

声望资本:村庄能人“何以要当村干部”的一个解释视角

罗大蒙,吴理财

(安徽大学 社会与政治学院,安徽 合肥 230601)



摘要 对皖北Y村的调查显示,获得声望资本是村庄能人“当村干部”的内生动力。声望是稀缺的象征符号资源,对声望的追求源于人们渴望得到社会承认的心理需要。作为一种重要的社会资本样态,声望在社会关系中获得,并扩展行动者在关系网络中的影响力。运用“文化网络—公共身份—声望资本”分析框架,阐释村集体经济“空白村”和人口严重流失的“空心村”,村庄能人“何以要当村干部”这一问题。结果表明,文化网络为声望资本的生产、累积和展示提供了载体平台,村庄能人深受乡村文化网络的影响,具有维持村落社会声望的内在需要。公共身份是声望资本生成的重要机制,担任村干部,便获得了由国家和村民双重承认的“公共身份证”,可为村庄能人扩展声望资本提供“位置资源”,有利于在乡村社会关系网络中扩大影响力,提升社会地位。声望追求能够强化村干部的公共属性,为乡村发展与治理提供持续动力。

关键词 文化网络; 公共身份; 声望资本; 能人型村干部

中图分类号:C912.3 **文献标识码**:A **文章编号**:1008-3456(2023)01-0145-10

DOI编码:10.13300/j.cnki.hnwkxb.2023.01.013

村干部是乡村治理的主体,扮演着国家“代理人”和村庄“当家人”的双重角色^[1],上联政府,下接民众,担负着政策执行、秩序维护、社会教化、公共服务等重要职责。随着城市化发展和乡村振兴战略推进,吸纳乡土能人,特别是经济能人担任村干部,已成为一种趋向。那么,乡土能人“何以要当村干部”,其内生动力为何?学界主要从三个维度做了解释:一是经济利益驱动型。认为能人当村干部是受直接或间接的利益驱动,他们看重的是当村干部的物质报酬或“经济性收益”,既包括从职位中获得的合法经济收入,也包括灰色收入^[2]。桂华注意到,返乡能人将村庄建设与企业经营融为一体,实现村庄公司化管理,进而获得工程建设、土地增值、政府奖补资金等多种收益^[3]。李祖佩等也指出,富人群体主导村庄权力结构,与其通过担任村干部助力于企业经营和扩大利益空间有关^[4]。二是政治因素驱动型。认为经济上的成功让能人在政治上跃跃欲试^[5],当村干部既可以满足“权力需要”,在管理村级事务中“实现权威”,也可以获得上级支持和发展机会(如进修学习、培训等)^[6]。有的经济能人则为了借助村干部身份获得政治荣誉,如被推选为人大代表、政协委员和优秀企业家等^[3]。三是社会性收益驱动型。吴毅认为获得“社会地位、事业成就感和社区威望”等“精神报酬”是能人当村干部主要动力之一^[7]。贺雪峰等发现社会性收益,即村干部从职位中获得的表达性收益,如声望、权威、面子等是能人当村干部的主要追求^[2]。纪芳也指出,村庄社会激励是经济能人参与村庄政治的内在动力^[8]。在此基础上,有学者注意到声望对能人当村干部的影响,如魏程琳等提出,在经济上低度分化的中西部农村,内在的道德机制依然持续发挥着作用,“好名声”或“声誉(望)”成为富人村干部积极行动的重要动力^[9]。崔盼盼也发现,获得一定经济地位的能人更加注重“村社价值反馈”,他们希望在村庄政治舞台上大显身手,“实现从个体精英向公共权威的转化,以积累和巩固其权威资源,提高社

收稿日期:2021-11-23

基金项目:国家社会科学基金重点项目“2020年后农村减贫与乡村振兴协同推进研究”(20AKS003)。

会声望”^[10]。

上述研究视角虽然对能人当村干部有一定的解释力度,但还存在一些不足。一是将能人当村干部的动力从政治驱动和经济驱动的维度进行归因,忽略了这样的事实,即在我国资源匮乏、集体经济薄弱且人口外流严重的村庄,一方面因缺乏资源优势,难以争取到项目入村的配套资金,灰色收入空间较小,而且在反腐高压态势下,以权力换取利益的机会成本更高。另一方面在层层加码的压力型体制下,村干部既面临着“上面千条线”的压力传导,又要承担“层层甩锅”的风险。况且,职务的合法收入与他们的经营收入相比也不具有吸引力,因而很难说“政治”与“经济”构成了能人“当村干部”的主要动力源。二是虽然有学者指明成就、归属、声望等社会性收益是影响能人当村干部的动力因素,但是他们并未深究其中的内在机理。特别需要指出的是,社会性收益之一——声望是一个值得关注的分析视角,这与笔者在皖北Y村调研中的发现不谋而合,但现有研究既没有阐明“声望”何以成为乡村精英“当村干部”的内生动力,也未能结合案例进行“在地化”探讨。

通过对皖北Y村居委会主任、居民小组长和当地村民的访谈发现,村庄能人“当村干部”及其作为村干部的行动逻辑,既不同于基于“政治人假设”的“权力需要”,也不同于基于“经济人假设”的“利益需要”,而是根源于人性渴望社会承认的心理需要,即他们经常提到的“维持良好的‘声望’或‘人望’的需要”。基于此,本文将“声望资本”纳入分析框架,以阐明能人当村干部的内生动力。

声望,即声誉、名望、威望,指个人、群体、公共团体、行业等的影响力,或是个人、团体等所具有的身份地位,它体现了个体或组织在社会系统中受到的尊重和认可。声望既不是与生俱来的,也不是永不消逝的,它是在一个阶层和结构中逐渐获得的身份与地位。声望是稀缺的象征符号资源,对声望的追求是人类行动的内生动力之一,它是源于人们渴望得到社会承认的心理需要。

声望资本在社会关系中产生,社会文化网络则为声望资本的生成提供了存续基础。在乡村社会场域中,具有公共身份的主体更易于获得声望资本,具有更强的调用社会关系的能力,能够有效延展个体影响力。基于此,本文以“声望资本”为核心概念,采用“文化网络—公共身份—声望资本”分析框架,对经济薄弱型村庄乡村精英“当村干部”的内生动力进行探讨和解释,以回答村集体经济“空白村”和人口严重流失的“空心村”,村庄能人“何以要当村干部”这一问题。本文提出如下假设:生活于乡村社会中的村庄能人,受乡村礼俗、道德、关系、人情等乡村文化网络的深刻影响,具有在村庄内部生产和积累声望资本的内生需要,公共身份是声望资本生成的重要机制,而担任村干部则是村庄能人获得公共身份并以此扩展声望资本的理性选择。

一、声望资本:村庄能人当村干部的内生动力

Y村位于安徽北部,地处皖豫两省交界之地,距县城30千米,距镇政府也有10千米。Y村集体经济薄弱,资源匮乏,是一个普通的农业型村庄,且人口外流严重,外出务工人员占成年户籍人口70%~80%,属于典型的空心村。Y村与许多资源匮乏型的空心村一样,也存在着两对悖论性的现象,一对悖论是:在空心化背景下,农村青壮年劳动力大量进城,村干部面临着难选难任的困境,但同时我们也发现,依然有村庄能人不间断的进入村干部队伍。另一对悖论是:一方面,属地化管理、压力型体制、层层加码式考核等造成Y村干部“忙得很、活得累、压力大”,而且工资少、晋升无望、退休无保障,“抱怨”之声不绝于耳。另一方面,这些基层干部,特别是主要干部并未选择离职以便集中精力经营生意,而是选择继续留任。

调研发现,在农村工作日益纷繁复杂,村干部权小、责大、任务重,且工资福利也缺乏足够吸引力的情形下,Y村的村庄能人选择继续担任村干部,正是源于声望资本积累与扩展的需要。

首先,声望资本源于社会承认的心理满足,能人担任村干部出于赢得公众认同的需要。林南指出,声望是“得到的认可的总和。它是一个人在一个社会群体中得到认可的程度的函数”^[11]。声望资本源于人性渴望社会承认的心理需要,社会中的自我“渴望彼此间建立关联,渴望归属感,渴望得到他人的好评”^[12]。摩根索也认为渴求声望是人际关系的一个固有因素,追求社会承认的愿望是决定社

会关系和创建社会制度的强大动力^[13]。个体具有追求尊重、承认或认同的心理渴望,为此在社会中以各种形态进行着自我呈现,以彰显个体的价值及其对群体的意义。20世纪90年代以来,随着城市化推进,Y村人口外流严重,逐渐沦为空心村。但是,即使在现代化的强力冲击下,Y村依然保持着传统的“乡土本色”,是一个“他人导向的社会”,村庄能人也不可忽视来自乡村社会的评价。村庄能人“当村干部”的直接目的既非捞取政治资本,也非牟取灰色利益,更多的是为在乡村社会中能够借助村干部身份,将自身建构为一个“公共人”,赢得社会公众的认同,博得“好名声”,扩展声望资本。

“当干部既不为权,也不为钱,就是为了让大家都说个好。大家都说你好,领你情,再苦再累也不觉得有啥;如果大家都骂你,干得也就没有啥意思。我能干这么多年,就是因为大家都说你不好,给你翘大拇指,这就值了。”(对LHY的访谈,访谈编号:ADY20210802LHY)

声望代表着社会资本,行动者可以通过声望来动员他人的支持。声望是一种社会承认的力量,行动者因社会群体的感知及其积极性评价赢得自尊和他人的尊重,进而获得良好的声誉。于村庄能人而言,得到乡村社会公众的认同,不仅易于获得“好名声”,更体现了能人被村民接纳的程度及其与村民的关系强度。在村落空间中,没有村民的认可,意味着在村庄舆论场中会广受诟病和被排斥。

其次,被他人信任是声望资本的重要表现形式,担任村干部能够增加村民对能人的信任度。信任是一种心理状态,人们往往会倾向于信任声望高的个体或组织,这是社会生活的普遍事实,也是源于人的心理“图式”。对声望的信任可以减少不确定性带来的风险,并“逐渐地融合到对连续性的期望中,成为我们经营日常生活的坚定的指导方针”^[14]。在日益扩大和快速流动的乡村社会,只有村干部才能既代表国家,又代表社会,是乡村社会“最后的公共人”,他们既是国家与乡村之间的关联链条,也是整合村域空间中的各个组件、建立社会关联的“链接点”。能人担任村干部有利于其利用地位资源介入邻里解纷调解及村庄公共事务,从而获得治理村庄事务的威望并赢得村民信任。Y村村委会主任WSL是当地有名的养鸡大户和养鸡专家,谈及为何要一直竞选和担任村委会主任时,WSL这样说:

“现在的干部不好当,累得很,还没有油水,有时候也不想干了,专心打理我那点鸡仔,也能赚不少。但是一到换届的时候,还是思前想后下不了决心。做干部虽然累,但是也有好处,这个好处不是经济上的,更不可能是政治上的,你只要干些实事,老百姓就信服你,这四面八村的都买你的账。”(对WSL的访谈,访谈编号:ADY20210802WSL)

Y村另一名村干部,社区某居民小组党支部书记兼小组长LHY,也是Y村“由商转政”的代表。在谈及“从政”缘由时,他也表达了类似的观点:

“这个支部书记也好,总支书记也好,村主任也罢,虽然不是个官,但在咱这农村,特别是咱这穷地方,当与不当还是不一样,农村人认这个。倒不是说有多大权,而是农村人有点矛盾纠纷,争屋檐子,争地边子,就要找干部,进行调解呀,其他人,你再有本事、有钱,不管用,只有干部管用,大家都会卖面子。”(对LHY的访谈,访谈编号:ADY20210802LHY)

建立在声望基础上的信任,对声望资本会起到“增强效应”,积极而连续的信任谱系体现了社会一致性,声望资本便可被建构为相对稳定的社会事实,进而以社会化的方式进行积累和传承。

第三,关系资源与声望资本具有正相关关系,担任村干部有利于提高能人在村落空间中的社会地位和影响力。在特定的社会结构网络中,个体或组织所处的地位与其可支配的资源及其带来的影响力密切相关,社会地位越高,影响力越大,声望也就越高,积累的声望资本也便越丰富。声望是社会群体的“集体性认知”,代表着社会资源,是一种优势的隐喻^[15]。在布迪厄看来,声望属于符号资本的范畴,是因社会的认可而以符号化形式存在的稀缺资源,它不是实体的,而是无形的、象征性的,它能增强正当性、信誉和可信度的影响力^[16]。担任村干部便意味着拥有了村落中其他人难以比拟的关

系资源,不仅具有与乡镇科层部门接触的更多机会,获得一定的政治资本,更为重要的是,在乡村社会中“有面”“吃得开”:

“不是干部呢,接触的面比较小。当了干部,因为要跟群众接触,走家串户,特别是之前搞扶贫,现在疫情防控,和群众接触的机会多。各个村大部分人,在家的在外边的,基本都认识我。平常路上遇到哪个村上的人,大家都会热情的给你打招呼,有的我也认不出是谁。当干部不图啥,就图这点好,比其他人有点声望,在村里吃得开。”(对WSL的访谈,访谈编号:ADY20210802WSL)

因而,为了在乡村社会关系中扩展声望资本,村庄能人要么需要通过竞选村干部,努力取得在社会结构中的优势地位,要么需要增加与村民的互动,参与公共事务或为村民提供看得见的恩惠。事实上,在Y村,因常年在外经商或务工而无意竞选公职的村庄能人,也在借助相对较优越的经济条件努力维系着在村庄中的声望。

“2020年新冠肺炎疫情暴发,在没有任何组织动员的情况下,一位在村里开了家酒作坊的王某主动找到了我,捐了价值1000元的酒和500元现金。当时这个消息就一传十、十传百,大家都知道了。随后我们村其他人就开始陆续捐款,我们一个小组就收到了近四万元。自发捐钱的都是有头有脸的人,有在外面跑生意的,有在家干生意的,有在外面当大学老师的,有当公务员的。”(对LHY的访谈,访谈编号:ADY20210802LHY)

这些村庄的“成功人士”进行的自发捐款,既有德性和公共责任的使命驱动,更多的还是基于被“社会承认”的考量。

二、文化网络与声望资本:能人的村庄面向

在Y村,村庄能人选择“当村干部”既非出于政治利益的考量,也非受经济利益的驱动,而是具有追求声望资本的内在需要。能人通过“当村干部”以生产和扩展声望资本,是受乡村文化网络空间的型塑而做出的理性选择。文化网络犹如“共享的/集体的表征”,它关乎的是“你是谁”“你应该怎样行事才是恰当的”^[17]。在文化网络空间中,每个人均在改变和调整着自身,也在改变和调整着以自身为核心的复杂社会关系。乡村社会具有独特的文化网络属性,且保持着一定的韧性,并不断型塑和建构着生活于其中的人们的行动取向和价值理性。就此而言,乡村文化网络为能人的声望资本追求提供了生产、累积和展演的空间载体和意义场域,能人只有不断强化乡村生活面向,建构公共身份,才能在乡村文化网络空间中获得稳定支持。

1. 文化网络:声望资本生成的社会基础

杜赞奇认为“文化网络”既包括乡村社会场域中形成的多种“社会规范”,也包括非正式的“关系网络”,从组织结构层面来看,文化网络“是地方社会中获取权威和其他利益的源泉”“任何追求公共目标的个人和集团都必须在这一网络中活动”^[18]。简而言之,乡村社会的文化网络实际上就是指在乡村社会中形成的伦理、道德、关系与人情等,是乡村场域中的社会评价体系,它构成了乡村社会成员行动指向的“约束集合”,对社会秩序具有强力的型构功能。

文化网络构成了声望资本生产的社会基础。文化网络是行动的空间,任何组织与个体的行为都要在一定的文化网络空间中进行,并受到其规范和约束,脱离了特定的文化空间,行动便没有了意义。作为“源于社会承认的心理需要”,声望资本在文化网络空间中生成和累积,声望资本的叠加正是组织或个体的行动与文化网络的吻合。行动面向与文化网络的契合度越高,所呈现的名声也会越好,越可能赢得社会支持,从而越有利于获得声望资本的正向积累;反之,与文化网络背离的行动,则更易于失去社会信任,其声誉便会反向积累,从而不断破坏声望资本。

相较于城市社区的“法理型社会”而言,乡村熟人社会更注重礼俗、道德、关系、人情等文化网络在乡村空间和人际互动中的建构与型塑功能。个体对声望资本的内在追求必须要置身于乡村文化

网络,遵循礼俗规范、道德体系,维系邻里、血缘和互惠关系,以赢得村民的信任和尊重。嵌入乡村文化网络的声望资本能够有效延伸关系链条,重塑关系资源,提升个体的“人气场”和影响力。因而,在乡村社会中,“声望”既是文化网络空间对阶层地位的确认,代表着个体思想及其行动被社会承认的度量指标,也是乡村文化网络的自我强化,持续维系文化网络的韧性,粘连着村庄社会关联。

延循杜赞奇的分析路径,本文认为乡村社会文化网络由礼俗、道德、伦理等乡村社会规范体系和血缘、地缘、互惠等关系网络构成。其中,乡村社会规范建构了乡村能人的社区记忆,乡村社会关系网络则强化了村庄能人的社区关联,二者共同塑造了能人面向村庄的行动逻辑。面向村庄的能人具有在村落空间中生成和累积声望资本的内在需要,担任村干部则有利于村庄能人的身份切换,“化私为公”,既有利于赢得国家和村庄双重认可的公共身份,也有利于获得“公职”赋予的位置资源。

2. 文化网络强化了村庄能人面向乡村的声望资本需要

现代化浪潮推动着中国由传统到现代转型,乡村社会被迅速裹挟进城市化的进程,农村社会秩序处于不断地解构与重组之中,“超稳定”的乡村变成了“流动不居”的乡村,乡村结构以及农民的生产生活方式均发生了深刻变化。农民最主要的收入来源已经不再是费孝通所说的“从土地中刨食”,而是转变为“在流水线上赚工资”,农民与土地的关系链条断裂,也使得农民对村庄的依赖度降低,农民进城留下的是一个“空心村”,“回不去的乡村”成了挥不去的乡愁。正如涂尔干所说,“一旦他可以频繁的外出远行……他的视线就会从身边的各种事务中间转移开来。他所关注的生活中心已经不局限在生他养他的地方了,他对他的邻里也失去了兴趣,这些人在他的生活中只占了很小的比重”^[19]。

但更需注意的是,因我国城市化进程起步较晚,且面临着庞大的人口基数,导致我国仍处于并将长期处于“半城市化”阶段,就如Y村一样,进城务工的农民只是一只脚踏进了城市的大门,但是另一只脚依然深嵌在乡村。中国农村“文化网络”具有强劲的韧性,经济上取得成功的村庄能人并未与乡村“脱嵌”,而是依然需要自觉遵循乡村社会的礼俗、规范,并维系乡村中的人情与关系。嵌身于乡村文化网络中的村庄能人通过不断强化村庄生活面向,以满足对声望资本的需要。

一是乡村文化网络是一种行为规范体系,厘定和制约着村庄能人的行动指向。Y村是一个开放与封闭并存的普通村庄,一方面被城市化所裹挟,人口大量外流,村庄能人的交往空间也在向村外拓展,另一方面Y村依然保持着较为传统的评价体系,无论是乡村干部、经济能人还是其他村民都不得不重视来自乡邻的“风评”。村域社会的道德、舆论以及互惠关系网络对村民依然具有深刻的影响力,村庄依旧是村民的生活、交往与互动的场域。接受村落社会的评价,获得父老乡亲的认可,以维护良好的声望,既是乡村能人拥有的极为重要的价值导向和行为理性,也是村落社会的“自然律”和基本的生存法则。为了在村域社会中获得“好名声”,Y村的经济能人在向外寻求经济资源的同时,也在不时地“回望”或“回归”乡村,以得到邻里支持。村庄既是生活的世界,也是“意义的场域”,WSL和LHY作为在村庄内部成长起来并发家致富的一批乡村能人,他们将村落空间作为展示的舞台,借助村域社会的评价体系和象征符号以显示“身价”、抬高声望。

林南将人类在社会结构中得到的报酬分为两类,即经济地位和社会地位,经济地位建立在财富的积累和分配的基础上,社会地位建立在声望的积累和分配的基础上,经济地位需要借助于社会声望对它的符号价值进行合法化和强制推行,否则经济地位便会坍塌^[11]。村庄能人占据着优越的经济社会资源,具有相对普通村民更为广泛的关系网络和行动空间,但这并不足以彰显他们的生存价值,“富贵不还乡,如锦衣夜行”,受村庄文化网络深刻影响的村庄能人,会在村落社会中寻求成功的意义,正如贺雪峰所分析的,“他可能是在村庄以外的世界里获得自己的经济资源,但他要在重建村庄秩序中获得自己的社会声望”^[20]。于Y村而言,无论是村(居)委员会主任WSL,还是居民小组组长LHY,他们均生活在村落文化网络空间中,接受着村落礼俗、道德及伦理秩序的规制,以扩大声望资本,不断完善和稳固自身在乡村社会场域中的支持系统。作为经济能人,经济上的成功虽可为他们带来相对优越的财富,但是乡村社会地位的确,还有赖于公共身份的赋予。

二是乡村文化网络是一个非正式的“关系空间”,反映了村庄内部家庭、个人及组织之间的相互关联,关联度越高,文化网络越具有韧性,村民便越注重在乡村场域中的声望积累。一方面在城市化冲击下,农村人口外流加剧,村民的行动面向有由“村内”转向“村外”的趋势,更多的村庄能人开始在村庄之外寻求声望满足。另一方面,在合村并组进程中,村庄规模日益扩大,乡村“熟人社会”已变成“半熟人社会”亦或“无主体熟人社会”,乡村文化网络面临着断裂的危险。但是不可忽略的一个事实是,乡村能人的关系网络基点依然在村庄,由地缘、血缘和互惠关系构成了一张非正式关系网络,乡村能人既是这张“网”的编织者,也被编织进他人的关系网络之中。生活于村落社会空间中的乡村能人只有织牢织密这张“关系网”,才能提高行动的能力,扩展个体影响力。关系反映了“人气”或“人望”,人气指数越高的主体,其社会网络密度值越高,在社会结构位置中越可能占据“点度中心”,即具有一个重要甚至中心的地位,并拥有在较大程度上控制和影响他人的能力^[21]。

“咱们农村就是一个关系社会,照咱这里的话说就是‘场大’,场越大越有威望,越有威望场也就越大。场大的家里有个事,四邻八方的都来撑场面,场小的就亲的那些人。场大场小就看你在这村里说话是不是做数。”(对LHY的访谈,访谈编号:ADY20210805LHY)

关系是声望资本最重要的元素之一,二者的正相关性也较为显著,声望资本高的主体往往也具有相对较强大的“人气场”。作为在社会互动中型塑与积淀的象征性资本样态,声望的符号化表达之一无疑是受大众接受并喜爱的程度。在社会交往行动中,声望资本是关系空间与情感空间的聚合,人气聚集体现了社会主体的认同及其在社会场域中的信度和号召力。

三是于中国农民而言,村庄绝不仅仅是一个居所,更是一种情感的寄托和心灵的栖息之地。虽然市场经济打破了农村传统封闭的村庄生活,村民有了更多机会流出村庄赚取货币,村庄生活的价值和村庄生活本身都受到现代因素的影响而发生了逆转,但是村庄社区记忆并没有被完全消解。如Y村的情形一样,外出打工的农民并没有把城市作为他们的终身栖居之地,“赚了钱回村盖房子娶媳妇”“干不动了回家养老”依然是他们内心最朴素的想法。

近些年来,Y村的房屋迭代很快,原来让村民引以为豪的红砖瓦房已然见不到,一栋栋带有独立庭院且宽敞明亮的两层或三层小楼拔地而起。一些早年在外打工的年轻父母也开始早早地准备尚且年幼的儿子的婚房,颇有设计感的村落别墅遍及村庄,他们虽然知道城市才是子女的天地,但就跟他们认为自己必将“叶落归根”一样,他们也同样认为这个世代而居的村庄也必将是自己子女的最后归宿。他们的想法也不无根据,Y村外出务工者虽众,但真正在城里扎下根的却不多。虽然中小城市落户政策已经非常宽松,但除了少数因升学和女子外嫁而将户籍迁离村庄者外,Y村很少有因务工而脱离村庄者。

当前乡村社会的主体依然是20世纪60年代至千禧年之间出生的一群人,虽然他们多数“漂移”于城乡之间,但是或年迈的父母,或幼小的子女,或夫妻的一方,或亲戚朋友等均留守在村里,村民与村庄存在着“强社会关联”。于他们而言,乡村并不是“别人的乡村”,而是存在着割不断、斩不断的乡土情结和情感依恋。也正基于此,回馈家乡、服务村庄成为相当一部分村庄能人进入村委的内在动力^[22]。这也就意味着,无论身在村内还是村外,无论是能人还是普通村民,都生活在乡村建构的文化网络之中,并深受其价值体系的影响,如何保持、累积和利用声望资本,是他们必须重视和深入思考的问题。

三、公职与声望资本:嵌身乡村文化网络空间中的村庄能人的理性选择

无疑,嵌身乡村文化网络空间中的村庄能人,具有不断累积和扩展声望资本的内在需求,那么他们应当如何实现声望资本的生产呢?公共身份是声望资本生成的重要机制,而担任村干部则犹如拥有了一张“公共身份证”。村庄能人会在乡村文化网络空间中不断建构自身的公共身份以满足社会承认的心理需要,担任村干部便是能人提高声望资本的重要途径和理性选择。

1. 公共身份:声望资本生成的重要机制

声望资本是由个体或组织拥有的名声、地位、关系及其可以支配的资源构成的复合网络。声望来源于社会评价及其承认,声望越高,说明得到的社会认可度越高,服从其支配的人财物等资源也越丰富;反之,声望日下,则说明在社会范畴中的认同度已出现严重的下滑趋势,社会关系面临着随之而崩溃的危险。财富、知识、权力等均是扩展声望资本的工具,但是声望资本若要保值与增值,则需要利用资源条件实现“身份”转换,取得公共身份,“化私为公”。

张静^[23]在分析传统中国乡村治理时指出,族长、乡绅及地方名流等管制地方的权威主要来源于三个方面,即“财富、学位及其在地方体中的公共身份”,虽然学位可以增加社会声望,财富可为获得社会地位提供经济条件,但二者“并未对其权威地位构成最主要的决定作用”,其原因在于,“他们的活动局限在私人领域,没有在地方体中获得公共身份的地方”。他们若想获得乡民的拥戴和声望,还要对那个地方做出贡献,或承担起维护地方秩序的责任。作为“一邑之望”“四民之首”,乡村士绅的公共威望和身份,需要从介入地方公事、承担社会责任中获得,如办地方学务、营地方公产、协地方公务等,只有将“私益事”和“公益事”联系起来,“地方权威的声望和地位才算真正确立,而仅仅经营私产——或许这有助于集聚家财——并不能使他们得到公共地位”^[23]。地方能人只有将“私益身份”转为“公共身份”,才会有意义和被认可,才能成为乡里之“望”,获得让乡民尊敬的声望、权威和地位。

公共身份是对一个主体在社会关系中的公共属性的描述,它意味着一个人不仅能与他人合作共事,而且能够为他人着想。作为个体的人,要获得公共身份,只能置身于公域空间,以身嵌入公共社会,成为一个具有“公共性”的人,具有公共之形象和公共之观念。公共身份是声望资本生产与再生产的重要机制。一则公共身份者扮演着诸多公共角色,在乡村社会中调解邻里纠纷、主持乡村正义、维护公序良俗、操办庙会庆典及红白喜事的仪式活动等,并在国家与地方社会之间充当沟通者和协调者。二则公共身份者承担了更多的公共职能,如兴办教育、道路维修、扶贫济困、乡村振兴、防灾救灾等。通过公共责任承担和对地方共同利益的主动建构,不仅使公共身份者依赖其对地方共同利益的贡献而“获得社会服从的力量”,强化了其管辖和控制地方社会的权力和权威,而且也为其自身带来了“荣光”,获得了名声、信任、尊重和融洽的人际关系,加强了社会联结,扩展了声望资本,并促进了内聚性地方共同体的生成。

2. 公职:乡村能人获得声望资本的“公共身份证”

韦伯指出,“人追求权力并非仅仅为了在经济上使自己富有……追求权力往往也是为了他所需要的社会荣誉”^[24]。林南也认为,“社会关系的位置资源通常比自我的个人资源要有用得多,因为位置资源唤起的不仅是嵌入在组织中的位置上的资源,而且包括组织自身的权力、财富和声望”^[11]。公职基础上的声望会得到法律秩序的保障,担任公职者因掌握特定的“位置资源”,会成为“在一个共同体中参与社会荣誉分配的典型群体”,从而形成一种社会声望分配的“身份秩序”。在我国乡村社会中,虽然村庄能人可以借助其拥有的财富、知识或专业技术等赢得声望,但是不可否认的是,得到国家和村民双重认可的公职,依然是资源匮乏型的农业村庄最重要和最受瞩目的“身份符号”和地位标识。乡村社会的评价体系和关系网络,以及农民对村庄的情感依恋,强化了村庄能人面向村庄寻求声望资本的内在需要。在乡村社会中增加声望资本最有效的途径莫过于将自身建构为“公共身份者”,而“村干部”则为村庄能人提供了一张“公共身份证”。借助村干部身份,村庄能人成功实现了“化私为公”,声望资本扩展成为干部身份的“连带福利”。

一方面村干部是国家政权打入村庄的“楔子”,是嵌入性的治理工具,代表着国家的在场,治理村庄的“身份”由法律秩序予以保障。这就意味着村干部实际上是国家政权的“代理人”,村干部执行的是国家的法律、法规和政策,以及上级政府及其职能部门交办和转移的工作事项。虽然这在一定程度上构成了村干部“忙”和“累”的根源,但是在还未完全褪去官本位价值观的乡村社会,有“官家”的支撑也间接抬高了村干部在村庄社会中的身份和地位,因为无论是在村干部还是在村民看来,“上面有人”是非常值得称道和夸耀的事情,是门路多、关系广、面子大的表现。

“当干部的肯定比咱这平头老百姓关系广,认识的政府的人多,肯定比咱有本事。像俺这样的,活了大半辈子了,一个有头有脸的也不认识,办个事想托个人都找不到门。在咱家里,如果你不愁钱,还是能当干部好。像村里的几个干部,都干点生意,也挣的不少,吃喝不愁,再当个干部,那是要钱有钱,要人有人。”(对Y村村民的访谈,访谈编号ADY20210803CM03)

另一方面村干部由村民依法授权而代理村务,接受了村庄舆论的检视,得到了社会承认,是村庄的“当家人”。随着精准扶贫和乡村振兴战略的实施,国家政策向农村倾斜,村干部也有了更多的资源和条件加强村庄建设,为村民谋取福利,在村域社会中的声望也随之得到提高。

“现在干部辛苦,有不愿干的,也有愿意干的。像LHY当个书记,他那个楼梯扶手生意耽误了不少,但是呢,他还是愿意干,咱这一个队里这么多事,他一个人也忙不过来,他几个闺女回来的时候都会帮着他干。他这当干部图个啥呢,不就是图这个吗,村里人对他的评价高,在村里关系好,就是你说的声望高。”(对Y村村民的访谈,访谈编号ADY20210803CM01)

担任村庄干部,实际上就获得了由国家和村庄双重认证的“公共身份证”,不仅“自带光环”,而且掌握着进一步扩展声望的资源和资本。在村庄社会中,声望的形成和积攒,来自其他人的授予和让渡,村民之所以对村干部表示尊敬和认可,“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”^[25]。没有公共职务的“加持”,乡村能人的声望便会大打折扣,难以成为村域中的“公共人”。“位置”会产生“声望效应”,即个体会更喜欢与高社会地位的人交往,占据着稍高社会地位的人在互动参与中更受欢迎,处于不利地位者需要借助与“高位置者”交往与互动来提高自己的声誉^[1]。有公职身份的乡村能人与未担任公职的乡村能人虽然拥有的个人资源,包括收入、知识、技术等,可能是相等的,但是他们将会拥有不相等的“位置资源”,以及由“位置资源”所唤起的声望。“位置”上的能人掌握着更丰富的资源用以提供给村民,而不在其位的能人,在村民看来,他们关心的仅仅是个人的事务,既无力争取国家资源为村庄谋利,也不会以私有财产为村民提供恩惠,因而获取的声望资本相对较低。

同时也需注意的是,村庄能人之所以注重乡村社会中的“声望资本”,正是因为他们的声望资本可以在这样的文化网络中予以生产、积累和展示。而如果没有文化网络的支撑,不仅面临着乡村共同体意识的消解,能人对声望资本的追求也将缺少社会“底座”。

四、结语与讨论

声望根源于人性渴求社会承认的心理需要,是得到共同体普遍承认的荣誉。作为一种重要的社会资本样态,声望在社会关系中获得,并扩展了行动者在关系网络中的影响力。高社会地位者掌握着嵌于社会网络中的“位置资源”,具有生产和再生产声望资本的先赋条件。在经济上占据优势地位的个体或组织往往倾向于谋取社会地位,强化社会认可,积累更加丰富的声望资本,进而增强社会动员能力。本文以“声望资本”为核心概念,将村庄能人视为嵌身于乡村文化网络中的行动主体,认为乡村文化网络强化了村庄能人对声望资本的追求,而公共身份是声望资本生成的重要机制,公职是获取声望资本的“公共身份证”。乡村文化网络空间中的规范、关系与情感等不断形塑着能人的乡村生活面向,只有获得由国家和村庄双重认可的村干部身份,才能为其声望资本提供生产和展示的舞台。

Y村是典型的资源匮乏型和集体经济薄弱型村庄,虽然面临着城市化的冲击,但是乡村能人依然保留着较强的“社区记忆”,并因亲情纽带而与村庄发生着“强社会关联”,得到村庄的承认,获得在村域社会中的高社会地位及其嵌入其中的高社会声望,构成了他们行动的基本面向。受村庄文化网络韧性的影响,村庄能人会将“当村干部”作为获取公共身份、赢得社会声望的重要途径。由此便可以解释,在权小责大任务重且经济收入与付出不相对等的情况下,本已占据经济优势的村庄能人为何“愿意当村干部”这一问题。

本文既无意将“当村干部”予以“浪漫化”,更无意将“能人型村干部”塑造为一个完美无瑕的“道德完人”形象,仅力图说明,文化场域会形塑人的行为,身处乡村社会场域中的村庄能人,其行动逻辑会受到村庄“文化网络”的深刻影响,乡村的舆论和道德评价具有较强的规训作用,具有相对经济优势的村庄能人也要面向村庄,通过担任公职以满足提高社会声望的心理渴求。声望是一种非物质性的权力资源,一方面声望可以巩固权力,另一方面权力也可以进一步扩展声望资本,声望既是权力运行的重要机制,也是权力转变为影响力的媒介。乡村能人借助“村干部”的“位置资源”扩展了个人声望的同时,也增强了在乡村社会网络中的“关系强度”,提高了影响力,并进一步巩固了在村庄的权力基础,进而获得嵌于社会关系和社会结构中的更丰富的资源。

还需进一步说明的是:一则公共身份是声望资本生成的重要机制,但是“公职”只是塑造和标识公共身份的“符码”之一,而并非必要条件。有“公职”却不承担公共职能、扮演公共角色、维护公共利益,既难以塑造公共身份,也无从获得声望资本。乡村能人追求“当村干部”的声望,既契合人性渴求社会承认的心理需要,也深受乡村文化网络的影响,但若要将“位置”转换为“声望”,还需进一步强化乡村生活面向,实现“位置资源”的公共化。二则如果乡村能人可以在村庄之外,或不依靠村干部身份,而获得更好的平台、机制与路径以生产、累积和展示其“声望”,那么他们“当村干部”的动力也将大打折扣。

Y村虽只是皖北的一个普通农业型村庄,资源贫乏、经济薄弱且“其貌不扬”,但也正因其普通,它才能呈现中国千万普通村庄的面貌,Y村能人受村庄文化网络的影响,追求当村干部的声望,也许能够反映中国相似村庄的乡村能人“当村干部”的内生动力。因而,如何利用好这一动力,做好我国乡村干部的换届选举工作,并发挥能人在乡村振兴中的带动作用,尤为重要。

参 考 文 献

- [1] 徐勇. 村干部的双重角色:代理人与当家人[J]. 二十一世纪, 1997(8): 147-158.
- [2] 贺雪峰, 阿古智子. 村干部的动力机制与角色类型[J]. 学习与探索, 2006(3): 71-76.
- [3] 桂华. 论乡村振兴背景下的能人治村——动力、过程与后果[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2020(3): 72-77.
- [4] 李祖佩, 胡朝阳, 马平瑞. 再论“富人治村”——基于地方政府自主性视角的解释[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2021(5): 25-36.
- [5] 齐薇薇. 新时代背景下富人治村的机制研究——以珠三角L镇调研为个案[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2021(2): 28-39.
- [6] 郭斌, 甄静, 王征兵. 村干部工作动力源研究——基于陕西省合阳县10个乡镇110位村干部的调查[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2013(3): 124-128.
- [7] 吴毅. 双重边缘化: 村干部角色与行为的类型学分析[J]. 管理世界, 2002(11): 78-85.
- [8] 纪芳. 富人治村与基层秩序稳定——基于珠三角农村的经验调查[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2021(3): 56-63.
- [9] 魏程琳, 王木林. 内外有别: 富人治村行为差异的制度逻辑及启示[J]. 华中农业大学学报(社会科学版), 2021(5): 110-119.
- [10] 崔盼盼. 乡村振兴背景下中西部地区的能人治村[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2021(1): 131-140.
- [11] 林南. 社会资本: 关于社会结构与行动的理论[M]. 张磊, 译. 上海: 上海人民出版社, 2004.
- [12] 戴维·迈尔斯. 社会心理学[M]. 侯玉波, 乐国安, 张智勇, 等译. 北京: 人民邮电出版社, 2016.
- [13] 汉斯·摩根索. 国家间政治: 权力斗争与和平[M]. 徐昕, 郝望, 李保平, 译. 北京: 北京大学出版社, 2006.
- [14] 尼古拉斯·卢曼. 信任: 一个社会复杂性的简化机制[M]. 瞿铁鹏, 李强, 译. 上海: 上海人民出版社, 2005.
- [15] BURT R S. Structural holes: the social structure of competition[M]. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1992.
- [16] 皮埃尔·布迪厄. 实践感[M]. 蒋梓骅, 译. 南京: 译林出版社, 2012.
- [17] 迈克尔·A·豪格, 多米尼克·阿布拉姆斯. 社会认同过程[M]. 高明华, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [18] 杜赞奇. 文化、权力与国家: 1900—1942年的华北农村[M]. 王福明, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2003.
- [19] 埃米尔·涂尔干. 社会分工论[M]. 渠东, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2000.
- [20] 贺雪峰. 乡村治理的社会基础: 转型期乡村社会性质研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2003.
- [21] 宋恩梅, 左慧慧. 新浪微博中的“权威”与“人气”: 以社会网络分析为方法[J]. 图书情报知识, 2012(3): 43-54.
- [22] 朱政. 新一代富人治村: 类型、效应与机制——基于苏南地区的实证调查[J]. 学海, 2020(4): 119-123.
- [23] 张静. 基层政权: 乡村制度诸问题[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2000.

[24] 马克思·韦伯. 马克思·韦伯社会学文集[M]. 阎克文, 译. 北京: 人民出版社, 2010.

[25] 班涛. 农村声望地位的阶层确认研究——基于“结构—互动”视角的解读[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2018(5): 70-78.

Prestige Capital: An Explanatory Perspective of “Why Competent Villagers Leaders Want to Be Village Cadres”

LUO Dameng, WU Licai

Abstract A survey of village in northern Anhui shows that obtaining prestige capital is the endogenous driving force for competent villagers to “be village cadres”. Prestige is a scarce symbolic symbol resource and the pursuit of it stems from the psychological needs of people to be recognized by the society. As an important social capital, prestige is obtained through social relations, and expands the influence of actors in the relationship network. Using the “cultural network-public identity-prestige capital” analysis framework to explain why competent villagers would like to be village cadres in the “blank village” in terms of collective economy and “empty village” where a large part of population is seriously lost. The results show that the cultural network provides a platform for the production, accumulation and display of prestigious capital. The competent villagers are deeply influenced by the rural cultural network and have inherent needs to maintain the villages’ social reputation. Public identity is an important mechanism for the generation of prestigious capital. The position of village cadre provides the competent villagers with a “public ID card” acknowledged by both the state and villagers which can provide “status resources” for village competent people to expand their prestige capital and help them expand their influence and social status in the village social network. The pursuit of prestige can strengthen the public attributes of village cadres and provide sustainable momentum for rural development and governance.

Key words cultural network; public identity; prestige capital; village cadre with the characteristic of competent people

(责任编辑: 余婷婷)