

管中窺豹： 社會變革靜悄悄

——讀《白領：美國的中產階級》

新式中產階級的社會生活正出現異化（alienation）——工作和生活截然分開，以至閒暇在現代人奮鬥意識中具有一定的重要性。置身都市，「異化」意味工作中人們必須認真嚴謹，唯有工作之外做些於他們而言有意義的事情，通過閒暇擺脫工作中永無休止的折磨：「為了用錢買回每夜和周末的『快樂』，人們每一天都在一小塊一小塊地出售自己。憑藉娛樂、愛情、電影，以及替代性的親切感（vicarious intimacy）……如此隨波逐流，大城市的人在競技體育、大眾媒介的偶像以及其他娛樂機器中找到了新的寄託。」

黃璇

仔細一想，這不正是當下白領階層的衆生相嗎。實際上，這點點引用自美國社會學家米爾斯（C. Wright Mills）的名著《白領：美國的中產階級》（White Collar: The American Middle Classes），早在一九五一年，他便對這種趨勢有所洞察。這本書開篇即闡述「白領人群正悄然步入現代社會」，並且相信「由於他們在數量上突顯出的重要性，白領的存在已經推翻了十九世紀關於社會應該劃分為企業主和僱傭勞動者兩大部分的預測。」

由此可見，作為一個社會群體，他們不會對大眾造成威脅；作為個體，他們沒能主張獨立的生活方式；但作為社會的存在，他們卻改變了美國的社會格局和價值觀念，「由於他們大眾化的生活方式，白領已經改變了美國人的生活氣息和人生體驗。」米爾斯的這部著作，就是把直白的事實描述、深厚的理論積累（以韋伯的科層制度分析白領的地位特性，馬克思的異化理論分析白領的社會生活），及政治洞察糅合在一起，為讀者講述「白領」即「新中產階級」是如何靜悄悄地影響了這個時代。

新中產階級日漸興起

迄今為止，西方對於介乎資本家與非熟練勞工之間的「中產階級」（middle class）的界定，依舊沒有統一標準可遵循。美國內戰後的工業化，令建築商、金融家等工商界首領一度成為中產階級的經典形象。二戰後西方社會階級結構、社會地位發生巨大變化，英法等歐洲國家普遍受重創，美國一枝獨秀，經濟實力膨脹。米爾斯依據職業界別，將小農場主、店主、小企業主、自由職業者等歸之為老式中產階級。而伴隨美國公司經濟的發展而產生的經理階層、僱傭職業者、學校老師、銷售人員、辦公室職員、技術人員等歸之為新式中產階級，這裏「新」是相對於早期美國社會的以小業主為主要階層而定義。新式中產階級既區別於傳統的老式資產階級（擁有財產的所有權，身兼工業技術專家和金融商人的小業主等），又區別於純粹的僱傭勞動者（藍領工人等）。大型企業系統化管理，科層制的推廣和新技術的引進，令公司部門分工明確，需大批人手多方蒐集資料、撰寫文案廣告、處理郵件等等。這些帶動了職業結構的變革，工業人口逐漸超越農業人口，其中以白領階層增長速度最快，因此米爾斯認為新中產階級可直接指代白領。

在米爾斯看來，組成新中產階級的人士，並未形成一個單一、緊湊的階層。他

們從同一時代的不同背景脫身而出，共通點是依附於大型機構，多數從事腦力勞動靠知識搵食，擅長與人、金錢、抽象符號打交道，懂得「操縱傢伙（things）的人」越來越少。作為新中產階級的突出象徵，白領的特殊性在於：在上層人的眼中，白領們微不足道平凡無奇，是「殉道式的英雄，常常不能為卻勉力而為的小人物」（the hero as victim, the small creature who is acted upon but who does not act）；另一方面，讓這些小人物的「沾沾自喜」的是，對於基層人士來說，能縮衣節食供養子女唸大學，以便將來有機會當上白領、步入中產階級隊列，也算實現兩代人的夢想了。

歷史總是驚人地相似

讀到這兒才發覺，該著作儘管成書於上世紀五十年代初，但現在讀起來絲毫不覺得過時，這是一本討論美國社會現象的書，但與我們的現狀有很多不謀而合之處。今時今日中國白領，同樣面臨在科層管理制度之下，個性均一化、技能「被格式」化的窘境。而高估白領的社會地位，應該是當下中國社會的普遍現象。正如《白領》簡體中文版譯者周曉虹於本書代譯序中所講，中產階級正於中國社會不斷成長和壯大，可大多數國人對當今中國是否存在中產階級仍持強烈懷疑的態度，人們對

中產階級或新中產階級裏「產」的多寡過度重視，而忽略了這一階層的職業特徵。周曉虹寫道，閱畢這本書，或許能校正人們對中產階級或新中產階級的種種不正確的估量。

米爾斯生前在哥倫比亞大學執教多年，思想激進，理論上秉持批判精神，以揭示當時社會的權力鬥爭和衝突本質而著稱。一如他的其他著作，《白領》彰顯其特有的分析批判立場，全書花費很大篇幅列舉新中產階級（白領階級）種種消極的一面。米爾斯舉例，一部分白領人士處境愈發趨近於普通工人：「在收入、財產、技能方面實際上已經和僱傭勞動者無異」；工作與人格的雙重異化導致他們置身於大城市，卻困於文牘，生活單調無趣，無意義的工作影響着他們的挫折感；白領階級還催生了「人格市場」（personality market），交易時，只要售貨員的個人品格對這單買賣有所影響並給顧客留下深刻印象，人格市場便形成。這讓讀者不禁發想，人格市場這個超級賣場裏，櫃檯後面的微笑只是商業化的誘惑嗎，現代人的自我異化和虛偽究竟可以達到什麼程度。微笑、舉止都越來越有市場叫賣的色彩，「人們不再將售貨員當作某個人，而是視為一種商業面孔、一種對光臨的顧客的刻板性問候和感激。你不必對現代洗衣店的工人表示善意，你只需付給他錢；反過來，他只需

要神清氣爽和手腳麻利就行了。」

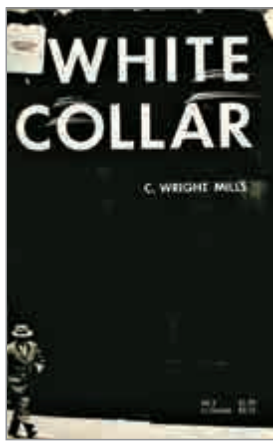
社會兩級間平衡力量

可是，縱使白領僱員不滿當下的生活狀況，抑或惶恐地位聲望的岌岌可危，他們也不會為自己進行任何鬥爭——米爾斯引述列寧的觀點，強調一個階層的政治意識不可能導源於「工人和僱主關係的領域」。與過往階級不同，新中產階層對政治搖擺不一的態度，令其自成「政治冷感」（political apathy）一派，難以推動他們形成自發的政治組織以取得話語權。如此看來，在作者的眼裏，新中產階級似乎一無是處，但作為社會的中間層，中產階級就是社會兩級之間的平衡力量。

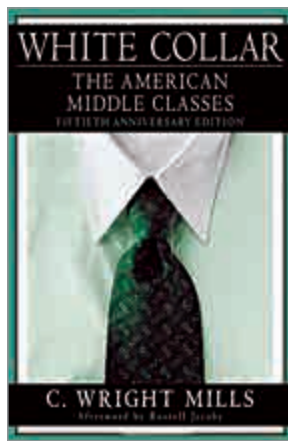
《白領》的結論算不上完美，卻最為誠實。該書面世六十五年，米爾斯的文字讓我讀到了與今天中國社會生存狀態的相似性，很多說法套用到當代仍然有很強的借鑒意義，可見米爾斯前瞻力非同一般。或許讀者可從中可以找出些歷史的線索，解決當前的疑惑。誠然，即使是通讀全書，也很難找到米爾斯對「白領」的準確定義，但他的總結及前瞻有理有據，對「白領」這個物種的來龍去脈解構清晰，稱得上是抓住了時間脈搏的名著，時下白領一族均值得一讀——畢竟，你我和書中那些「新中產階級」一樣，一天中大部分時間都是在辦公室「生活」。



▲米爾斯著、周曉虹譯《白領：美國的中產階級》，南京大學出版社二〇一六年一月出版



▲《White Collar: The American Middle Classes》，牛津大學出版社一九五一年初版 網絡圖片



▲《White Collar: The American Middle Classes》五十周年紀念版，牛津大學出版社二〇〇二年出版 網絡圖片



▲米爾斯（C. Wright Mills，1916 - 1962） 網絡圖片

作者簡介

美國社會學家米爾斯（一九一六至一九六二年），全名Charles Wright Mills，以C. Wright Mills為人所知，其扛鼎之作《社會學的想像》（The Sociological Imagination，一九五九年），是部公認的社會學經典，啟迪了無數社會學系學子。米爾斯曾求學於「進步主義思想搖籃」的威斯康辛大學（麥迪遜），廣涉社會與政治理論，兼修史學與人類學；二十六歲選擇以「實用主義與知識社會學」（Pragmatism and the Sociology of Knowledge）為博士論文選題作探究，於同年取得該校社會學博士學位。在博士論文中，米爾斯用知識社會學發展了實用主義，尤其是皮爾斯（Charles Sanders Peirce，一八三九至一九一四年）、詹姆斯（William James，一八四二至一九一〇年）和杜威（John Dewey，一八五九至一九五二年）的哲學。

一九四五年，米爾斯轉任哥倫比亞大學應用社會研究局的研究人員，專攻科層制與權力結構，其間相繼發表《性格與社會結構》（Character and Social Structure，與Hans Heinrich Gerth合著，一九五三年）、《權力精英》（The Power Elite，一九五六年）等。數年後米爾斯晉升哥大社會系教授。

年輕時就因高血壓而推遲服役的米爾斯，往後數次心臟病發。一九六二年，因為要在全美電視網中為古巴革命辯護，操勞過度的米爾斯心臟病突發去世，時年僅四十六歲。如果有獲得博士學位起計，米爾斯學術生涯不過二十餘載，但他卻撰寫了多部影響一代美國人的著述——從美國社會學界把舉足輕重的獎項定名為「米爾斯獎」（C. Wright Mills Award）可見一斑。



▲掃此QR code，上大公網瀏覽更多讀書資訊



▲Manhattan © PietrvH, on Flickr