penguin Books, 1994, 238.

系，而地位群体的声望“一般首先表现在向任何想属于那个圈子的人，强行要求一种特殊方式的生活方式”。他还指出，“‘阶级’是根据同货物的生产和获得的关系来划分的”；地位群体“则是根据其货物消费的原则来划分的，表现为‘生活方式’的特殊形式”（着重号为原作者加）^①。

因此，在韦伯看来，地位群体是以生活方式为基础形成的，对生活方式的认同是群体内部凝聚和排斥外部群体的机制，即他所讲的：“任何等级的社会都是靠惯例即生活方式的规则维持其制度的。”^②

1899年，凡勃伦（Thorstein B Veblen）在其著名的《有闲阶级论》中，描述了成功的工商业精英们表现出来的炫耀性消费的有闲阶级的成长。凡勃伦认为，这种炫耀性消费的生活方式是阶级地位和尊荣的社会标志。所谓尊荣，就是声望和尊敬。他指出，在古代社会，获得尊荣的途径是勇武，即在战争中掠夺和拥有战利品，此后又转化为对纪念品的占有和使用，以及拥有品级、头衔等地位等级制度。进入工业社会以后，由于“掠夺活动渐成过去，生产活动进一步代替了掠夺活动”，于是，人们博取尊荣的方式也发生了改变。“财富的占有成为博得声誉和尊敬的基础”^③。而表现财富的手段就是“有闲”的生活方式，它标志着个人的成功，不必自己通过生产劳动来获得物质生活的保障。

凡勃伦进一步指出：“使用‘有闲’这个词，指的并不是懒惰或清静无为。这里指的是非生产性的消耗时间。”^④有闲的人通过这种非生产性的时间消耗来证明自己的财富，而消耗这种时间的内容和方式构成了有闲阶级主要的生活方式，即“炫耀性的消费”。他们以此显示了与众不同的优雅、精致的物质和精神生活，显示了该

① [德] 马克斯·韦伯：《经济与社会》（下卷），254、259～260页，北京，商务印书馆，1997。

② [德] 马克斯·韦伯：《经济与社会》（上卷），339页，北京，商务印书馆，1997。

③ [美] 凡勃伦：《有闲阶级论》，24页，北京，商务印书馆，1964。

④ 同上书，36页。

阶层特定的阶级和地位身份。事实上，那些夸财斗富和炫耀性的消费是个人竞争社会地位的一种策略，即“有教养的举止和生活方式是与明显有闲和过度消费的规范相一致的……对贵重物品进行引人注目的消费是有闲绅士博取声望荣誉的一种手段”^①。

20世纪80年代前后，作为社会学分支之一的消费社会学开始快速兴起。虽然这个领域中的理论观点差异极大，但是却存在一个主要的共同点，即各种理论都认为，对消费研究的关注，为社会不平等和政治联盟的传统分析提供了一个新的视角，甚至有可能为社会学思考的大规模革命提供了基础。他们主要的理论诉求是，社会学一直被19世纪古典理论的关键概念如疏离、科层制、社会阶级、劳动分工和其他早期工业资本主义的特征所统治，所有这些都强调生产是社会意义的渊源和社会秩序或社会冲突的基础。但是，这种分析视角或者概念在资本主义社会晚期已经不那么具有解释力了。

他们认为，消费在塑造人们的社会关系和社会意义方面一点儿也不逊于生产。一些社会学家争辩道，那些通过市场获得他们消费品的群体与通过不平等的身份特权获得消费品的群体之间存在着巨大的社会裂痕，这种裂痕比起阶级的对立来讲是同等或更为重要的，它必然影响人们的政治态度、生活机会和认同感。

在消费社会学的研究领域中，有一种观点颇为引人注目。这种观点认为，大众消费中以地位群体为核心决定的消费方式开始转向有意识的消费行为，人们通过消费行为来维持、整合一种群体的认同感，使自己成为自己想要成为的阶层或群体。消费包含了物质和文化的消费两个方面，而物质商品往往被当成是具有象征意义的符号。人们通过对不同商品（符号）的消费来保持自己的个性，同时，似乎更为重要的是维持了群体的特征。

一些激进的论者甚至主张，生活方式或者消费行为是培养阶级意识或者阶级归属意识的日常生活行动。一方面，阶级属性影响着

^① 转引自[美]科塞：《社会学思想名家》，292页，北京，中国社会科学出版社，1990。

个人的生活方式；另一方面，生活方式又强化着个人对所属阶级的认同和阶级本身的整合，并且成为阶级可以被鉴别的标志。

当代社会学巨擘布迪厄（Pierre Bourdieu）关于文化资本和惯习的精湛论述将生活方式的研究推进了一大步。他认为，各自分离的“阶级断片”在教育、收入和职业上有着共同的地位；每一断片或阶层是由惯习或价值观、世界观所聚合起来的，而这些惯习和价值观或世界观来自于“如同我们一样”（like us）的共同生活经历和共同生活方式的肖像。

布迪厄的文化资本概念的含义包括高等地位的消费实践、“优雅举止”和享有特权的生活方式等，这种实践、举止和生活方式是长期以来逐步形成的，教育的成功大多数情况下取决于个人吸收这些主流文化或者获得这些文化资本的程度，因此，具有这些文化资本的阶层自然在与其他不具有这些文化资本的阶层竞争时，就先天地占据了有利的位置。所以，在布迪厄看来，教育制度的功能就是再生产统治阶级的文化，并且保证他们的继续统治。^①

惯习，主要指的是后天获得的思想、行为和品位的模式，这个概念将社会结构与生活实践或社会行动联结起来。布迪厄认为，品位是一个深刻的意识形态话语：它是作为一个“阶级”的标记发挥功能；同时，它也是该群体与同阶层的其他群体横向联系以及与其他不同阶层群体纵向区隔的标记。文化的消费是“有倾向性的、有意识的……来履行将社会差别合法化的社会功能”^②，因此，不同的阶级或者阶层有不同的生活方式和文化上的不同嗜好（品位）。

应当讲，布迪厄的文化资本的成分是被社会建构的，它似乎更是不劳而获的东西，是个人社会化的副产品，表现了地位群体垄断性封闭的特点。

① See Nicholas Abercrombie, et al., *The Penguin Dictionary of Sociology*, Penguin Books, 1994, 96, 98; Gordon Marshall, *The Oxford Dictionary of Sociology*, Oxford University Press, 1998, pp. 133~134.

② Pierre Bourdieu, *Distinction: a Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1984, pp. 170~171.

白领群体或阶层是社会学研究的主要对象之一，按照第一个提出白领概念的社会学家赖特·米尔斯（C. Wright Mills）的观点，白领阶层主要指不直接从事物的生产的职业劳动者，或者也可以讲是非体力劳动者，但是，又不包括管理的最高领导者。白领群体构成了现代社会中产阶级的主体，为了与传统的中间阶层相区别，白领群体有时亦被称为新中间阶层。自米尔斯的《白领》出版后，关于这个阶层的劳动性质、经济境遇和社会地位、意识形态和生活方式就成为学术界研究和争论的焦点。

近几年来，白领这个术语在我国已经广为人知。白领群体的形成、特点以及生活方式也开始成为社会和学术界关注的热点。虽然这方面的研究一直没有停止过，但是关于白领阶层生活方式的研究还基本处于大众传媒报道的水平，真正采取规范的社会学调查的实证研究还比较缺乏。本研究关注的主要是完全市场化的企业，这些企业建立了新型的企业制度，在这些企业中工作的员工与发达国家市场经济体制下的白领阶层享有的制度环境有很大的相似性。这种白领群体的出现，对于我们国家来讲具有重要的意义，它是社会主义市场经济制度建立后的最初的白领群体。对于该群体生活方式的考察，可以使我们把握今后随着改革开放的深入，将越来越扩大的白领群体生活方式的特点和趋势。

本书包括两个部分，一部分是有关社会分层和白领及其生活方式研究的理论，另一部分是有关这方面的实证研究。第二部分的研究所依据的数据来自于2001年6~9月在北京的一项抽样调查，样本是就业于中关村科技园区登记的高新技术企业的白领。样本占这些企业的比例分别是：外资企业6.6%、合资企业13.5%、民营企业30.3%、股份制企业21.6%、新型国有企事业23.9%、其他4.1%，基本都是新型的、市场化程度较高的企业。调查的实施是采用随机抽样的方法，从中关村科技园区管委会登记的企业名单中抽取了100家企业；然后根据企业中从事非体力劳动人员的规模，按一定比例抽取了100家企业中的550个样本，实际调查中回收样本497份。

参加本书撰写的还有张宝锋、马姝、张达、姚志杰，全书由我设计、组织安排并统稿。最后，希望本书的出版能够有益于国内学术界对社会分层与消费以及生活方式的深入研究。

夏建中

2003年12月9日

于美国芝加哥大学国际会馆寓所

目 录

第一章 消费社会学的理论发展与当代研究

- 一、消费社会的形成与发展/1
- 二、消费社会学的理论视角/10
- 三、当代消费社会学的研究/25

第二章 白领研究概述

- 一、白领的概念/48
- 二、白领的阶级属性/50
- 三、白领的社会地位/56
- 四、白领的生活方式/59
- 五、权力的行使方式/62
- 六、白领的社会功能/66

第三章 我国城市中产阶级形成的背景、构成状况、特征及功能

- 一、中产阶级形成的社会背景/69
-

- 二、中产阶级的构成与现状/72
- 三、中产阶级的特征/82
- 四、中产阶级的社会功能/85

第四章 社会学关于生活方式的研究

- 一、生活方式研究的意义/90
- 二、生活方式的概念之争/93
- 三、生活方式的研究历史/98

第五章 中国城市白领阶层的生活方式

- 一、中国白领群体的产生/111
- 二、白领群体的生活方式/119
- 三、生活方式、社会结构与理性选择/138

第六章 白领群体消费观的实证研究

- 一、白领群体概述/151
- 二、阶级、消费与生活方式研究/154
- 三、白领群体的消费特征/158
- 四、解释与思考/170

附录 远东经济评论：中国精英生活方式调查/177

消费社会学的理论发展与当代研究

生活方式、消费社会甚至一些文化研究，在发达国家社会科学的发展中，基本上都归类于消费社会学的研究。由于消费社会的产生和发展，消费在人类社会中的作用越来越明显，不仅仅对生产起着重要的制约作用，而且也深刻地影响着人的生活方式和文化的表现形式，直至影响或者反映社会分层和社会结构的特点和变化。下面我们将描述消费社会的历史发展，阐述消费社会学的几种有代表性的理论观点，最后，介绍当代消费社会学研究的一些新的热点问题。

一、消费社会的形成与发展

虽然消费在人类历史上所有的民族和文化中都存在，但是，只是到了最近，真正在大众基础上形成的大众消费才开始变成社会基本的属性，而不仅仅是以往社会的一种附带现象。一般来讲，凡是存在物质生产的地方，就存在着物质的消费。但是，在人类社会的