

文章编号:1674-2869(2008)06-0113-04

当前农村居民生活消费变迁研究

赵津晶,朱华乔,黄艳,郑伶俐

(武汉工程大学艺术设计学院,湖北 武汉 430205)

摘要:阐述当前农民生活消费的主要特征,对影响农民生活消费变迁的原因进行分析,提出引导农民正确消费,构建农民新消费文化的原则和途径。

关键词:农村居民;生活消费;变迁

中图分类号:G206

文献标识码:A

随着国家经济、政治、文化各方面的发展,农村消费环境和消费条件都有显著提高,消费社会的到来和消费主义文化的迅速传播不仅影响城市人的消费选择,也冲击着农民的传统消费观念和行为习惯。如今的农村,消费主义文化和中国传统消费文化同时发挥作用,在这两种消费文化的共同影响下,农民的消费观念和行为习惯出现了多元化趋势^[1]。而随着国家城乡二元社会结构的打破和城乡各方面的融合,社会开放性和农民流动性明显增大,农民获得收入途径的多元化使农村社会内部产生分化,农民群体中贫富差距的扩大使他们的消费水平和消费结构呈现出较大的差异性。

一、当前农民生活消费的主要特征

马斯洛的消费层次发展理论告诉我们:“消费水平的提高和发展意识的增强能够带动消费层次的提高,随之引起消费结构的改变。”^[2]当前随着农村经济的发展和农民消费投入的增加,农民生活消费呈现出崭新的特征:

(一)消费环境有了改善,消费项目增多,消费水平显著提高

如今农村消费市场的集中和扩大,市场秩序不断好转不但给农民的生活消费带来了便利,也为农民主动参与市场竞争带来了开放的环境。连锁超市向农村地区的服务延伸在一定程度上增强了农民生活消费的安全系数。竞争的存在促使消费品质提高和种类增加,使农民有了更大的消费自由度。目前农民吃穿住用行的基本生活消费质量已得到保障,特别是在穿衣方面,农民不仅注重价格和实用性,而且讲究质量款式和个性品位。而住房消费则是变化最为显著的生活消费项目,特别是年轻农民在住房的实用性得到保障的前提

下,对其舒适性和审美性的要求不断增强。此外,农民的耐用消费品消费种类也不断增多,空调、热水器等高档电器进入了农村市场,进入农户日常生活中。农村家庭的电话和摩托车普及率也较高,部分年轻农民配备了手机,农民的通讯和交通消费支出明显增多。

(二)从消费结构上看,服务性消费比例上升,精神文化消费得到重视,但消费的层次和质量有待提高

在物质生活消费显著提高的同时,农民的休闲娱乐和享受性消费也日益增多。一些以前在城市流行的消费项目蔓延到农村,特别是年轻群体接受新事物的能力较强,观念相对开放,所以一些新兴的娱乐服务消费项目很快在农村找到市场。迎合了广大农民的精神文化和生活享受需要,也给农村的发展注入了活力。但是同时一些腐朽落后的精神文化消费形式同新事物共存,甚至有继续盛行的趋势。如赌博、迷信等负面愚昧文化和新的消费形式相结合,致使一些传统娱乐休闲活动发生质变,形成不良风气,使精神娱乐消费呈现出低层次性。而文化生产和销售商对经济利润的片面追求,也导致农村文化市场相对冷清,缺乏适合农民群体需求的文化产品和文化传播途径。这必然不利于农村精神文明建设和农民自身素质的提升。

(三)农民消费由单一化、雷同化向多层次、多样化、个性化发展,消费中呈现出较强的代际差异和贫富差距

由于所处的时代背景和生活环境不同,乡村中不同代际之间的消费观念和行为习惯也存在较大差异^[3]。年纪较大的农民因为受传统乡村文化的影

收稿日期:2008-09-02

基金项目:湖北省教育厅2008年度科研计划重点项目(D20081502)

作者简介:赵津晶(1972-),女,天津市人,副教授,博士研究生。研究方向:传播学广告方向。

响,保守性和封闭性强,他们自我约束,坚定地恪守着日常生活中已形成的,以风俗习惯价值观为基础的“生活伦理”。而年轻人则认为自己有条件享受和体验各种消费,这是对自身能力和价值的一种肯定。一些年轻农民已有较强的品牌意识,把广告和城市流行的消费潮流看作自己追求的目标,把日常消费品的价位档次看作一种经济实力和身份高低的象征。在他们身上,消费的符号性和象征性意义已经凸显^[4]。同时在具体的日常生活消费中,农民群体内部的贫富差距也有了生动的体现。那些经济条件差的农民几乎仍处在维持基本生活需求的状态,他们的消费仍以实用和温饱为标准,对于生活消费品是能少买就少买,能贱买就贱买,能不买就不买,消费能力严重不足。而那些富裕的农民表现出消费的随意性和炫耀性,盲目追求高消费,在消费行为选择上体现出小农意识和摆阔心态。

(四)农民日常消费的谨慎性与大宗消费的盲目性并存,炫耀性和攀比性消费愈演愈烈

农民的家庭年收入水平普遍提高,但平时收入的不稳定性,导致他们在日常生活消费中具有很强的保守性和谨慎性。平时的储蓄是为了节日消费和大事消费做准备,大量、短期、集中的费用需要农民很长时间的资金积累,特别是婚丧嫁娶、建房等支出需要收入的大量积淀才能实现。这必然造成农民日常消费的主动控制,平日明显缺乏消费动力,而遇到大事或大宗消费需要时,则特别舍得大手大脚地花钱,使消费缺乏计划性和合理性^[5]。表现最为明显的就是如今农民的建房投入在不断增加;年轻人的婚礼讲究排场和人气;一些农民在添置耐用消费品时不是根据生活需要,是抱着“别人买了,我也得买;别人家有,我家也得有”的心态。这种从众与攀比的消费行为虽然满足了人们的虚荣心,却造成了不必要的浪费,也使农村社会生活中大宗消费的档次标准过分攀升,给农民生活带来了一种强制性的压力,不利于农村健康文明可持续发展的消费局面的形成。

二、影响农民生活消费变迁的原因分析

(一)经济收入增加、社会流动性增强和国家政策扶持为促进农民生活消费水平的提高起到了基础性作用

经济收入是影响人们消费的主要因素,国家对“三农”问题的长期关注和对农民增收问题的重视,使农民在经济状况上有了很大改观。农村的产业调整优化,农民获得收入途径的增多,使农民的经济收入有了显著提高,农民手中有更多的结

余可用于生活消费的投入和改善。并且随着城乡二元结构的逐渐弱化和小城镇建设的发展,乡村和城市的融合不断加强。农民的流动性增大,很多农民走出农村,脱离了乡村生活,扩大了生活范围,开阔了眼界,消费欲望得到了激发,生活消费需求也因此增多。而国家一系列惠农政策的实施和对农村基础设施建设的投入,也进一步促进了乡村自身环境的变化,农民的消费环境和消费条件都得到改善^[6]。

(二)大众传媒对新的消费文化和生活方式的宣传,潜移默化地影响到农民消费观念和行为

由于“三农”问题在我国整体发展中的特殊地位,我国政府对农村的宣传工作极其重视。20世纪六七十年代基本上做到村村通广播,80年代后开始在农村发展电视,90年代至2004年大力实施村村通电视工程,如今,电视已在农村普及,是农民获得信息的主要渠道。网络正在向农村发展,但只有少数农民拥有并有能力使用电脑。这些大众传媒在起到宣传国家方针政策的同时,也将大众文化传播到乡村。广大农民通过大众传媒接触新思想、新文化,感受社会发展的新动态。而生活消费又是一个极其活跃并能反映社会经济文化发展水平的领域,因此,新的消费理念和生活方式通过大众传媒的宣传,迅速影响到农民的观念态度,为他们树立了生活消费的榜样模式^[7]。比如大量电视广告和生活服务类资讯栏目的出现,激发了农民的消费欲望,刺激他们向往一种更好的生活状态。可以说在很大程度上,正是大众传媒的作用才使乡村由闭塞走向开放,而且开放度越来越大,从而使农民的生活消费发生了变化。

(三)人际传播和农民群体内部消费精英的消费示范作用,对农民整体消费水平的提升起到了推动作用

人际传播在我国乡村有着深厚的社会基础,是千百年来乡村社会进步、文化传承、邻里关系、宗族关系、人际关系的重要承载和纽带。加之我国农民受文化程度和信息消费水平的制约,对报纸、书籍、网络的接触率和利用程度较低,广播和电视媒介在农村的信息到达率和传播效果,较之城市而言也有显著差距^[8]。因此,在当今的农村,人际传播仍是非常重要的传播方式。那些家在农村身在城市的打工农民受到城市生活的熏陶,在羡慕城市消费模式和生活方式的同时,也会在自己经济条件允许的范围内尝试新鲜的消费体验,重塑自己的消费观念。他们与家乡亲人的交往过程中必然通过人际传播的方式,把这些新的消

费信息和消费理念传播给乡村农民。他们每次回乡的消费行为都会给村民带来心理上的冲击。而农村社会中的“经济精英”和“消费精英”的日常消费活动,也会对周围农民形成一种示范作用,由血缘关系和地缘关系构建的人际交往,会使新的消费观念通过人际传播方式扩散复制。于是那些见过世面、信息灵通、经济宽裕的农民通过语言和行为颠覆着传统农村的生活消费观念和模式,那些固守农业生产和乡村生活的农民或主动或被动地接受,并逐渐习惯认可了新的消费思想和行为。这就必然使相当多的农民对生活消费的关注重心,逐渐由如何生存转向如何追求一种更好的生活状态,对乡村农民整体消费水平的提高起到了强有力的推动作用。

三、正确引导农民消费,构建农民新消费文化的原则和途径

目前在乡村社会中,传统消费文化和现代消费主义文化共同影响着农民的消费观念和行为,使农民生活消费呈现出理性与非理性并存的状态^[9]。我们若想改变这一现状,把农民塑造成具有现代消费观念和能力的新的消费者,让农民生活消费向着更健康科学合理的方向发展,就要引导他们转变过于保守节俭的传统型消费观,调适过于奢侈浪费型消费观,克服愚昧落后型消费观,使农民的消费行为既有利于自身整体素质的提高,也有助于促进农村社会的全面可持续性发展^[10]。

要引导农民的生活消费向着科学文明、健康可持续方向发展就必须遵循适度消费和合理消费的原则。所谓“适度消费”,主要有两个标准:一是指满足人类生存发展的需要为基础,不超过自然的承载能力和个人生理承受能力,在不降低消费水平的前提下,适度多余消费;二是指消费水平要适应生产力发展水平,适应收入水平,避免超前消费^[11]。“合理消费”主要是指农民消费结构的合理化。主要包括如下几个方面:第一,合理的农民消费结构应该是与农民所处的社会生活环境和消费品市场的发展水平相适应;第二,合理的农民消费结构应该有利于农民自身的全面发展和素质的全面提高;第三,合理的农民消费结构应该能够促进农村地区经济的良性运行和可持续发展;第四,合理的农民消费结构应该不断加大农民消费中的文化含量,引导农民建立文明、健康、科学的生活方式,从而有利于促进农村物质文明与精神文明的协调发展^[12]。

农民新的消费观念和生活方式的形成及由此

实现的新消费文化的建立不仅需要农民自身的努力,更需要国家政府和社会力量的共同支持。国家要继续深化改革,逐步完善农村的教育、医疗等社会保障体系,切实消除妨碍农民增收致富的体制性因素。政府应加大对农业、农村的投入,积极发展经济,切实拓宽农民收入来源,扩大生活领域消费,为提高农民生活消费水平奠定良好的经济基础;加强对农村道路、电力、通讯、水利等基础设施的建设,改善农村居民的消费环境,为促进耐用消费品在农民生活中的普及提供优良的外部条件;加大对农村消费品市场的整顿和监管力度,进一步规范市场行为,维护市场秩序,更好地维护农民消费者的权益;消费品的开发、生产、销售等工商企业,应把注意力适当转向农村市场,多生产和销售农民真正需要而又买得起的商品,让农民享受更周到的服务,刺激并加速农村居民潜在的消费欲望向现实消费转化;重视乡村的教育和精神文明建设,努力提高农民自身的科学文化水平和综合素质,引导农民开展健康文明的农村文化建设,使他们在树立科学消费观念的同时,提升他们作为消费者的维权意识,提高鉴别力和自我保护能力^[13]。

布尔迪厄在其文化再生产的理论中,特别结合当代社会的消费性和文化性,深入分析了当代社会日常生活领域中,各种最普遍的生活风格的变化动向及其社会文化基础,他认为日常生活的风格、心态、秉性和品位的养成、培育和熏陶过程,充满着激烈的竞争,其中包括政治、经济和社会地位方面的比较和较量,各种心态、秉性、风格和品位都是属于文化层面的东西,但它们的背后却是以政治和经济作为后盾力量,因此它们的社会效果,也是靠一定的政治和经济资本及其转化结果来保障的^[14]。生活风格和品位的再生产过程,是现代社会整个文化再生产过程的主要内容,其中日常生活消费是生活风格和品位最直接的表现,因此,消费文化的再生产过程对于整个社会文化的变迁具有重要的意义,新的消费文化的形成和确立也是社会政治、经济、文化等各方面共同作用的结果。农民群体生存状态的不断改善和生活质量的持续提高是保证我国社会稳定快速发展的重要因素,因此,我们必须重视对农民消费观念和消费行为的正确引导,在努力促进农民消费水平提高的同时,逐步确立一种健康、科学、文明的新消费文化^[15]。要不断完善国家各项促进农村发展的政策,并切实保证各项政策的顺利有效实施,将那些有利于农民权利实现的各种政治经济资本真正

转化为推动农村全面进步的力量,只有这样才能顺利实现党中央提出的建设“生产发展、生活富裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的社会主义新农村的宏伟目标。

参考文献:

- [1] [美]艾 伦·杜宁. 多少算够——消费社会与地球未来[M]. 长春:吉林人民出版社,1997. 76-78.
- [2] 陈文超. 从社会学视角看农民生活消费的现状与特点——以湖北省某村庄为例[J]. 调研世界, 2005, (1): 25-27.
- [3] 刘 嗣. 中国经济需求不足研究[M]. 北京:中国社会科学出版社,2003. 131-135.
- [4] 尹世杰. 消费需要论[M]. 长沙:湖南出版社,1993. 47-49.
- [5] 卢东宁,侯军岐. 我国农村消费市场启而不动的经济学分析[J]. 农村经济, 2005, (6): 22-23.
- [6] 成思危. 中国农村消费市场的分析与开拓[M]. 北京:民主建设出版社,2001. 128-132.
- [7] 唐淑云. 我国农村消费模式及拉动消费的对策[J]. 农业经济问题, 2001, (10): 58-61.
- [8] 谢永才,李红艳. 中国乡村传播学[M]. 北京:知识产权出版社,2005. 113-121.
- [9] 封俊国,秦菊香. 中国农村消费窘境[J]. 农村金融研究, 2005, (3): 40-42.
- [10] 俞海山. 可持续消费模式论[M]. 北京:经济科学出版社,2002. 280-285.
- [11] 朱信凯. 中国农户消费函数研究[M]. 北京:中国农业出版社,2003. 218-223.
- [12] 尹世杰. 消费经济学[M]. 北京:高等教育出版社, 2004. 83-85.
- [13] 韩保江. 中国经济[M]. 北京:中央编译出版社, 2006. 168-172.
- [14] 高宣扬. 布迪厄的社会理论[M]. 上海:同济大学出版社,2004. 79-82.
- [15] 曹锦清,张乐天. 当代浙北乡村的社会文化变迁[M]. 上海:上海远东出版社,2001. 260-268.

Search on the shift of the contemporary consumption in the villagers' daily life

ZHAO Jin-jing, ZHU Hua-qiao, HUANG Yan, ZHENG Ling-li

(College of Art and Design, Wuhan Institute of Technology, Wuhan 430205, China)

Abstract: The thesis illustrates the main characteristics of the contemporary villagers' consumption in the daily life and analyzes the factor of influencing the shift of villagers' consumption. It proposes the principle and method for villagers to consume properly and establish the consumer culture newly.

Key words: villagers; consumption shift; changes

本文编辑:吴晏佩