

摘要

本研究主要以赣南 Y 村为个案，通过参与观察和深度访谈的方式获得田野资料，采用了村庄日常生活的视角，考察了村庄中的各种面子竞争行为，分析了其产生的结果和解决机制，试图从村庄自身的逻辑中去解释面子竞争的形成机制和解决机制，探索村庄日常生活中的面子竞争机制。

研究结果表明，第一，面子具有多层次性和复杂性，面子主要体现为一种竞争关系，在不同地区及不同的时期，面子竞争的具体内容可能不一样，竞争的强度也可能不一样。第二，面子竞争从而使村民获得或失去面子，面子以及围绕着面子的竞争是维护村庄社会团结和集体感情的一种常规的和有效的方式。第三，面子竞争的异化破坏村庄团结，扰乱了村庄社会秩序。第四，面子作为一种社会控制手段通过舆论、贴标签、流言蜚语和咒骂等方式对面子竞争的异化进行控制，从而维护村庄的社会秩序。第五，不同类型的村庄面子竞争所关注的层次，产生的结果，面子社会控制功能的强弱是不一样的。这可以通过农民认同和行动单位、地方性知识和熟人社会来解释。

本土社会心理学关于面子的研究具有抽象化和概念化的特征。本研究是一项实证研究，通过深入到群体生活中去发现社会民众生活的逻辑，并从中提炼有关面子的群体生活命题，是一种不同于本土社会心理学的研究路径。

关键词：村庄； 日常生活； 面子竞争； 地方性知识；

Abstract

This study mainly takes the Y village in the south of Jiangxi Province as an example, obtaining the field data through participant observations and in-depth interviews. In the perspective of daily life, this study inspects face competition behavior of the village, analyses the results and the settlement mechanism, in order to explain the formation of face competition and its settlement mechanism from the village's own logic.

The study shows its points as follows. Firstly, face is multi-layered and complex, mainly reflected as a competitive relation. The contents of face competition may be different in different areas and different times, so does the intensity of face competition. Secondly, the villagers would have or lose face in the face competition. This and its competition are a normal and efficient method to protect social solidarity and collective sensation of the villagers. Thirdly, the alienation of face competition destructs the solidarity and the order of the village. Fourthly, the face is a means of social control, which includes mass opinion, labeling, damn lies and slanders, etc, to safeguard the social order in the face competition. Fifthly, different types of villages have different layer, results and intensity in face competition, which can be explained by farmers' agreement and action units, local culture and social acquaintances.

The researches of Local Social Psychology on the face are abstract and conceptual. This study is an empirical research, finds the logic of the social lives of villages based on the research of the group lives, and extracts some group life propositions on face competition. It is different from the study paths of Local Social Psychology.

Key word: Village Daily Life Face Competition Local Culture

独创性声明

本人声明所呈交的学位论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除文中已经标明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到，本声明的法律结果由本人承担。

学位论文作者签名：

日期：2007年6月5日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅。本人授权华中科技大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

本论文属于 保密，在____年解密后适用本授权书。
 不保密。

(请在以上方框内打“ ”)

学位论文作者签名：汪永涛

指导教师签名：贺雪峰

日期：2007年6月5日

日期：2007年6月5日

1 导论

1.1 问题的提出

很多学者用中国本土概念——“面子”、“人情”、“关系”等来解释中国人的行为(韩少功, 2001; 阎云翔, 2000; 翟学伟, 1995; 金耀基, 1993; 黄光国 1988; 胡先缙, 1944), 试图从宏观的儒家文化和现实文化来探索中国人的行动逻辑, 这是在一种宏观的和抽象的意义上来建构中国本土理论。“面子”等概念随着时代的变化而具有不同的内容, 仅仅从传统的儒家文化和现实文化出发, 抽离了具体的时代背景, 显然无法把握住“面子”等概念随时代变迁而具有的不同内涵。受西方社会交换理论、社会资源理论及社会网络理论等理论的影响, 有些学者将人情和面子作为一种关系资源附加在西方的相关理论框架内进行研究或建构模型。然而将中国本土概念硬套在西方的理论框架中, 忽视了中国的社会结构, 反而歪曲了它本身的内涵, 无法解释中国人的行动。

“面子”普遍存在于中国人的日常生活中。在对湖北荆门 D 村和江西吉安 Y 村的两个村庄的调查中发现: 两个村庄都存在着面子竞争行为, 但两者又存在着明显的差异。湖北荆门 D 村有四大姓, 但另外还有十几个杂姓, 村庄没有宗族意识。村民的房子都是破旧的一层楼房, 很多房子还是以前的土砖房, 外面刷了一层白石灰。在生育观念上年轻一代的表示只愿生一个, 即便是女儿也无所谓。但是电视机、摩托车、手机等耐用消费品几乎家家都有, 虽然很多年轻人出外打工用不上摩托车, 但是很多家庭却有几部摩托车放在家中。而在江西吉安 Y 村, 村民有着强烈的生育男孩观念, 并把建房看得非常重要, 村民把“生男孩、建房子、娶媳妇”看成是他们人生是否圆满的标志, 而较少购置摩托车、手机等耐用消费品。这说明在不同的村庄中, “面子”的具体内容是不同的, 面子竞争的内容也是不同的。

村庄生活无疑裹胁在面子下。至于获得什么样的“面子”观念, 如何获得“面

当其中一个目标没有达成时, 他们就会觉得人生不圆满, 并会感觉非常遗憾。

有一个村民带着手机去田里, 结果掉到水里面去了。结果被村民传成笑谈, 说某某下地干活还带着个手机, 真是装时髦。

子”，在什么情况下会丢失“面子”等则是由当地的村庄结构和地方性知识决定的。

“面子”在不同的村庄有不同的表现形式，那么它们在本质上是否相同？“面子”的运行过程和机制又是如何？

本文将从微观的角度，以江西赣南地区的Y村为个案，以村庄日常生活为视角，通过考察村庄日常生活中的各种面子竞争行为如：生育、建房、娶媳妇等，分析了其产生的结果和相应的解决机制，并从村庄自身的逻辑中去解释面子竞争的形成机制和解决机制，探索村庄日常生活中的面子竞争机制。

1.2 文献综述

考察一个村庄的面子竞争机制，必须回到村庄本身去。因此本文有必要吸取有关村落研究中的成果。村落研究在二十世纪三、四十年代取得了辉煌，改革开放后村落研究取得了很多成果，但总体上来说还没有超越它们。

1.2.1 有关村落的研究

下面对村落研究做一个简单梳理。

第一，二十世纪三四十年代的村落研究。当时吴文藻提倡“社区方法论”，这些村落研究也正是社区研究，它们成就了真正意义上的“中国社会学派”。其中主要有费孝通（1986）的《江村经济》，它的成就最为显赫，被称为是社会人类学发展的里程碑，王铭铭（1997）归纳了马林诺夫斯基的三点理由：第一，费著将促使人类学从简单的“野蛮社会”走向“复杂的文明社会”；第二，此书将开创本土人类学的发展路径；第三，《江村经济》注重探讨社会变迁，将会有益于人类学应用价值的推进。

林耀华（2000）《金翼》中的“黄村”，《义序的宗族研究》中的“义序”。在《义序的宗族研究》中，他极为注意闽东农民生活中文化濡化与理念先在的关系，并指出义序乡村的传统文化因素还在相当程度上影响以致支配社区人们的思想和行为。杨懋春（2001）《一个中国村庄：山东台头》里面的“台头”。杨氏考虑到村外关系，但仍以村内和家庭生活为主，实在是抓住了中国乡村文化的本质。“中国社会学派”

华中科技大学硕士学位论文

有自己的方法论主张即社区，并且有着强烈的现实关怀。

第二，新中国成立后，作为学科的社会学和人类学的研究基本上都停止了，但是，改革以后，社会人类学在中国大陆迅速恢复，发展极快。这时的村落研究成果主要有王铭铭（1997）《社区的历程——溪村汉人家族的个案研究》，《村落视野中的文化与权力——闽台三村五论》。王铭铭的“溪村”研究除了要解决人类学上村落研究缺乏历史的理论问题之外，同时严格涉及到了村庄传统与现代转型的问题，在“闽台三村”中表现得尤为明显。折晓叶（1997）《村庄的再造》，它解释的是现代化背景下的乡土中国的变迁问题。曹锦清（2000）《黄河边的中国》，他完全采用“人类学日志”的方式提交研究报告。于建嵘（2001）的《岳村政治》。应星（2002）《大河移民上访的故事》，利用过程分析，以讲故事的方式将整个上访过程展现出来。这些研究基本上都是要解释乡村社会的现代变迁。与此同时，二十世纪三四十年代被表述的村落以及部分海外学者研究过的村庄被重新表述和研究。“回访人类学”兴起，在这当中比较有代表性的是费孝通本人及其弟子对江村的回访研究，庄孔韶对黄村的回访，兰友林对华北村落的追踪调查，周大鸣对凤凰村的回访等。

上述的村落研究都是微观意义上的，它们都有其特殊性，都是一种地方性知识。然而在其特殊性下，它们又都具有某种共同特征，因此还需要在此基础上考察中国乡村的宏观研究。

关于中国乡村的宏观研究这里简单的介绍一下。一是乡村建设派的理论。上世纪二三十年代的乡村建设运动作为一种村治实践可以为本研究提供启示，同样为本研究提供了观察乡村的一个视角。在这当中，最为系统、最为深刻的是梁漱溟的乡村建设理论。梁漱溟从其文化哲学入手，对乡村建设及其改造进行了系统的理论设想。梁漱溟（2000）在《中国文化要义》中对中国社会结构有深刻分析，指出中国人重家庭，西方人重团体生活，中国社会是“伦理本位”，这些观点至今仍然保持着对中国社会足够的解释力。二是乡村调查。李景汉在燕京大学开设社会调查方法课

折晓叶. 村庄的再造：一个“超级村庄”的社会变迁. 北京：中国社会科学出版社，1997
这些回访研究成果中最为显著的是庄孔韶的《银翅》，详见庄孔韶等著. 时空穿越：中国乡村人类学世纪回访. 北京：中国人民大学出版社，2004
地方性知识是由吉尔茨提出的。（见吉尔茨. 地方性知识. 王海龙等译. 北京：中国编译出版社，2004）
郑大华. 梁漱溟. 北京：人民出版社，2001

华中科技大学硕士学位论文

时的《北平郊外之乡村家庭调查》以及主持定县实验区调查时的《定县社会调查》都堪称经典，其学术价值现在仍然在体现。另外，杨开道、许仁廉主持的清河镇的调查，陈翰笙主持的中国南方农村调查成果显著。这其中中国共产党人进行的调查，如毛泽东的《中国社会各阶级的分析》及《湖南农民运动考察报告》正确地分析了中国的形势并很好地指导了革命。三是“中国社会学派”的其他乡村研究，这其中的代表是费孝通的《乡土中国》。“乡土中国”已经成为对中国乡村最为经典的表述，其中的“差序格局”概念对中国乡村社会仍然具有相当程度的解释力。

村落研究的发展与海外乡土中国的研究密不可分。二十世纪三十年代，葛学博在广东凤凰村调查之后的作品《华南的乡村生活——家族主义社会学》，在这本书里讨论了中国乡村社会的一些基本问题，尤其关注家族问题，其影响主要在家族主义方面。这一时期日本伪满洲铁路株式会社组织的“中国农村惯性调查”有极高的学术价值，并对后来的汉学研究产生巨大影响。这一时期的主要成果还有：1940年韩丁根据革命根据地的调查所写的《翻身：一个中国村庄的革命纪实》，柯鲁克夫妇根据1937-1947经历的土改历程写的《十里店：中国一个村庄的革命》。1949年以后，海外乡土中国研究面临亦喜亦忧的局面，一方面中国本土学者已经没有做纯粹学术研究的空间，另一方面海外学者也很难再进入现场进行中国研究。正是在这种情况下，汉学人类学发生了极大的转变：一是弗里德曼对社区研究方法在中国的适用性提出质疑，认为把马林诺夫斯基所提倡的功能主义的社区研究方法从非洲简单社会搬到中国复杂社会并不合适，由此他认为应该多关注社会结构；这时期，弗里德曼的宗族范式在汉学人类学研究中产生巨大影响，其主要代表作是《中国东南的宗族组织》。二是施坚雅的市场共同体论的兴起及其对村落研究的挑战。在《中国农村的市场和社会结构》中，施坚雅在对四川平原进行考察以后，否认了村落作为中国农村基本单位的意义，主张将集市作为研究的基本单位。80年代以后，进入中国大陆进行田野调查成为可能，海外乡土中国研究和本土研究在历史上基本上是一个此消彼长的关系，到目前为止，频繁的学术交流已经使两者的区隔大大减少，但双方各

根据“中国农村惯性调查”资料所研究的主要成果有：黄宗智《华北的小农经济与社会变迁》、《长江三角洲小农家庭与乡村发展》，杜赞奇《文化、权力与国家》等。

有优势。就村治研究而言，海外乡村研究凭借其优良的学术传统及精致的学术训练，使得其研究成果极具启发性；但本土研究凭借其经验，更能认识深刻的乡村生活逻辑，并在其中建立自己的学术传统。

1.2.2 有关面子的研究

在过去的半个多世纪里，中外学者针对面子问题进行了努力地探索，如今面子这个词已被不同领域的学者——社会人类学家、社会语言学家、社会学家和心理学家——用于解释各种各样的社会现象。

最早也是最为西方世界所关注的有关中国人面子的论述开始于美国传教士史密斯的《中国人的气质》这本书。史密斯（1894）认为“面子”这个词对于中国人来说内涵复杂，其中包含的意义，比我们所能描述或者可能领悟的含义还要多。林语堂（1936）认为面子是一种可以“得到”，可以“丢掉”，可以作为礼物送给别人的心像，并将“面”与“命”、“恩”结合称为三个不变的中国法则，认为它们是中国社会等级观念与等级内平等的观念所产生的社会行为规范，与西方人的荣誉不同。并肯定地断言，除非这个国家的每个人都丢掉自己的面子，否则中国不会成为一个真正的民主国家。

直至40年代，中国早期留美人类学家胡先缙（Hu，Hsien Chin）才开始从学理上对脸面分别施予了学术上的定义。胡先缙（1944）将中国人的面子观分为脸、面两类。“面子”是个人借由成功和夸耀而获得的名声，也是借着个人努力或刻意经营而累积起来的声誉，“脸”是团体对道德良好者所持有的尊重。虽然二者都代表了群体对于个人的尊重，可是它们所根据的标准却有所不同。何有晖（1974）指出脸和面不应该以有无道德来区分，也就是说，脸和面子两者都含有道德和声誉。面子不是行为的标准，因为判断面子得失的标准是随文化而异，也会随社会变迁而改变。面子不是人格的变项，它不是个人内在的自我评价过程，个人必须从他人对自己的评价中确知其面子。最后他提出面子是个人由于地位和贡献而从他人那里获取到的尊重和顺从。朱瑞玲（1987）认为从胡先缙提出脸面分野开始，就可以看出面子至少包含两种社会赞许的价值，一个是个人成就，一个是品德，由此发展出来的面子概念就有两种：一

华中科技大学硕士学位论文

种是符合外在社会要求的面子(包括个人拥有的身份地位、政治权力、学术成就等),它是由社会所赋予的面子;另外一种是个人内化的道德行为,是来自自我要求的面子,不需要他人评价。黄光国(2004)将脸面分为道德脸面和社会脸面。社会脸面主要是个人借由自身的才干、努力或能力而“获致之地位”,但它也可能是由个人出生时的血缘关系而被赋予的“赋予之地位”。道德脸面代表社会对个人道德品格完整性的信任。翟学伟借鉴了胡先缙的“脸”、“面”两分法。他指出脸是个体为了迎合某一社会圈认同的形象,经过印象整饰后表现出来的认同性的心理与行为,而面子是这一业已形成的心理及其行为在他人心目中产生的序列地位,也就是心理地位(翟学伟,2001:76)。

以上有关“面子”的研究要么停留在概念和语词的分析上,深入一些的也多只是停留在个体之间的关系上来讨论面子,尤其是一般个体与特殊的权威个体之间的权威服从关系、权力支配关系或利益交换关系,而没有从群体内部关系的角度去考察“面子”。

以吴毅、贺雪峰为代表的“华中乡土派”通过田野式调查,深入到农村村庄生活的逻辑中去解释各种面子竞争现象。

贺雪峰在他关于农村村治模式的调查中,将面子作为村治模式的一个关键词,论述了建房、人情往来、红白喜事等面子竞争行为。试图用农民认同和行动单位、地方性规范和地方性共识等视角来解释这些现象。陈柏峰,郭俊霞(2007)在《也论“面子”——村庄生活的视角》这篇文章中从村庄生活的视角解读“面子”,进入村庄生活的逻辑中,探讨“面子”的语境化意义和功能。原子化、小亲族、宗族等几种不同类型的村庄中,“面子”的具体含义、表现形式、社会控制功能等都有很大差异。陈柏峰(2006)在《宗族型村庄的“面子”机制——赣南版石镇调查之五》中将面子机制中的“亏欠”和“给予”与法治社会中“权利”与“义务”相类比。面子货币作为一个媒介将村民的生活都笼罩在其中。面子机制可以分为三个层面:第一个层面是村庄中村民个体与个体之间的关系,第二个层面是村民个体与村落社区整体之间的关系,第三个层面反映村庄与村庄之间的关系。杨华(2007)在《湘南宗族性村落的面子观》中提到水村人“三位一体”的面子观,即“养崽、起屋和

讨媳妇”乃人生三大重要任务，缺少一项人生就会大为不同，在村落社区的“面子”也会有所改变，其中儿子是获取“面子”的关键。

1.3 相关概念界定

概念是研究和论证的基本单位，如何选择和建构相关的分析概念，对我们的研究十分重要。特别是由于目前学术界对于本文使用的概念存在着不同的界定，要求我们进行必要的阐述。

（1）面子

很多学者尝试给面子下定义。根据戈夫曼（Goffman, 1955）的看法，“面子”概念事实上是一套行为互动法则，而非行为目标本身。或者说，对社会机构而言，它是一种维持社会秩序的工具；对个人而言，它反映在所欲追求的社会地位或声望，但必须透过遵循社会规范而得。本研究中面子的具体内容与当地的地方性知识相关，为了更好地进行研究，本文采取了胡先缙对面子的定义，即“面子”是个人借由成功和夸耀而获得的名声，也是借着个人努力或刻意经营而累积起来的声誉。

对于面子竞争学界并没有给出准确定义，在调查中发现面子主要体现在一种竞争关系中，所以在本文中将个体与个体、群体与群体之间为了获得面子而竞争的行为称为面子竞争，它主要体现在对载体物的竞争中。

本文主要是论述面子竞争机制，面子竞争机制包括面子竞争的形成机制和解决机制。学界对这个概念也未进行过定义，因此在本文中将之定义为面子竞争的产生、结果和相应的解决过程。

（2）地方性规范和地方性共识

地方性规范是一个地方的人们所共享的关于行动正确与错误的知识。强地方性规范使地方上的人们有明确的行动目标和道德标准。与地方性规范相关但又不同的是地方性共识。所谓地方性共识，就是一个地方的人们所认为的理所当然，也就是一个地方的人们所共享的知识（贺雪峰，2007）。本研究中地方性规范指在长期的生产、生活实践中，乡民们达成的公平正义观念和人际交往准则。

村庄秩序是通过事件来建构的，重复发生的日常性和突发性事件使应对事件的人与人的关系具有重复博弈的性质。重复博弈形成了人与人之间的一种隐形的、模糊的“约定”，约定各方可以对对方的行为有较为明确的预期，各方共享一种“承诺”或公认一种“游戏规则”，这种“承诺”或“游戏规则”构成了吉尔兹所说的“地方性知识”。

（3）农民的认同和行动单位

农民的认同和行动单位中，首先是农民的认同单位。所谓农民的认同单位，是指农民认为自己所属的群体，这个群体构成了农民具有归属感的单位。认同单位并不是一个功利性的联合体，而是以功能合理性为基础，同时又逐步被赋予文化含义，并形成与之相一致的规范的共同体，是自己人的群体。这种规范，最终会成为一种身体无意识，成为共通的地方性共识。通过利用对认同单位的认同去实现其功能性目标，从而认同单位也就进一步转变为行动单位，只有将功能合理性与文化共识性联合起来才能称之为认同和行动单位（贺雪峰，2006）。

农民行动单位建构在村民的双层认同上。核心家庭构成了农民的第一层认同和行动单位。国家事实上不能真正将权力触角伸入到农村社会的方方面面，而家庭又无法提供与农民生产生活密切相关的公共物品，因此农民客观上需要一个介于国家和家庭的认同和行动单位。因为这种内在需要，以血缘为纽带的伦理观念仍在起作用，因此在家庭这个认同和行动单位之上还形成了另一个农民认同和行动单位。如鲁西南地区的小亲族认同，南方东南地区的宗族认同，关中的户族认同和行动单位。

1.4 研究思路

本研究采用了村庄日常生活的视角。匈牙利女哲学家阿格妮丝·赫勒在《日常生活》一书中从多方面分析了日常生活的基本结构和一般图式的特征。她认为：首先，日常生活具有重复性，是以重复性思维和重复性实践为基础的活动领域；其次，日常生活具有自在性，是以给定的规则和归类模式而理所当然、自然而然地展开的活动领

参见梁治平编. 法律的文化解释. 北京：三联书店，1998.82-83

华中科技大学硕士学位论文

域；第三，日常生活具有经验性和实用性（阿格妮丝·赫勒，1990：3）。因此只有日常生活才构成村庄生活的一般状态，构成一个村庄生活的历史基点。日常生活往往是在风俗习惯中进行的，对村民而言其行动逻辑是无意识的，而对这种风俗习惯无意识的行动逻辑的解读则构成了特定地域文化的机制。

基于此，本研究主要以赣南Y村为个案，考察了村庄日常生活中的面子竞争机制。首先，描述了村庄中的主要面子竞争行为，如生育男孩、建房、娶媳妇、红白喜事及其仪式。其次，分析了面子竞争所导致的结果。以上两部分构成了面子竞争的形成机制。第三，分析当面子竞争异化时，村庄将如何解决，尝试提出面子竞争的解决机制。最后，用农民认同和行动单位、地方性知识、熟人社会对村庄的面子竞争的形成和解决机制进行了解释。

本研究以田野调查为基础，以参与观察和深度访谈的方式获得资料，运用了定性研究的方法。本研究试图从村庄的自身逻辑中去解释村庄的面子竞争行为，提出面子竞争的机制，并且运用了比较的视野，以区别于本土社会心理学中有关面子的宏观和抽象的研究。

1.5 研究对象和研究方法

1.5.1 研究对象

Y村 以前称为Y大队，位于江西省吉安县万福镇和吉水县阜田镇之间，属于赣南地区。地属丘陵地带，部分村子有山林，有一条江为桐江横穿当地。共有580户人家，2100口人，耕地1620亩，旱田100亩。有八个自然村，其中七个自然村大部分都是同一姓氏，属于同一宗族，因此是典型的宗族性村庄。其中势力最大的村为B村和S村。每个村都建有祠堂，不过大部分祠堂因为年久失修，现在都很破旧，这几年村上都集资新建祠堂，村中的个别小姓无法参与新建祠堂，又因为人少钱少无法自己修建祠堂，只能作罢。Y村中的自然村C村较特殊。它在解放前期是一个市场，后来由于市场失败而形成一个村庄，所以是杂姓村，势力最单薄，被称为“小香港”。C

Y村在这里是行政村。

华中科技大学硕士学位论文

村中的大部分村民都是来自Y村其他的宗族性村庄。他们虽住在C村，但是所认同的单位仍是自己所属的宗族性村庄，他们的田由所属宗族性村庄分，红白喜事等公共事物也由所属宗族性村庄办理，他们只是居住在C村的某某村人而已。本调查中所访谈的主要对象是C村村民，不过所欲了解的是整个Y村的状况，正是由于这种特殊性，使得本目的可以达到，而且笔者也对其他村庄进行了相关调查。

村民人均七分地，主要种植水稻。虽然现在国家发放粮食补贴，但村民普遍都不愿意种田，村民算上各项开支，觉得种田划不来。现在主要是老年人和中老年人在家种田，老年人年纪大了大部分只种点口粮，其他的田给别人种。中老年人有些没有什么技能，出外打工别人也不要，只好在家里种几亩地或者做点小生意。50岁以下的男性村民大部分都在外打工，年轻男女都在外打工，年轻妇女一般是为了生小孩才待家里，等生完小孩断奶后，又出外打工了。因此村里一般都是老人带着小孩生活，大部分家庭都成为空巢家庭。除了农忙时节，平时都很闲，很多村民都是以打牌来度过平时的闲暇生活。

本研究中还采用了比较法，将江西吉安Y村与湖北荆门D村进行了比较，以更好的理解村庄中的面子竞争机制。因此这里还简单地介绍一下D村的情况。

D村位于湖北省中部，属丘陵地带。村民以聚居形式居住，紧挨公路呈一字型分布，交通便利。这既是一个自然村，也是一个行政村，共有三个村民小组，一共有224户人家，其中一组72户，二组70户，三组82户。村里有许、梅、李、钟四大姓，但是同姓之间并没有宗族意识，此外还有十几个杂姓。全村共有耕地面积905亩，人均8分5厘地，每家大概就是3、4亩地，是一个典型的人多田少的村子。村债务有40多万，债权有4万多。D村98年才开始有人出外打工，其中外出打工人员有310人，大多数年轻夫妇一块出外打工，将小孩给家中的爷爷奶奶抚养。D村在家庭之上没有更高的认同单位，是一个原子化村庄。

在对C村一个村民访谈时，涉及到本村村民和他所属宗族性村庄的村民之间的一件纠纷，他说自己不方便讲，要不然别人会说他胳膊肘往外拐。

原子化村庄是指中国农村社会的一种村庄类型，在这种村庄中，农民成为以核心家庭为单位的行动者，其上其下的差序各方都被虚置，核心家庭之间恰如不相关的原子。在这种村庄中超出核心家庭之上的合作很难发生。

华中科技大学硕士学位论文

1.5.2 研究方法

本研究采用的是实地研究的方法。实地研究是不带假设直接到社会生活中去收集资料，然后依靠研究者本人的理解和抽象概括从经验资料中得出一般性结论。

实地研究的资料分析主要是主要运用定性分析和投入理解法，研究者需要结合当时、当地的情况并置身于他人的立场才能对所观察到的现象做出主观判断和理解，这种解释并非靠统计数据的支持，而是依靠研究者本人对现象本质和行为意义的理解（袁方，1997）。

笔者通过参与式观察和深度访谈的方式，收集了大量一手资料。在收集资料的过程中对资料进行了整理分析，形成研究假设，并通过进一步的调查来检验研究假设。“大胆地猜测，小心地论证”，我们正在这种状态下来完成实地研究的。

1.5.3 资料的技术处理

为获得研究的第一手材料，笔者于2006年7月、8月份分别对江西吉安Y村和湖北荆门D村进行了为期半个月的实地调查，本项研究所使用的实证材料大部分来自于此。对于笔者及其他调查者所得材料，笔者在不改变原意的基础上作了技术性处理。其中包括对访谈材料的编号，其原则是按照访谈者姓名拼音、访谈地点、访谈日期及访谈对象姓名的首字母组合的顺序编号，如笔者2006年8月5日在Y村对李四的访谈就表述为“Wangyongtao/Y/060805/LS”。

在材料使用上，本项研究除使用笔者所收集的访谈资料外，还将使用其他调查者关于面子竞争的调查材料，这些调查者是贺雪峰、杨华、陈柏峰等。这无法保证调查个案的纯粹性，但笔者认为最重要的在于说明问题本身，少量个案之外的材料反而有助于说明个案的类型特征。

2 村庄日常生活中的面子竞争行为

2.1 面子的层次

“面子”是群体生活的产物，它栖身在群体生活之中，表现为群体之间的互动，这种互动更重要地体现为普通民众之间的互动，而不仅仅是民众与精英之间的互动（陈柏峰，2007）。在村庄中，“面子”主要表现为一般村民之间的互动，而不仅仅是村民与村庄精英之间的互动。这种互动不仅体现个体与群体之间的关系，而且凸显群体生活本身的特征，不同的群体可能具有不同的特征。在村庄生活中，面子主要体现为一种竞争关系，在不同地区及不同的时期，面子竞争的具体内容可能不一样，竞争的强度也可能不一样。人们正是在这种竞争关系中，获得个体的价值和生命的意义。

在个体层次上，村民在甲类事情上争面子，在乙类事情上则可能不争面子。面子具有多层次性和复杂性，一个人要讲面子，并不需要表现在所有的事情上。Y 村村民在生育男孩、建房、娶媳妇、红白喜事等方面有很强的面子观念，甚至还会做出“打肿脸充胖子”的行为，但是在孝道方面相对来说没有这么强的面子观念。给老人最基本的物质生活资料，他们认为这样就算尽了孝道，即便他们生活再富裕也不会多给。为此私底下很多老人觉得自己那些生活较富裕的儿子没有良心。面子是有层次可言的，村民对面子也是有所区分的，他们在争面子时是有所侧重的，有些方面的“面子”可以放弃，而有些方面的“面子”必须尽量争取。

在村庄层次上，村庄是由村民构成的，村民眼中的面子有层次，但在一个村庄中，甚至一个区域的村庄中，村民对在何类事情上应当争面子，在何类事情上可以不争面子，常常有着基本相同的认识，这种认识就构成了这一区域的“地方性共识”。在不同区域的村庄中，这种“地方性共识”有着明显差异。江西 Y 村的面子竞争主要体现在：生育男孩以传宗接代；建房为娶上媳妇做准备；大摆酒席以炫耀家庭实力等方面。而湖北 D 村的面子竞争主要体现在：耐用消费品炫耀式消费、吃穿等日

用品消费等方面。而且这种地方性共识在同一个地方也会随着时间的改变而改变。90年代初，姑娘未婚先孕在Y村是一件非常丢脸的事情，会使整个家庭蒙羞，但是现在“先生孩子后办结婚酒席”反倒成了一种普遍现象，人们也不再认为这是一件丢面子的事。这是由于90年代中期很多年轻人开始出外打工，在外谈朋友，在办理结婚程序上不甚方便。可见“面子”本身不是行为的标准，因为判断面子的得失的标准是随文化而异，也会随社会变迁而改变（陈之昭，2006：108）。

在村庄层次上，村民总是关注某个方面的面子，跨越村庄，在村庄之上更大的生活单位中，也就是施坚雅所说的“市场体系”中，村民也总是关注某个方面的面子，不同的村庄在这个空间中展开面子竞争行为。在“市场体系”的层次上，面子竞争的主体是自然村。一个自然村在做事情的时候违背了“市场体系”区域中的地方性共识，就会受到其它自然村的指责，从而会失去面子。一个自然村把某件事情做得很好，就会得到其它自然村的称赞和羡慕，全村的人都会感觉很自豪，有面子，从而在“市场体系”区域中获得“面子”。在Y村，村民们都为自己所在的村能够将祠堂修好感到有面子；为自己所在的村能够在游神活动中表现得非常突出，将活动规模办得最大，能吸引更多的村民来看热闹而感到有面子。而办不好这类事情的村庄，村民感觉到灰溜溜的，在“市场体系”区域中感到没有面子。

D村不存在宗族性组织，所以“市场体系”区域中的面子竞争行为不会在这些方面展开。而又由于村庄认同感较低，所以在“市场体系”的区域中，村庄之间很少面子竞争行为。D村是一个原子化村庄，面子竞争大多只是村民之间的面子竞争。

2.2 Y村日常生活中的面子竞争行为

2.2.1 生育男孩

不管贫穷与否，村民一定要生儿子否则就会受到他人的欺负，他们自己也觉得没有“面子”。“绝代户”是村民最受不了的侮辱性语言。因为没有儿子，有些村民

市场体系是指由经济交换而成长起来的区系，它反映的是中国社会“自然”结构，是退职官员、非官方的士绅以及名商支配的市场贸易体系、非正式政治以及隐蔽的亚文化的世界。详见 G. William Skinner. *Marketing and social structure in rural China*. Journal of Asian Study. 1964

华中科技大学硕士学位论文

被别人骂得实在受不了，想寻死得也有。S村有一个村民生了两个女儿之后，因为计划生育妻子结扎了，现在与别人吵架时别人骂他“绝代户”，他气愤之下拿把刀到前任书记家去说：“反正我没儿子，我现在也不想活了，我要杀了你和我陪葬。”还有一个没有儿子的村民也拿着炸药威胁要和书记一起同归于尽。

1990-2002年计划生育工作抓得紧，现在则放松了，只要村民愿罚钱就可以生。未婚先孕属于无证生育罚4000元左右，计划外生育，按乡里人均收入七年总和计算，不过这个数目也不是很确定。计划外生育乡里收取押金让你去引产，如果你不去引产则押金不退回，实际上这是一种变相的罚款。这样做既不违反政策也不违法。有些村民实在没钱，根本交不起钱，又不可能抓他去坐牢，因此乡里能罚多少就罚多少。

Y村小孩的出生都是一拨一拨的，这主要是因为看到别人生了男孩，出于面子竞争，自己也想尽快去生一个男孩。同样的道理，村民在建房、结婚、生育孙儿等方面都表现出竞争关系，都是在某一段时间内进行，村民的生活保持着大致的步调。Y村妇女为了生育男孩，也有很多辛酸史。村民刘某65年出生，有二子、二女，在她这个年纪的生这么多小孩的村里也只有她一个，不过这也是有原因的。刘某说：

我丈夫家所在的村子姓侯，村里人不知什么原因都死光了，现在只剩我们一家人了。婆婆说只有我们一家人姓侯，经常被别人欺负太可怜了，同时也为了留下血脉，我作为大儿媳妇就要多生点小孩。于是我一共生了四个小孩。

村民罗某提到她时说：现在她婆婆和公公老了希望儿子赡养，她说，“谁叫你当初让我生这么多小孩，让我养不起。”只这一句话，婆婆也就不好再向她提这个了，已经70多岁了还在种田。

她生男孩并不仅仅是为了传宗接代，而是为了多生男孩，希望未来能够使这个家族振兴起来。

村民张某谈到自己当初为了生一个男孩感慨万千：

我开始在拖拉机站社办企业工作，结婚后生了四个女儿，但是想生一个男孩，

华中科技大学硕士学位论文

于是又怀了孩子。当时已经实行了计划生育，社办企业要求我引产。我为了生孩子就辞职回家了，还花钱要村上分了几亩地。1985年我生了一个男孩，罚了500元钱。没生儿子之前，有时我和别人吵架，别人骂我，“绝代的，摸一下后脑勺冰冷冰冷的”，也就是笑我没有后代。看到自己生了女儿天天哭，后来生了儿子心里就舒服多了。村里有些人看我生了儿子也很替我高兴，说终于生了儿子。没好吃，没好穿，小孩大了帮做事，家庭也就一天一天好起来了。

彭某在讲到自己的弟妹时说：

她起初生了两个女儿，将第一胎女孩偷偷送人，后来偷生了一名男孩。但是村里知道后还是罚了款，并且罚得很重。生完男孩后她就结扎了，并到外面去打工了。但是小男孩5岁那年在他外婆家玩，溺水死了。她知道后回家没去打工了，每天都躺在床上，好像失去了寄托似的，现在也一直住在娘家，真是太可怜了。

在Y村生育男孩是一个家庭最重要的事情，因为生儿子涉及到很多敏感的东西，其中包括传宗接代、延续香火、养老送终、继承家业以及兄弟众多可在村中说话有分量。生育竞争主要体现在两个层面，一是家庭层面，表现为兄弟之间生育上的竞争。二是家族层面，表现为两个大家族之间暗地较量以增强家族势力。家族的力量以气势为基础，气势则由人气来填充。只有生育了男孩，人生接下来才有意义，人们才会继续追求财富、声望等，而一旦没有男孩就是断子绝孙，人生的奋斗也就没有意义。

2.2.2 建房

村民经常这样说：“就算不吃也要建房，生儿育女、建房子、娶媳妇，只有完成了这几件事，一个人的人生才算圆满了”。可见房子并不仅仅是一个居住场所，它背后凝聚着丰富的内涵，体现着村民的人生价值，与村民的幸福感联系在一起。建了房子说明有本事，这样能为自己赢得面子，而没建房子说明没有能力，自己会感觉非常羞愧，甚至还会遭自妻子、儿子、儿媳的责备。多子家庭，儿子一结婚没多久就分家，而不是等到所有的儿子都成家后再分家。父母经济条件允许会给儿子建一

华中科技大学硕士学位论文

一栋新房，或者父母依次支助每个儿子自己建房。最小的儿子成家后，父母所住的那栋房子就归他了，他们会住在同一栋房子里，但各起炉灶。不过只要小儿子经济条件允许，就会建新房搬出去住，老房子留给老人单独住。老人死后，老房子也就留在那，村里有很多这样的空心房。只有一个儿子的家庭一般不分家，成为一个主干家庭。现在很多农村女孩向往城市生活，一些条件较好的女孩的结婚条件是要求对方在城市有一套商品房，买商品房的重担又落在了父母身上。生了儿子就要为儿子建一栋房子，支助儿子成家自古以来就是父母的一项义务。

90年代初村村民纷纷将以前的木板房拆掉建成砖房。村里的房子结构主要是分为两个部分，前面是大厅和卧室，后面是厨房、猪圈。90年代中期村民纷纷将后面那部分拆了，建一层或两层新楼房，平楼上面可以用来晒谷子。到了90年代后期新建的房子都是独栋楼房，外面贴上瓷砖，弄得非常美观。现在的房子越建越漂亮，今天被称为是村里最漂亮的房子，没过多久就被村里更漂亮的新房子所超过。村里都是整整齐齐的两层楼房，村民不允许左邻右舍的房子超过自家的，否则就认为自己永远低人一头，无出头之日。不会出现晋南董西村那样的情况，将住房建得又高又宽敞一点都不实用。

现在村里已经没有多余的宅基地了，很多人购置良田来建房。马路边上交通方便，建一栋高大的楼房在马路边上既可以不用受村庄规则的制约，又可以争面子。虽然比较贵，很多人还是愿意建到马路边上去。村主任在村里有一栋很好的房子，但是他还在马路边上建了一栋五层楼房。有人问他住哪里，就说马路边上那栋最高的楼房。后来上面的政策不允许占良田建房，所以马路边上的房子相对还是较少。

生儿子建房子已经成为一件毋庸置疑的事情，但是有一个村民却不认同这种行为。

我有一个儿子、三个女儿。现在一个女儿在读研究生，一个女儿在读大学，另外两个成绩不是很好，儿子读了高中，另一个女儿也读了中专。为了供孩子读书，供得我们住最烂的房子。这里的人都建房子给儿子，如果儿子读了书到外面去，他也不希罕这里的房子，而那些没有出息的，就算建再多的房子也会败光。我要改变

农村的这种观念。

不过他的这种行为是无法得到其他村民的理解。他家为了省钱供孩子读书，1995年的时候还在用煤油灯照明。他的女儿虽然读了研究生，但是26岁了还没有找对象，村民反而觉得读书耽误了终身大事不值得。他的很多行为在其他村民看来只是觉得很古怪。

2.2.3 娶媳妇

Y 村的男孩到了法定年龄22岁大多都结婚了。如果到了25岁还没有娶媳妇就算大龄青年了。娶不到媳妇成为光棍也就意味着不能完成传宗接代的任务，那会是一件非常丢面子的事。村民当中很少光棍，一些智力底下的人家里也会帮他娶媳妇，只不过他们娶的媳妇智力上更为低下。现在结婚，女方家庭一般都要求住房，礼金、聘礼都很高昂，作为刚刚踏入社会的年轻人，个人无力承担结婚的巨额费用，需要父母的帮助。而且帮助儿子娶上媳妇自古以来就是父母的一项义务。帮助儿子娶上媳妇才能够才能生育后代，完成传宗接代的任务，村民也因此获得一种圆满感，觉得自己的人生有意义。能否娶上媳妇和一个家庭的面子是息息相关的。所以父母等儿子一到了结婚的年纪，就会托人去帮忙介绍对象。每年的春节期间年轻男女正好打工回来，使春节成为相亲的高峰期。能够尽早为儿子找到漂亮、家庭好、能干的媳妇是件特别有面子的事。而儿子到了二十七、八岁如果还没有找到对象，家里会特别着急，急着发动各种关系帮忙介绍对象。那些顺利的为每个儿子娶上媳妇，把婚事办得妥帖的家庭，在村里很有口碑，村民会佩服他们有本事。而那些没有为儿子娶上媳妇的家庭，在村里是没什么地位的。村里有一户最穷的人家，生了三个儿子，但是只有最大的儿子娶上了媳妇，还有两个儿子都是光棍。父亲没有能力帮儿子娶上媳妇，儿子自己也赚不了多少钱，两个儿子要找媳妇特别困难，可能以后都要打光棍。虽然他在他的宗族里辈分是最大的，但是却一点地位都没有。

在村里正好碰到村民托人介绍对象。

我儿子当年是村里第一个考上中专的，现在在林业局工作，买了一套房子欠了

点钱。已经32岁了还没有娶媳妇。我们也经常催他，他说不用急，欠了这么多钱，还娶什么媳妇。我说家里出钱帮一下你。他说他当时读书花了家里的钱，没有帮家里，不再给家里添麻烦了。我说你哥哥他们也都是家里帮着娶媳妇的。他说他们是他们，我是我。因为他哥哥他们没有读书，贴补了家庭。

作为父母帮助儿子娶上媳妇天经地义，虽然儿子不想麻烦家里，但是她无法停止对儿子操心，现在正托一个人给她儿子介绍对象相亲。她逢人就说都32岁了还没娶媳妇，急死了。

2.2.4 红白事及其仪式

红白事是农村的大事，尤其是丧事，是农户所要面对的仅靠一己之力难以应对的重大事项。红事指婚嫁，白事指丧事。人民公社时期，自上而下要求移风易俗婚丧事简办，红白事的大操大办较少，而且当时的经济条件也不允许大操大办，有些人穷得连棺材都买不起。改革开放以后，经济条件好了，各种传统开始复兴，红白事的大操大办逐渐在农村再度流行起来。

Y村人为儿子娶媳妇除了要给儿子建一栋新房外，还要在婚期前给新娘一笔钱作为“礼钱”，这笔钱是男方家庭拿来给新娘子置办嫁妆。主要是为未来小家庭中购置各种耐用消费品如：电视、摩托车、电冰箱和各种日常生活用品。为了在村里争得面子，礼钱给得越来越多，置办的嫁妆也越来越高档。女方除了拿礼金的一部分用来办酒席外，还会自己添钱买嫁妆，将女儿风风光光地嫁出去，以保证女儿未来在婆家有地位。上面所提到的村里最穷的那户人家，他的女儿出嫁时没有办酒席。村里张某谈到这件事时讥讽道：“这哪是嫁女儿这是卖女儿！”她和她丈夫由于是残疾人，家里也很穷，不过她很自豪地说“我当年嫁女儿摆了24桌酒席”。

中华民族有“慎终追远”的美德与传统，“慎终追远”是说要认真对待死亡，并思念祖先，其具体的表现就是要办好丧事。当前Y村的丧事表现出几大特征：一是与丧事有关的“迷信”复兴，办丧事请道士，择吉日，仪式越来越复杂。二是丧事的规模越办越大，薄养厚葬现象越来越重。“迷信”的复兴，其实质是地方性共识的重

建和村民对价值性因素的寻求（贺雪峰，2007）。仪式和象征创造出一种超经济的等级，鼓励各家户争取在这个象征性的等级中取得一席之地，因此造成了一种民间的竞争文化伦理（王铭铭，1997：303）。

Y村每个自然村都建有祠堂。祠堂是一个家族死去的祖先的“家”，是他们的神灵所聚之地。祠堂祖宗灵位的摆放分为上、中、下三层。摆在最上层要求在辈分和道德威望上面达到一定的水平。但是在实际的操作中，辈分和德高望重并不是唯一的标准。不成文的规定是：灵位摆在最上层，则必须请全村人吃酒席；摆在中间一层随便；摆在最下一层不用请。因此，为了使祖宗能够晋升到最上层位置上，保佑子孙后代兴旺发达，就必须将丧事办得很隆重。祖坟位置好坏的风水辞令和家庭“昌盛”与否也息息相关，这也就使得村民特别重视风水，因为这关乎自己和子孙后代的昌盛。

在调查期间，正好碰到村书记的父亲去世。村主任具体谈了这件事。

请了风水先生说要六天之后才能下葬。现在8月份天气太热，哪放得了那么久，书记专门买了一台空调来冷冻，村里很少人家里有空调。棺材也做得很好。准备摆50桌酒席，一桌8人，要吃三天。请了全村的村民，把乡政府的领导也都请过来了。这次酒席办下来至少得一万五，像做这种白事即便他是领导也绝对要亏本的。一般人家都是准备20、30桌酒席。

当时全村上下都在讨论这件事，说排场真大。村书记在这次酒席中排场大，有重要人物参加，仪式上也很隆重，这无疑大大增加了他的面子。

2.3 D村日常生活中的面子竞争行为

湖北D村则明显不同于江西Y村。年轻一代在生育观念上并没有很强的生育男孩的动机，表示只愿意生一个，无论男女都不在乎。住房都是破旧的一层楼房，比起Y村的房子差远了，并且人们也不愿意建房。村里还有几十个光棍，十几个上门女婿，这说明没有娶上媳妇虽是一件不大光彩的事，但并不会像在Y村那样成为一件丢面子

的大事。不过这并不表示D村不重视面子，没有面子竞争行为，D村的面子竞争行为主要体现在不同于Y村的方面。D村是一个原子化村庄，是一个面向朝外的村庄，村民没有长远的预期，因此不会进行建房等长远投资。他们的面子竞争主要体现在各种短期行为中，表现在耐用品的消费上。在这里摩托车、手机的普及率极高，很多家庭妇女也有手机，摩托车有些家庭有好几部，但实际上也派不上什么用场，只是一种炫耀性消费。人们都比较注重吃穿，注重消费。

2.4 小结

Y村的面子竞争主要表现在生儿子、建房子、娶媳妇、婚丧嫁娶等方面。事实上面子笼罩了Y村的大部分生活，只不过这几个方面对村民有着更本质的意义。当其他方面的面子与这些方面的面子产生冲突时，一定会去争取这些方面的面子。离婚在村里是一件不光彩的事，也是一件亏本的事，但是如果媳妇不能生育男孩，则离婚是一个很正当甚至是一种必须行为。而D村的面子竞争与Y村又有很大的不同之处。D村村民更为关注的是吃、穿、用等享受性行为，不会将钱花在建房这种辛苦事上。从这可以看出不同的村庄所关注的面子的层次是不一样的，他们的价值观不一样，从而会导致出不同的面子竞争行为。

3 面子竞争的结果

3.1 正面结果

个体离不开群体生活，也离不开他人对自己的评价。对于个体来说，村庄的面子竞争总是在某个层次上展开，而这些面子竞争行为本身也说明了村庄的生活是有意义的。因传宗接代的思想而生育儿子，因生命轮回的信仰而实行厚葬。村民通过这种行为将个人有限的生命放到了子子孙孙无限生命中去，而使得人生有所寄托，即使现在再苦再累也能够忍受，因为自己永远有期待。这说明村庄生活面向向内，村民对村庄生活有着长远的预期，所以他们才愿意进行长远性投资，将建房作为人生的一项主要事业，而将自身的生活享受摆在很次要的位置。面子竞争使得村民有了生活的目标和方向。可以把一个农民的一生划分为三个“二十年”。第一个二十年村民长大成人并结婚；第二个二十年中生育儿子，并积攒钱物为儿子建房；在接下来的二十年中为儿子娶媳妇，然后慢慢衰老，退出村庄生活的主要舞台。

村民通过面子竞争从而获得或失去面子。获得或失去面子的标准是由地方性知识决定的，也就是个体的被期望值。面子竞争成功获得面子，从而在村庄中获得较高的声望和地位，进入村庄的主流社会。村民也因此获得人生的价值和意义，当人生的三大任务——生儿子、建房子、娶媳妇完成时，村民也就获得一种圆满感，觉得人生不再遗憾。所以当儿子数量多，房子建得气派，娶媳妇娶得早，酒席摆得隆重，村民因此享有更多的面子，从而在村中有较高的声望。

我是家中独子，虽然我各方面能力不比村里其他人差，但是我没有兄弟，村干部这种事是没有我的份的。平常与别人发生争执也经常处于下风。当年我是名办教师，但是为了多生几个小孩，我辞职回家种田了。我一共生了5个小孩，三个儿子，两个女儿。我就是鼓励我的儿子读书，以后到城里工作。现在我这三个儿子都很出息，考上大学，还有一个读了研究生，都在城里有体面的工作。我一点都不比那些

华中科技大学硕士学位论文

人差。

作为独子在村里处于弱势地位，但是通过多生育儿子把儿子培养好，他最终获得了较多的面子，成为村里其他人羡慕的对象。

面子竞争失败失去面子。失去面子不仅仅是由于无法得到它，而是由于接踵而至的打击使应该维护的面子在不断地降低。考察失去面子的严重程度的方式是考虑暂时——永久或者可逆——不可逆的纬度 (Ho, 1974)。在大多数情况下，失去的面子都是能够重新获得的。当失去面子，由于村民对村庄生活有长远预期，为了有效地维护个人在社会中的立足之地，村民通过补偿、纠正行动、弥补缺陷等以期在未来重新获得面子。但再得到的面子并不能等同于获得面子——对个体而言，这只不过是归还了本应属于他的东西而已。不过，当个人的行为严重触犯了必须履行的角色责任或禁忌时，个体的面子可能就永远的失去。在 Y 村这个宗族性村庄，“不孝有三，无后为大”的传统思想还在统治着村民的思想。如果成年男子娶不上媳妇或者由于其他原因而无法生儿子，他作为一个男人的面子将丧失殆尽。同样，作为一名女性如果无法生育男孩，实现传宗接代的任务，那么她也将丧失面子，甚至连自己的婚姻都无法保障。当失去的面子是不可逆时，村民可能会采取自杀的方式，自杀或者是挽回面子丧失殆尽的一种方法。1982 年 S 村有一个男性村民自杀，自杀后他妻子改嫁到 C 村，我因此访谈了他妻子的弟妹罗某，她详细地讲了这件事。

1980 年她和她丈夫结婚，她来自附近 Z 村，那是个非常大的村庄，她个性又非常好强。她婆婆的个性也非常好强，因此婆媳关系非常紧张。而她丈夫个性比较软弱，时常夹在母亲和妻子之间左右为难。作为丈夫他管不住自己的妻子，作为儿子他无法尽孝道，在村里他面子丧失殆尽。就这样在女儿生下来还不到一岁时，他就上吊自杀了。

并非每一个人都渴望获得面子，但是每一个关心维持最低水平的社会效能的人都必然重视保护自己的面子。获得面子是一个错综复杂的游戏，行动者可以选择不玩它，但维护面子，避免丢面子，以及挽回失去的面子对于社会功能的发挥是有效

的 (Ho, 1994)。

面子是可以增加也可以减少的，村民心中每个人都有一个面子账簿，村民也正是根据面子账簿来调整自己的行为。面子竞争，说明村民十分看重面子，这使人们产生极其强烈的成就动机或成功需要，对个人的成功可以产生巨大的能动作用，使个体实现对自我能力、价值的肯定，具有积极的引导作用。

对于村庄来说，村民都在某个层面上展开面子竞争行为。而之所以村民都在这些层面上展开面子竞争行为，这是由当地的地方性共识决定的。村民具有共同的价值观念，共同的道德规范，这也就是涂尔干所说的“集体意识”。正是这种集体意识使村庄的面子竞争得以有序进行，保证了良好的村庄秩序。面子以及围绕着面子的竞争是维护村庄社会团结和集体感情的一种常规的和有效的方式。

3.2 面子竞争的异化

面子竞争并不仅仅产生正面结果，受市场经济和现代传媒的影响，农村正在经历一场巨大的社会变迁。在面子竞争中有些人为了追求面子的载体物而置面子于不顾，出现了“笑贫不笑娼”等伦理败坏的情况，这种面子竞争行为产生一系列消极影响。

3.2.1 面子竞争的异化的含义

面子竞争的异化指不遵守规则或退出村庄面子竞争系统的行为。因为存在面子上的竞争，村庄的主流价值才得以维系，村庄作为一个伦理共同体的存在才有可能，进而有可能成为生活互助、公共合作方面的功能性共同体。一旦发生不遵守面子竞争规则或退出面子竞争系统的行为，如果村庄对之缺乏必要而有效的约束，一定会伤及村庄本身，使得其伦理性无法维系，进而使得其功能性遭到破坏。这与面子竞争的“目的”是背道而驰的。（陈柏峰，2007）

面子竞争的异化之一是面子与载体物的名实分离。在村庄中，面子竞争有一定的表现形式，不同村庄面子竞争的表现形式可能会有所不同，如在 Y 村面子竞争的表现形式是生儿子、建房子、娶媳妇等，而 D 村则是购置手机、摩托车等耐用消费品。面子竞争表现为对不同类型物的争夺或攀比，但竞争的背后其实有更本质性的

华中科技大学硕士学位论文

东西，它涉及到村民的品格、尊严和村庄的主流价值（陈柏峰，2007）。如果面子竞争将对载体物的争夺、攀比当成了竞争本身的目的，而置面子的本质和竞争的“目的”于不顾，放弃竞争的部分基本规则，就构成了面子竞争的异化（陈柏峰，2007）。在村庄中，面子作为从村民那里获得的良好评价是与面子相关的载体物联系在一起的。当供人评价的载体物成了村民面子竞争所追求的目标本身而将面子忽视时，就造成了一种名实分离。

人情往来是一种互惠行为，也建立交往、界定亲朋的手段。现在人们赶人情都是送现金，这种人情往来就容易变成赤裸裸的收入和支出的计算，变成投入和回报的计算，变成办酒席是否划算和“人情债”该如何偿还的计算。由于投入少支出大，办酒席成为一种赢利性的活动。村民也因此热衷于办各种酒席，像“周岁”、“满月”、“三周”等各种名目繁多的酒席。有些人甚至几个名目的酒席一次办，但客人得同时备好几份礼。这使得人们陷入到各种人情债中不堪重负，更枉谈通过这种面子竞争行为，村民从中获得人生价值和生存意义。这种面子竞争行为使得人情徒具形式而无内容，密集的人情往来没有增加社会资本，反而消耗掉了村民之间的亲密关系，村庄的团结不是增加了而是解体了。

面子竞争的异化之二是违背面子竞争规则，退出村庄面子竞争评价体系。一些村民完全脱离村庄群体的主流评价，主动放弃竞争的一切规则，退出竞争体系，或在一些事情上总是不讲面子，久而久之就会被村庄主流抛弃。只要有规则，必然就有违反规则的行为，这是一种正常现象。只不过在不同的地方，规则对人们的约束力是不一样的，因此受到的惩罚也是不一样。村民触犯了村民生活的准则，违反了村庄地方性共识和地方性规范，从而遭到村庄主流的抛弃和社会排斥，显然，这种排斥是必须的，是村庄为了维护其生活准则和地方性规范所作的正常举措。

D村是一个生活面向朝外的村庄，很多村民是在村庄之外去获得他们的人生意义，他们并不在乎在村庄中的面子如何。他们更为关注的是实实在在的金钱利益。访谈D村的一个老干部他说：

一组有一个光棍不交农业税，村干部去问他，他就威胁道：“要钱还是要命？”村干部也就不敢再向他去收税了。一组其他光棍看到他不交税，也不交税，成了一种风气。村里出现了一批这样的钉子户，债务极高。

这些人事实上是主动退出面子竞争系统，面子对于他们来说没有什么意义，甚至他们还觉得自己能不交税是很有能耐的。

Y村较少发生这种面子竞争的异化现象。因为Y村村庄生活面向朝内，村庄有着较强的价值生产能力，人们有着较长远的生活预期。在面子竞争中，人们是通过载体物去追求面子，不会太在乎短期性的消费，人们还是在“生儿子、建房子、娶媳妇”中去建构自己的生活意义，祖祖辈辈就这样周而复始，生生不息。正因为有着较强的价值生产能力，人们很在乎他人的评价，所以村民能够发出舆论并形成一种地方性规范来约束村民的行为。村民很少出现违背面子规则，退出面子竞争评价系统的行为。

3.2.2 面子竞争的异化的原因

本体性价值是指关注有限生命于无限意义层面的价值，即关于人的生存的根本性意义的价值，是使人安身立命的价值。所谓社会性价值，是指那些在人与人交往层面，在“在乎他人评价”层面，及在“不服气”层面产生的人的行为的意义。（贺雪峰，2007）

当前社会所流行的价值观是中产阶级的价值观，它强调消费和享受。传统的“传宗接代”的思想作为愚昧和落后的代名词，被主流价值所抛弃。人死如灯灭，有限的生命不能通过子子孙孙无限地延续下去，从而不能再凭此获得永恒的意义。中国的社会结构中，中产阶级还只是一小部分，而且以中国在全球化分工中所站的位置，目前中产阶级还不可能成为中国的大部分，农民通过自身的奋斗来达到中产阶级的梦想很难实现。

在传统的本体性价值被证明是错误之后，而村民又不可能获得中产阶级价值观所提倡的那些成就，这样社会性价值的重要性也就更加凸显出来。因为无法获得本

体性意义，所以也就越发希望在对社会性价值的追求中获得意义。在对社会性价值的追求中，会形成各种不同的行为，会产生层次不同的舆论和观念。社会性价值追求如果服从和服务于本体性价值的追求，这些行动和舆论会给所有参与竞争者以收益，获得村庄正面导向的舆论，是可以整合村庄的团结。而如果本体性价值失落，单纯追求社会性价值，一旦现代性的因素渗入到传统的封闭村庄，村庄的社会性价值就会发生变异，这样也就导致面子竞争的异化。

在D村可以很明显得看到，中国传统的传宗接代、祖宗崇拜的思想都已经遭到了很大的冲击。很多年轻人明确表示只愿生一胎，男孩、女孩都无所谓。村民的面子竞争只是互相攀比摩托车等耐用消费品，并不能在这种追求中获得人生价值和生存意义，村庄价值生产能力弱，面子竞争正在异化。

3.2.3 面子竞争的异化所导致的结果

村民过分追求载体物，甚至达到了一种不理性的程度。面子竞争异化的村庄，舆论对获得载体物的行为又有高度的评价。这种行动和舆论，会给部分人甚至多数人带来损害，会以一种压倒性力量打击多数人，而只让少数人从打倒人的快感中获得自我成功的喜悦。这种行动及舆论，会调动起严重的负面情绪，会破坏村庄团结，最终使所有人都受害。

在河南安阳县调查中，村民以竞争建高房子来压倒对方，以致于房子都建到了极不安全的高度，建高房子的意思是说，我的房子就是比你的房子高，压死你。

忽视面子而对载体物进行追求，导致面子与载体物的名实分离，这种面子竞争增加了村民的生活压力，使村民不堪重负。这种面子竞争往往不是整合了村庄的团结，而是破坏村庄的团结，使村庄共同体解体。那些在面子竞争中失败的村民，往往容易走向极端，完全不再顾及面子退出村庄竞争体系，从而进一步破坏村庄团结。

4 面子竞争的解决机制

村庄面子竞争的解决机制是指当面子竞争异化时，村庄采取应对策略，从而维持面子竞争有序进行的过程。面子是一种很重要的社会控制手段。法律是一种有形的规范，道德和面子则是一种无形的规范，无形的规范则更是一种迅速、有效的社会控制。道德的不善所产生的是罪感，而面子之不善所产生的是难堪、羞耻感。面子的控制范围比道德、法律更为广泛。村庄中重要的问题并不是不讲面子，违背面子竞争的规则，而是一旦出现越轨者和挑战者，村庄会如何面对，从而使面子竞争有序地进行下去？

4.1 面子竞争中的失败者和越轨者

面子竞争从而使村民获得或失去面子。考察失去面子的严重程度的方式是考虑暂时——永久或者可逆——不可逆的纬度 (Ho, 1974)。在大多数情况下，失去的面子都是能够重新获得的，如果失去的面子是可逆的，为了有效地维护个人在社会中的立足之地，村民通过补偿、纠正行动、弥补缺陷等以期在未来重新获得面子。他们是严格遵守面子竞争规则的人。当个人的行为严重触犯了必须履行的角色责任或禁忌时，个体的面子可能就永远的失去。这时失去的面子是不可逆的，个体重新获得面子的机会无望，有些人不得不退出面子竞争评价体系，过着无欲无为的生活；而有些人干脆不在乎自己的面子，违背面子竞争规则，破坏村庄的公共规范从而成为村庄的越轨者。

村庄面子竞争中的越轨者，一是指置面子于不顾，过分追求面子载体物的人。村民为获取面子而违背道德，如用通过不道德手段赚来的钱来建房。二是退出面子竞争评价体系，违反面子竞争规则的人，如不娶媳妇、不生儿子、女儿出嫁不摆酒席，像这种人完全就是村中的边缘人，在村里是毫无地位的。

4.2 面子竞争的社会控制手段

面子竞争的社会控制手段有：“污名化”处理，咒骂，流言蜚语、贴标签等，这是社会控制中的非正式控制手段。不过在Y村这种地方性规范较强的地方，它们有时甚至比法律的效力都大。

4.2.1 流言蜚语和咒骂

块状聚居的村落和居所高密度分布使得几乎任何户外的活动都逃不过公众的眼睛，村里的流言蜚语传播得特别快，因此而产生的纠纷也特别多。2005年村里因为流言蜚语还使三个80多岁的老人吵起架来。村民罗某说道：

2005年之前，福嫂和明嫂俩人几十年没有来往，但是在那一年俩人却奇迹般地合好了。她们俩人到村里散播说发嫂的媳妇和村里另一个人有染，结果这件事传到了发嫂的耳朵中去了。发嫂说，“你们俩怎么能随便造谣生事呢？”福嫂和明嫂俩人联合起来对付发嫂，三个人在村子里吵了起来。结果村里人见了都笑她们，说都80多岁还吵架，把几十年的脸都丢光了。

村里的妇女都很闲，没什么事就东家长，李家短，喜欢捕风捉影。很多事有一点影子就在村里传遍了。因此村民对那种喜欢到处学舌的人都非常讨厌，而对守口如瓶的人都有较高的评价。

在村里还可以经常听到妇女骂街。骂街者一般都是站在自家大门口，或者在人多的地方，用自己所能用的最恶毒的语言放开喉咙骂，这样立即就引来了很多观众。骂街者一般会充满感情地对观众述说冒犯者的不是之处，以取得观众的理解和支持。村里人在听骂街时，会随着骂街者的咒骂和叙事发出共鸣式的评论，一起谴责冒犯者的错误。骂街有几条规则：其一，使用骂街来谴责严重冒犯村落集体的行动是得体的行动。其二，冒犯者一方不赔偿损失，被冤屈者就可以采取其他的制裁手段，

污名是一种社会性状，该种社会性状将使得其拥有者在其他人眼中丧失其社会信誉或社会价值。戈夫曼在对那些遭受污名化经历的人们进行经验研究的基础上，提出了一个核心的概念“受损的身份”，用于描述上述遭受污名化体验的人们，在社会上其他人眼中被贬低的社会地位。因此，污名化就是目标对象由于其所拥有的“受损的身份”而在社会其他人眼中逐渐丧失其社会信誉和社会价值，并因此遭受到排斥性社会回应的过程。See Goffman, Erving, *Stigma: Notes on the Management of the Spoiled Identity*, Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, 1963.

Wangyongtao/Y/20060809/LGN

其中包括骂街。其三，滥用骂街手段是一种品格缺陷的表现，而且会招来标签式的制裁。骂街使被骂者遭受极大的羞辱。不过当一个人骂街骂多了，村民会把她当泼妇，认为她是无理取闹，而懒得理睬她的这种行为，这样也就无法达到她骂街的目的。

在调查时，明嫂老是骂他的儿子没有良心，不赡养她。

我其他的儿子、女儿都给我钱，只有他连谷子都不称给我，还说我又不缺吃。现在就想闹到政府去，处死他。他会短命的，连爹娘都不养不会好过的。去年他建新房，我就跪到那里骂他，有钱建房子，没钱养老娘？

儿子不孝敬父母，父母指责他们天经地义。村民刚开始也很是同情她，对她儿子的行为进行谴责。但是后来她的行为显得过份了，村民对她的这种行为则不大认同了，当她再向其他村民斥责自己儿子的行为时，村民反问道，“你有吃还天天闹干嘛”？

4.2.2 贴标签

在前文所提到的流言蜚语、咒骂等方式之上，贴标签似乎是一种更严重一些制裁。其原因是标签过程一方面将非越轨者划出来，另一方面将永久的越轨烙印打在一个人身上，将他作为越轨者从社区中孤立出去（朱晓阳，2003：211）。

面子竞争中的越轨者冒犯了其他村民，被冒犯的村民会动员公众的支持，去反击越轨者，如果这些第三方站在被冒犯的一方，那么村庄就有可能对冒犯者采取集体制裁。

Y村的人特别重视人际交往，因此平时见了面要打招呼，没事要经常去别人家里串串门。而如果对人总是爱搭不理的，村民就会认为你不给他面子，从而会和村中其他人说起这种行为，引起村庄整体对其进行排斥。在对王某的访谈中，她说道：

我丈夫只有小学文化，是做生意的，家里不种田。我是从安福城市嫁过来的。79年恢复高考没考上，我就放弃了，因为父母不给钱去补习。当时已经25、26岁了，社会压力很大，父母说，“还不去嫁人，嫁不出去了”。我一时冲动，赌气嫁到农村

华中科技大学硕士学位论文

来了。我喜欢安静的生活，平常一般都待在家里，很少去别人家里串门。镇上的衣服太差了，我买衣服都是去安福买，很少和村里其他妇女一同去逛街。

这种独来独往的行为方式却招致村里人的反感。村民罗某是这样谈论她的：除了她丈夫，村里没一个人喜欢她。自命清高，你看不起别人，别人更看不起你。她好蠢，有一次一个人去逛集市，结果迷路了，结果碰到村里的彭某，问她怎么在这，是不是迷路了。她说是啊，我说怎么走着走着感觉不对劲啊。后来这件事传遍了村上，村民听了这件事都笑死了。在村里都生活了几十年，连个路都不认识，还高中生？不如我一个文盲。村民背地里都称她为“蠢婆”。

她作为村里文化程度较高的人，家庭比较富裕，生育了两个儿子。但是由于她厌恶农村生活，很少和村民进行交往。村民则认为既然你不给我面子，我也不会给你面子。她在村中是一个不受欢迎的人，从而关于她的闲言碎语、各种轶事和各种笑话，村民都喜欢传播。这使她失去了社会信誉和社会价值，遭到村民的集体排斥。

4.2.3 制定村规民约

异化的面子竞争下，温情脉脉的村庄正在慢慢变成残酷的战场。人们的攀比非常激烈，而互助严重不足。在市场经济条件下，人们的生活风险本来就大，传统的社会保障网络又日益遭到破坏，而国家还没来得及建立农民的社会保障制度。这些都无疑都增加了村庄生活的压力，如果面子竞争继续这样下去，村民将会受不了村庄生活的压力，从而可能会退出面子竞争或者不堪重负。不过因为人们所侧重的面子层次是有差异的，可以在人们较不重视的面子上制定村规民约制止恶性面子竞争。如贺雪峰在河南调查发现：

杨岗村村支书认为，当前农村办红白事太铺张，在2003年冬季召集全村党员、干部和村民代表开会，对全村的红白事作了统一的规定，具体有三个方面：一是酒席一律六菜一汤，不能超标；执行了一段时间，村民说结婚娶媳妇办酒席，菜可以多一些，一般就是10个菜。二是送礼不能送是实物，只能送钱，办红白事时，亲戚以外乡邻朋友，一律送10元礼金。三是送人情时，以前是全家人都去吃饭，现在规

定每家只去一个大人，一个小孩，没有小孩只能去一个大人。这样就大大减少了酒席的数量。

当然在人们非常重视的面子上，即便制定出村规民约也是起不了多大作用的。

4.3 社会控制手段所产生的作用

通过这些社会控制手段的非正式制裁，可以产生以下作用：

第一，面子竞争中的越轨者被贴上了标签，将他们归为某一社会类型。越轨者实际上已经被从普通村民的行列中抽离出来，归入村中“反面”典型一类。

第二，有助于村庄规范和价值的确立。面子竞争中的失败者和越轨者会失去面子。另一方面，其他村民由于害怕失去面子，也会检点自己的行为，使之与村庄的规范要求相符合。这使得村庄的规范能够有效运行，从而保证面子竞争的有序进行，不发生面子竞争异化等现象。不过由于这种集体意识过强，从而一旦当面子的挽回不可逆时，村民可能会采取极端的措施，如自杀。这也就解释了Y村自杀率较高的原因。近20年中，仅在C村这个500来人的自然村，就有15例自杀已遂案例。

Y村村庄生活面向向内，有着较强的地方性规范，因此流言蜚语、咒骂、贴标签等非正式的社会控制手段对村民有着较强的约束力，村民害怕这种惩罚方式，较少发生面子竞争异化的现象。D村村庄生活面向向外，很多人主动退出面子竞争的评价体系，并不在乎他人对自己的评价，价值生产能力较弱，地方性规范较弱，因此面子作为社会控制手段的作用有限，村庄面临解体。D村这种原子化村庄需要国家积极介入到村民的公共及私人生活中，甚至介入到个人及信仰领域，从而有效地控制面子竞争异化的现象。

5 面子竞争的原因

不同类型村庄中的面子竞争总是在不同层面上展开，并且导致不同的结果，村庄对各种违反面子竞争规则的行为有不同的反应。在 Y 村可以看到村民的面子竞争行为主要体现在生儿子、建房、娶媳妇、红白喜事等方面，这些方面的面子竞争行为能够为村民提供本体性价值，使村民在村庄中获得生存意义。一旦有违反面子竞争规则的人，强大的村庄舆论会将越轨者排挤出村庄主流生活，村庄因此很少出现敢违反面子竞争规则的人。而在 D 村村民的面子竞争行为主要体现在购买耐用消费品和日常生活用品方面，是消费主义文化的一种体现。这种消费主义文化强调及时享乐，对生活没有长远预期，因此不能生产出价值。村庄中有很多违反面子竞争规则，退出面子竞争评价体系的人，但是由于没有强大的地方性规范和村庄舆论，因此村庄在面临这种行为时，往往显得无能为力，村庄呈现出一种原子化的状态。为什么不同类型的村庄同是面子竞争行为，却表现出如此大的差异，这得回到村庄本身去分析。

5.1 村庄结构

面子竞争的内容和层次是由村庄生活背后的结构性力量所决定的。这种结构性力量和因素，具体来说，就是村庄社会的组织形式，也就是村庄的构成形式（陈柏峰，2007）。村庄最基本的构成单位是核心家庭，人们的首要认同单位就是核心家庭，国家事实上不能真正将权力触角伸入到农村社会的方方面面，而家庭又无法提供与农民生产生活密切相关的公共物品，因此农民客观上需要一个介于国家和家庭的认同和行动单位。我们知道农民的认同和行动单位中，首先是农民的认同单位。所谓农民的认同单位，是指农民认为自己所属的群体，这个群体构成了农民具有归属感的单位。认同单位并不是一个功利性的联合体，而是以功能合理性为基础，同时又逐步被赋予文化含义，并形成与之相一致的规范的共同体，是自己人的群体（贺雪峰，2006）。

华中科技大学硕士学位论文

这种规范，最终会成为一种身体无意识，成为共通的地方性共识。通过利用对认同单位的认同去实现其功能性目标，从而认同单位也就进一步转变为行动单位，只有将功能合理性与文化共识性联合起来才能将之称为认同和行动单位。在不同的自然生态和文化区域内，在家庭这个认同和行动单位之上还形成了另一个认同和行动单位。如鲁西南的小亲族认同、南方东南地区如福建、江西的宗族认同、关中地区的户族认同。

由于村庄背后的结构和认同单位不一样，村庄中的面子竞争的内容和形式也表现出不同的样态来。这样，我们实际上就可以从面子竞争的内容和形式来推测村庄内部的心理认同结构，也可以从村庄的内部结构来推测面子竞争的相关状况。（陈柏峰，2007）

判断农民认同和行动单位的标准一是村民的身体无意识，即村民对某一单位有一种“私”的看法，把它当成私人的事情，在这个“私”的单位里面，有潜在的规则，违者会受到同一单位其他人的反对，受到不同方式的惩罚。二是它在村治上有意义，即在村治中可以看到它的影子，甚至是它在起主导作用。

Y村对自己所属的宗族性村庄有着强烈的认同，这尤其体现在与其他村产生纠纷时。H村的一个村民谈到他当年为了建房而被整个X村围攻的事情。

以前这里的地基属于X村的，但后来村里把它买回来了。我婆婆在村里开了一方土，86年的时候我和我兄弟两家在这里打地基盖房子。X村的一个村民跑过来说这块地是他家的，要收钱，这相当于收二道钱。开始我们说好一个价钱，但后来X村的那个人不肯，还把整个X村的村民都叫过来了。我们在村子里是外地人，村里其他人都来看热闹，没人管。后来只好村干部出来调解，但还是按X村的那个村民开的价钱给了他。

Y村中的自然村B村和S村势力最大，历届的村书记和村主任都是从这两个村产生，而且也只能从这两个村产生。要当上村书记、村主任，首先要求他来自于势力强大的村庄，其次他在本村家族势力要大，而且自身素质要高。来自小村庄的人无法开展工作，因为大村庄的村民根本不会理睬你，就算白给你一个干部当，你也

当不了，乡镇政府也希望所选拔的村干部有威信，这样他们也好做工作。

从这可看出当地村民认同和行动单位是宗族，而由于宗族与自然村庄往往重合，所以又外在表现为认同村庄。在村治上宗族已经介入进去了。而在 D 村就很难找到家庭之上的另一个认同和行动单位。村民之间即便是亲兄弟之间也很难形成一个共同合作单位，在村治上往往引入灰色势力。

5.2 地方性知识

因为村庄秩序是通过事件来建构的，重复发生的日常性和突发性事件，使应对事件的人与人的关系具有重复博弈的性质。重复博弈形成了人与人之间的一种隐形的、模糊的“约定”，约定各方可以对对方的行为有较为明确的预期，各方共享一种“承诺”或公认一种“游戏规则”，这种“承诺”或“游戏规则”构成了吉尔兹所说的“地方性知识”。

Y 村的地方性知识是一个体系，无法将其所包含的东西全部呈现出来，不过它主要包括以下几方面：

5.2.1 宗族意识

江西 Y 村是典型的宗族性村庄。宗族性村庄是同一个祖先的子孙聚族而居所形成的村落，一般都有很长的历史了，这可以从他们的族谱中知道。也就是说宗族性村庄是一个以血缘关系为纽带而组成的共同体，村民之间都有着或亲或疏的血缘关系。宗族下面分房，房下面分支，支下面分大家，大家由兄弟和堂兄弟组成。村里辈分和年纪最大的男性就是族长。族长现在村里没什么权力。以前有族田，又有一系列家法族规帮助维护他的权力，现在族田没有了，家法也不起作用了，族长也只是一个普通的村民。村民之间如果发生了什么纠纷，族长会出面进行劝解，但村民爱听则听，不听他也没有办法。每房都有房长，房之间存在着激烈的竞争，一般大房总是会欺压小房的。

参见梁治平编. 法律的文化解释. 北京：三联书店，1998.82-83

每个聚族而居的村庄都建有祠堂。祠堂是一个家族死去的祖先的“家”，是他们的神灵所聚之地。祠堂是村上每户人家出钱建起来的，是村民的一个公共活动场所，可以用来祭祀祖先，每逢过年过节村民就去那放鞭炮、插香、点蜡烛进行祭拜，也可以用来摆酒席、开会等。

每个家族都有自己的家谱，家谱又分族谱、村谱。族谱上主要是世系图表，上面详细记载着全族男子的名讳、葬地、配偶姓氏、生卒年月，生儿子女儿、子何名等。遇到同姓的人，根据族谱问是从哪一辈传下来的，就知道是不是同一宗族，并以此来判断血缘关系的亲疏。有了族谱就有了根，不修族谱，别人不会承认你是同一祖宗的。村民如果生了儿子、孙子，就出钱把名字添到族谱上，这叫“添丁”，算是一件喜事，要请全村人晚上到自己家里喝茶。“添丁”这个仪式除了加强了家族内部的联系和感情沟通，还具有重要的象征意义，它表达了家族对人丁兴旺的寄托和家族成员对添男孩的心情。而如果没有生儿子，也就是断了香火，可以通过过继他人儿子为嗣，好让自己香火一直延续下去。

作为宗族性村庄虽然宗族的功能比起以前大大弱化，但是宗族意识还是在深刻地影响村民。正是这种宗族意识，“不孝有三，无后为大”，村民十分在乎传宗接代，延续香火，这成了他们安身立命的根本。而由于各房之间又存在竞争，所以各房为了增强自身实力，会希望多生男孩。这也是计划生育政策为何在此地非常难以执行下去的原因。人们愿意赔上所有的东西，只为生一个男孩。

D村是一个杂姓村，有“李、许、梅”三大姓，还有其他十几个小姓。没有修建祠堂，也不修族谱。对上一辈人来说，还是存在较强的生育男孩观念。但是在现代外来的各种生育观念的影响下，年轻一代对生育性别的选择没有多大的偏好，男孩女孩都一样，只愿生一胎。

5.2.2 祖宗崇拜和鬼神敬仰

Y村每个自然村都建有祠堂。祠堂是一个家族死去的祖先的“家”，是他们的神灵所聚之地。祠堂祖宗灵位的摆放分为上、中、下三层。摆在最上层要求在辈分和道德威望上面达到一定的水平。但是在实际的操作中，辈分和德高望重并不是唯一

华中科技大学硕士学位论文

的标准。不成文的规定是；灵位摆在最上层，则必须请全村人吃酒席；摆在中间一层就随便；摆在最下一层就不用请。因此，为了使祖宗能够晋升到最上层位置上，保佑子孙后代兴旺发达，就必须将丧事办得很隆重。祖坟位置好坏的风水辞令和家庭“昌盛”与否也息息相关，这也就使得村民特别重视风水，因为这关乎自己和子孙后代的昌盛。,

村里家家户户一进门，大厅正中间摆着一个狭长的家具，被称为“香器”。对于香器村民是很考究的，家庭条件好的，“香器”会做得很精致并且漆上好漆，家庭条件差的则只是用木板搭成一个简单的架子并不会漆油漆。香器的正中间挨墙放一块大镜子，香器上放一个香炉还有两个烛台。香器下面也放一个香炉，专门供奉土地公。从香器、镜子、香炉和烛台的质量可看出村民家庭条件的好坏。香器后面的墙上挂着“三星高照”画像和对联，并且摆上三星的神像。古人认为浩渺无际的星空是众神的居所，每一点星光都是一位星辰之神。星辰之神虽然远在天边，遥不可及，却被认为是地上万物的主宰。道教兴起，他们也被晋升官职，统称为星官。其中有三位星官的职责最为重要：他们分别是专门赐予福气好运的福星，负责加官晋爵的禄星，保佑人们长生不老的寿星。三位合称福禄寿三星。我国有句民谚：“三星高照，新年来到”。

村里逢年过节，一些节气像春至、立夏，初一、十五，观音老母的生日、土地公公的生日、灶王爷的生日、自己和家人的生日都要盛斋饭，放鞭炮、上香、点蜡烛。少数村民天天盛斋饭作揖拜祖先。清明节要准备丰盛的食物，盛上斋饭去扫墓。七月中元节时，新鬼十五日前烧纸，老鬼十五日后烧。三年之内叫“烧衣”，三年之后叫“烧包袱”，要求死者的女儿三年之内每年中元节送包子到村上的每家每户。一般来说三年之内是一定要烧的，但是三年后就随便了。村民都很重视清明节和中元节。每到了这两个节日，住在城里的兄弟会专程回来上坟，烧包袱，带上丰盛的食物去祭祀，这两个节日中每家都会弄上很丰盛的晚餐，家庭妇女在这两个节日都非常劳累。

从村庄中的各种仪式中可以看到 Y 村有着祖宗崇拜和鬼神敬仰的情结。以上所

香器是专门烧香拜佛的地方，有些人长年累月香火不断，大部分村民是初一、十五进行简单的祭祀。

提到的宗族意识、祖宗崇拜、鬼神敬仰等地方性知识，能够为村民提供本体性价值。生活中的其他价值服从和服务于本体性价值的追求。具体说来祖先崇拜和鬼神信仰属于本体性价值层面。孟子说过“不孝有三，无后为大”，从而将传宗接代确定为最大的人生任务，传宗接代构成了一般中国人安身立命的基础。每个有限的生命，因为可以融入到子子孙孙向下传递的无限事业中，而具有了永恒的意义。自己只不过是祖先和子孙之间的一个连接点。在传统社会中，农民最为根本的本体性价值追求是传宗接代，延续生命的意义，农民最担心的是香火不继。本体性价值主要是个体内在体验的价值，是一个人对自己生命意义的感受，是与自己内心世界的对话，是一种宗教般的情感。而在鬼神信仰中，人们能从其中找到个人与自然世界之间的神秘联系。

Y 村村民有着强烈的生儿子观念，这是他们在村庄中安身立命的基础，村民具有本体性价值。而村民对社会性价值的追求如财富、面子等都是围绕着本体性价值进行的。有了社会性价值，使村庄中有了舆论力量，有了面子压力，有了正确与错误的评价标准。社会性价值产生于一个社会的内部，在一个相对封闭的社区中，社会性价值不仅在生产着人生的意义，而且要服务于村庄秩序的生产。人们对将来有着长远的预期，而不仅仅关注现实生活中的短期利益。村民建房子、娶媳妇都是为了使儿子能够继续传宗接代，延续生命。而办丧事，涉及到人的死亡问题，就是涉及到人的生命的价值问题，涉及到如何将有限的生命放在无限的生活长流中，从而获得意义，并为活着的人找到活下去的理由的根本问题。

D 村在祖宗崇拜和鬼神敬仰上则不如 Y 村那样强烈，人们的宗族意识已经开始淡化，生不生男孩在现在的年轻人看来并不是很重要。更重要的是要吃好、穿好、有好的手机和摩托车。村民的本体性价值已经在慢慢失落，而对社会性价值的追求又开始异化。

5.3 熟人社会

社会评价的可能性是面子威胁的先决条件（朱瑞玲，2006）。因此面子竞争得发

生在一个熟人社会中。费孝通称中国基层社会是乡土性的，从而将农村社区称为乡土社会。乡土社会在地方性的限制下形成了生于斯、死于斯的社会。常态的生活是终老是乡。假如在一个村子里的人都是这样的话，在任何人的关系上也就发生了一种特色，每个孩子都是在人家眼中看着长大的，在孩子眼里周围的人也是从小就看惯的。这是一个“熟悉”的社会，没有陌生人的社会（费孝通，1998）。

在自然村落这个小群体中，每个人对群体内其他成员的情况都谙熟于胸；发生于这群人之间的一切事件都不会逃过每个成员的视野；一言以蔽之，小群体中的一切信息都是共享的（李银河，1993）。

Y村的各个自然村都是聚族而居，都有着较长的历史。住房聚居形式高度密集，各家各户经常串门，各自然村就是一个熟人社会，村庄有着较强的社会舆论。

5.4 小结

本章主要是解释村庄中为什么会有上述所提到的面子竞争的形成机制和解决机制。面子竞争在于获得面子，而面子的获得是由他人的评价决定的。因此面子竞争首先得发生在一个熟人社会中，在这个熟人社会中，人们的行为才可能随时面临他人的评价。也只有在熟人社会中，才会对面子竞争中的失败者或越轨者发出舆论，产生压力。村民为了避免失去最基本的面子，不得不进入到面子竞争中去。面子竞争的内容和层次是由村庄生活背后的结构性力量所决定的。判断村庄结构的一个标准是农民的认同和行动单位。农民的认同和行动单位决定了村庄的面向、价值生产能力、社会关联度。并且基于这种认同，村庄在长期的日常生活形成了地方性知识。村庄中的农民认同和行动单位、地方性知识使得村庄关注特定层次的面子，产生相应的结果，并对不良结果采取相应的策略。在村庄这个熟人社会中，由于村庄结构不同，农民认同和行动单位不一样，地方性规范和地方性共识的差异，使得不同类型的村庄的面子竞争的形成和解决机制都是有所差异的。

6 结论与讨论

6.1 结论

前文首先论述了面子竞争的形成机制，即村庄中的面子竞争行为的产生以及它所产生的结果，然后论述了村庄面子竞争的解决机制，即当面子竞争异化时，村庄将如何应对。最后对面子竞争的形成和解决机制进行了原因上的分析。形成的基本结论如下：

面子具有多层次性和复杂性。在村庄生活中，面子主要体现为一种竞争关系，在不同地区及不同的时期，面子竞争的具体内容可能不一样，竞争的强度也可能不一样。

面子竞争从而使村民获得或失去面子。村民为了避免失去面子，遵循着面子竞争的规则。面子以及围绕着面子的竞争是维护村庄社会团结和集体感情的一种常规的和有效的方式。面子竞争还会产生面子竞争异化的现象，即面子与载体物的名实分离；违反面子竞争规则，退出村庄面子竞争评价体系的行为。面子竞争异化破坏村庄团结，扰乱村庄社会秩序。

当面子竞争规则被违背时，面子作为一种社会控制的手段会通过舆论、贴标签、流言蜚语、咒骂等方式对这种行为进行控制，从而使面子竞争行为有序的进行，维护村庄的社会秩序。

而事实上不同类型的村庄，面子竞争所关注的层次，所产生的结果，社会控制功能的强弱都是不一样的。这可以通过农民认同和行动单位、地方性知识、熟人社会来解释这种现象。

6.2 讨论

6.2.1 社会心理学关于面子的研究

从对面子研究的文献综述中我们可以看到，既有的本土社会心理学对面子的研究比较偏重概念上的探索，研究重心放在“面子是什么”这个问题上，试图对“面子是什么”找出一个实体主义和本质主义的答案来（胡先缙，1944；何友晖，1974；金耀基，1988；朱瑞玲，1988）。相关研究更像是在进行一种概念分析，侧重于语词的解析，比较抽象。虽然其中一些研究宣称从实践中进行考察，但也主要是通过对个体心理和行为的定量分析，试图回答面子的实质性含义（陈之昭，1988；朱瑞玲，1991；周美伶，1993）。具体说来，本土社会心理学对“面子”的研究表现出以下两种情况。

第一，既有的研究要么停留在概念和语词的分析上，要么在个体之间的关系上来讨论面子，尤其是一般个体与特殊的权威个体之间的权威服从关系、权力支配关系或利益交换关系。虽然希望将社会心理学本土化，但是不自然地又生搬硬套西方的社会交换理论来解释中国本土概念——面子。面子最终反映的是群体内部的关系和群体本身的性质。有一些研究虽然涉及了这一点，但最终要么将问题分解成了个体与权威个体之间的支配关系、交换关系，如认为有地位的人才有面子，而没地位的人则没有面子，从而有面子的人能够控制没有面子的人。事实上，面子存在于普通民众身上，任何都有可能获得面子。要么将问题一下子上升到了对中国性格、行为、心理特征等的论述，没有从群体本身性质的角度来讨论面子问题。这种笼统概括，就面子而去讨论面子是无法真正理解面子，这也就使得这类研究对面子的看法更像是雾里看花，抽象晦涩。

第二，既有研究对面子的讨论，大多停留在作者对社会生活个体体验的层次上，严重缺乏社会实证，虽然这其中也有很多具有启发性的思想。即使其中有些社会实证方面的研究，也大多是通过社会实证来证实或证伪个体某方面的体验。基于这个原因，相关的研究往往喜欢引经据典，深入到传统中国典籍中去寻求对面子的解释，偶尔也引用相关历史史料。这种研究往往不过是作者利用对历史经典材料的阐释来证实个体体验，不是真正意义上对社会生活的探讨，尤其不是对当下中国人生活及

华中科技大学硕士学位论文

其“面子”的探讨。

到目前为止，从纵向看，本土社会心理学对面子的研究喜欢追溯到儒家经典，中国的礼教传统。但是中国人的生活已经发生了很大的变化，儒家经典对当今面子的解释必然是很有限的；从横向看，本土社会心理学并没有对幅员广大的中国各地的面子情况进行区分，虽然我们知道不同文化背景下，面子的含义和运行是不一样的。这种对纵向上的古今中国，横向上的幅员辽阔的广大中国作均质化处理的方式，显然缺乏对实际生活的关注，缺乏社会生活的本位立场。

6.2.2 本文研究路径

本研究是一项经验性研究。首先抛弃了对宏大理论的追求，而试图从经验中去认识乡村。从这个角度看，本研究并不在于建构理论，而在于真正地认识村庄、理解村庄，从而理解村庄中的面子竞争机制。本研究也不囿于某种理论模式，本研究虽然使用了社会互动的范式进行分析，但是并不囿于它，而是着眼于对经验本身分析，尊重各种理论在解释村庄经验中的作用。在叙述上也较开放，大量引用了访谈者的谈话内容，其目的并不在于获得一个完整的叙述文本，而在于更好地理解村庄。本文在分析村庄面子竞争的机制时，并不是就事论事，涂尔干指出，社会层次上发生的种种现象称为社会事实，而社会事实只能通过社会事实来解释（迪尔凯姆，1995）。因此要理解村庄面子竞争的机制，必须深入到村庄中去，从中发现村庄本身的生活逻辑从而发现面子竞争的逻辑。

从这也可看出本研究不同于本土社会心理学对面子的研究。本研究是一项实证性研究，通过社会实证深入到群体生活中去，从而发现社会民众生活的逻辑，并从中提炼有关面子的群体生活命题。它关注的是群体内部的关系和群体本身的性质。并且对两个不同类型的村庄的面子竞争机制进行了比较，不同类型的村庄，面子竞争的层次、产生的结果、面子社会控制功能的强弱都是不一样的。这种比较方法是不同于本土社会心理学对面子进行的均质化研究。

“从经验中去认识乡村”在这里有两个意思，一是破除宏大理论对乡村经验的屏蔽；二是指当前乡村的经验研究中充斥着生搬硬套各种理论对中国乡村进行切割式的假经验研究 缺乏真正的从研究者的体验中形成的经验研究。

华中科技大学硕士学位论文

6.2.3 面子命题

西方学者也对面子进行了大量研究如戈夫曼、韦伯等人。不过西方人的面子是个人取向的，中国人的面子是社会取向的。所以西方的面子更多的是一种如尊严、荣誉之类的心理感受，不如中国的面子内涵丰富。面子是一个本土性概念，也因此吸引着很多人对它进行研究，本土社会心理学就是其中的主要成果之一。本土社会心理学致力于给面子下一个实质性的定义。不过在深入群体生活时，发现这种实质上的定义并不能很好地解释千差万别的面子现象。因此本研究不准备给面子下定义，而是通过总结群体生活经验提出有关面子的命题。

第一，面子具有多层次性和复杂性，不同类型的村庄关注不同层次的面子。

第二，面子可以增加也可以失去。

第三，面子是一种社会控制手段，不过在不同类型的村庄，控制力有强弱之分。

6.3 创新与不足之处

本研究的创新之处有：

首先，学界虽然有很多关于面子的研究，但是对面子竞争机制的研究还很少，论文选题具有一定的新颖性。

其次，本研究不同于本土社会心理学的传统研究路径，没有对面子进行概念化和抽象化的研究。而是关注经验本身，深入到群体生活中去发现村庄的生活逻辑，是一项“从实践出发”的研究。

再次，本文运用了个案比较的方法。从比较中更容易发现差异，从而把握住本质。

当然由于本人学识和时间有限，本研究中还有很多不足之处。主要不足之处有：

第一，由于本人调查经验有限，只是较简单地比较了两个村庄的面子竞争情况，还远远达不到区域上的比较。

第二，面子竞争机制背后反映了乡村的社会转型，由于本人理论功底不足和时间上的限制，没有对其进行进一步的探讨，这是一个遗憾，还有待于以后进一步的研究。

黄宗智在“认识中国——走向从实践出发的社会科学”中认为：从西方理论的认识前提出发，并不能形成中国自己的理论。载于中国社会科学. 2005 (1)

致谢

首先要感谢我的导师贺雪峰教授，在论文的选题和行文上得到了他的悉心指点。在跟随贺老师读书和调查的两年中，我深为其对学术的至诚和人格魅力所折服。导师广博的学识、活跃的学术思想、深厚的学术造诣、严谨的治学态度和高尚的品格为我树立了永远的榜样。在平常的生活学习中也得到了他的大量帮助，时时为我指点迷津。

其次要感谢中国乡村治理研究中心的吴老师、董老师。在研究生求学的两年中，吴老师和董老师分别向我们展示了人类学、历史学的视野，这对我以后从事研究工作有着巨大的帮助。

在实地研究过程中，我的二伯母罗根女给予了我大量的帮助，特此感谢。另外，如果没有调查对象的密切配合，本文的写作可以说是不可能的，因此本文的完成应归功于他们。

感谢本文写作过程中的战友们，她们是荣娥、冯旭，与她们的讨论对我思路的形成有很大帮助。感谢吕德文师兄，论文的写作过程中和他进行了多次讨论，给了我很大的启发。感谢陈柏峰师兄对我的论文提出了宝贵的修改意见。

感谢华中科技大学乡村治理研究中心的老师和研究生们，他们翔实的调查笔记为我提供了大量的材料，他们的治学精神将永远激励着我奋发前行。

感谢社会学系的各位老师，感谢雷老师与郝老师对拙作提出的宝贵意见。

感谢我的父母、感谢所有关心和爱我的人！

汪永涛

二零零七年五月于东一舍

参考文献

- [1] 阿格妮丝·赫勒. 日常生活. 重庆:重庆出版社, 1990
- [2] 曹锦清. 黄河边的中国. 上海:上海文艺出版社, 2000
- [3] 杜赞奇. 文化、权力与国家. 南京:江苏人民出版社, 1994
- [4] [法]E. 迪尔凯姆. 社会学方法的准则. 北京:商务印书馆, 1995
- [5] 费孝通. 江村经济. 北京:商务印书馆, 2001
- [6] 费孝通. 乡土中国生育制度. 北京:北京大学出版, 1998
- [7] [美]克利福德·吉尔兹. 地方性知识——阐释人类学论文集. 北京:中央编译出版社, 2004
- [8] 黄光国,胡先缙编. 面子——中国人的权力游戏. 北京:中国人民大学出版社, 2004
- [9] 梁漱溟. 中国文化要义. 上海:学林出版社, 2000
- [10] 林耀华. 义序的宗族研究. 北京:三联书店, 2000
- [11] 王铭铭. 社会人类学与中国研究. 北京:三联书店, 1997
- [12] 王铭铭. 社区的历程——溪村汉人家族的个案研究. 天津:天津人民出版社, 1997
- [13] 王铭铭. 村落视野中的文化与权力——闽台三村五论. 北京:三联书店, 1997
- [14] 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. 上海:上海人民出版社, 2000
- [15] 杨懋春. 一个中国村庄:山东台头. 张雄等译. 南京:江苏人民出版社, 2001
- [16] 应星. 大河移民上访的故事. 北京:商务印书馆, 2002
- [17] 翟学伟. 中国人行动的逻辑. 北京:社会科学文献出版社, 2001
- [18] 翟学伟. 中国社会中的日常权威:关系与权威的历史社会学研究. 北京:社会科学文献出版社, 2004
- [19] 翟学伟主编. 中国社会心理学评论(第二辑). 北京:社会科学文献出版社, 2006

华中科技大学硕士学位论文

- [20] 朱晓阳. 罪过与惩罚——小村的故事. 天津: 天津古籍出版社, 2003
- [21] 陈柏峰, 郭俊霞. 也论“面子”——村庄生活的视角. 华中科技大学学报(社会科学版), 2007(1):99~105
- [22] 韩少功. 人情超级大国. 读书, 2001(12):133~139
- [23] 贺雪峰. 行动单位与农民行动逻辑的特征. 中州学刊, 2006(5): 129~133
- [24] 李银河. 论村落文化. 中国社会科学, 1993(5): 60
- [25] 杨华. 湘南宗族性村落的面子观. 华中科技大学学报(社会科学版), 2007(1):106~111
- [26] 朱瑞玲. 中国人的社会互动: 论面子的问题. 载于中国社会心理学评论(第二辑). 北京: 社会科学文献出版社, 2006.81
- [27] 陈柏峰. 宗族型村庄的“面子”机制——赣南版石镇调查之五. 待刊稿
- [28] 贺雪峰: “小亲族与派性——晋南董西村调查”, 待刊稿
- [29] 贺雪峰. “论村治模式——中国乡村治理区域差异比较”. 第三届农村研究方法高级研究班会议资料. 武汉, 2005
- [30] 贺雪峰. 辽宁省大古村调查. “转型期农村社会弱势群体生存状态的区域比较与治理对策研究”调研报告. 武汉, 2007
- [31] 杨华. 湘南宗族性村落他姓村民状况调查. “转型期农村社会弱势群体生存状态的区域比较与治理对策研究”调研报告. 武汉, 2007
- [32] G. William Skinner. *Marketing and social structure in rural China*. Journal of Asian Study, 1964
- [33] Goffman, Erving. *On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction*. Psychiatry, 1955, 18:213~231
- [34] Ho, D.Y.F. *Face, social expectations, and conflict avoidance*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 1974a
- [35] Ho, D.Y.F. *Face and stereotyped notions about Chinese face behavior*. Philippine Journal of Psychology, 1980, 13:20~33
- [36] Ho, D.Y.F. *On the concept to face*. American Journal of Sociology, 1974b, 81:867~884

华中科技大学硕士学位论文

- [37] Ho, D.Y.F. *Face Dynamics: From Conceptualization to Measurement*, New York: State University of New York Press, 1994.269~286
- [38] Hu,Hsien Chin , *the Chinese concept of 'face'*. American Anthropologist, 1944, 46:45~64
- [39] King, A.Y.C. *Kuan-his and network building: A sociological interpretation*. Daedalus, 1991. 63~84
- [40] Lim T.S. *Facework and interpersonal relationships*. New York: State University of New York Press, 1994.209~229
- [41] Lin Yutang. *My Country and My People*. New York: John day Book, 1935.200
- [42] Nietzsche, F. *The will to power*. New York: Vintage, 1968
- [43] Smith, A.H. *Chinese Characteristics*, N. Y.: Fleming H. Revel Company, 1894
- [44] Spencer-Oaten. *Helen, Managing rapport in talk: Using rapport sensitive Incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relations*. Journal of Pragmatics, 2002,34: 529~545
- [45] Tracy K. & Baratz. *The case for case studies of facework*. New York: State University of New York Press, 1994.287~30
- [46] Yang, K.S. & Ho, D.Y.F. *The role of yuan in Chinese social life: A conceptual and empirical analysis*. New York: Praeger, 1988.263~281

附录 1：攻读学位期间发表论文目录

- [1] 汪永涛, 荣娥. 社会资本概念综述. 法制与社会, 2007(3)
- [2] 冯旭, 汪永涛. 聚合的力量——论集群行为. 消费导刊, 2006(11)

注：以上署名皆为华中科技大学社会学系。

附录 2：深度访谈对象一览表

编号	称呼	性别	年龄	访谈事件	文中的角色	地点
1	LSM	女	42	生育	超生者	Y村
2	ZXY	女	53	生育	超生者	Y村
3	PQG	男	42	生育	超生者的哥哥	Y村
4	GMZ	男	55	建房	没建房者	Y村
5	GY	女	75	娶媳妇	没娶媳妇	Y村
6	GBG	男	45	丧葬办酒席	村主任	Y村
7	ZXY	女	70	办酒席	被访谈者	Y村
8	LGN	女	51	村民因流言蜚语 而产生的纠纷	被访谈者	Y村
9	WWL	男	56	生育	被访谈者	Y村
10	LSX	女	54	自杀	熟悉内幕者	Y村
11	JJ	女	45	人际关系	城里长大的媳妇	Y村
12	LJH	男	82	不纳税	村干部	D村
13	MS	女	82	骂街	骂街者	Y村
14	LNY	女	52	建房	外地人	Y村