

新生代农民工消费研究述评

谢培熙,朱 艳

(河海大学 社会学系,江苏 南京 211100)

摘 要 通过与老一代农民工的比较,在‘再生产’视角下从个人、性别、家庭和制度安排4个方面,评述了新生代农民工消费的相关研究。研究发现,“空间隔离”使新生代农民工的消费呈现复杂性;他们保持节俭并尽量汇款回家以维持与家庭相关的社会关系再生产,另一方面又追求城市消费方式以融入城市,通过消费重造主体性。家庭消费转移至城市以及打破集体消费领域的制度性歧视有利于其融入城市。研究指出,应将其视为‘完整的人’,关注其家庭消费,同时结合生产和制度安排来考量消费。

关键词 新生代农民工 消费 再生产 空间隔离 制度安排

中图分类号 C912

文献标识码 A

文章编号 1671-4970(2011)04-0059-04

20世纪80年代以来,农民进城务工经商引起越来越多的关注^[1]。早期研究侧重于民工求职及对城乡发展的影响,目前关注领域越来越广泛,如社会保障、子女教育、精神健康、社会认同、社会融合等。同时研究视角也越来越开阔,农民工由“生产的工具”渐渐呈现为一个“完整的人”。而消费作为人必不可少的社会行为,也是重要的研究内容之一。

随着时间的推移,农民工群体内出现了新老更替。新生代农民工和老一代农民工在成长环境、个人特征、就业情况、与家乡的联系、城市适应和流动模式等方面存在明显差别^[2]。面对消费主义和现代性的侵袭,新生代农民工能快速掌握这一新的扩张^[3],表现出消费社会^[4]的时代特征。对新生代农民工消费的研究不能仅仅关注他们本身的消费特征,还应在更广阔的社会背景中发现其背后的意义。本文通过‘再生产’的视角来探讨新生代农民工的消费,这里的‘再生产’包括自身劳动力再生产和社会关系再生产。

一、个人与消费

个人消费是消费的主要组成部分。国家统计局调查显示,新生代农民工汇款占工资的比例(37.2%)明显小于上一代农民工(51.1%),也就是说,与老一代相比,新生代农民工在外消费倾向会更

高一些^①。老一代的消费主要集中于基本生活领域,受社会发展、生活环境、教育水平等因素影响,新生代农民工的价值观和消费观发生了显著变化:消费内容和结构更加复杂和多元化;消费工具从传统到现代;消费行为从保守转向开放;消费心理从传统转向前卫^[5],体现出了“新生代、新消费、新特点”。

尽管如此,新生代农民工在基本消费方面仍体现出节俭的特征,也具有较强的家庭责任感。在食品消费方面,他们的生活仍很简朴,一般是公司的工作餐或便宜的快餐盒饭,部分农民工自己做饭,以节省开支。在住房方面,流动人口的住房选择很有限,主要是借私房、租借公房、宿舍或工棚、住在市民家中等^[6]。与老一代相比,新生代农民工居住在单位宿舍(43.9%)、工地工棚(6.5%)和生产经营场所(8.2%)的比例相对较低,而与他人合租住房的比例相对较高,但独立租赁住房的比例较低,租房的比例合计为36.8%。另外,新生代农民工在务工地自购房的比例仅为0.7%。住房条件的限制使大规模的流动人口聚居地或社区的形成成为可能。住房成为影响新生代农民工融入城市的一个重要制约因素。

新生代农民工个人消费的新变化和新特征更多体现在消费形式及其内涵的改变上。手机消费、服装消费和闲暇消费等消费形式迅速增多,而且其意义也不再仅仅局限于通信、穿衣和休闲等基本需求,

收稿日期 2011-06-11

基金项目 江苏省社会科学基金项目(10SHB008) 中央高校基本科研业务费专项资金(2010B12814)

作者简介 谢培熙(1985—),男,山东平阴人,硕士研究生,从事城乡社会学研究。

① 参见《新生代农民工的数量、结构和特点》,2011,国家统计局住户调查办公室。以下未做特殊说明的数据均来自于此。

而是呈现出与城市青年的共同点 追求时尚、紧跟时代步伐。现在基本上是每个人都有手机。即使每个月吃泡菜、吃酸菜,也都会去弄一部手机^{[7][51]}。手机包含着消费之外的意义,可以通过手机消费来解读其生存心态:第一,农民工赋予手机消费和使用以“社会竞争”的意义,购买手机在年轻农民工中变成了一种“时尚”,而且有一个“团队的攀比”,作为一种“社会定位”第二,借助手机,他们有更多的自主性介入关系网的打造;第三,他们借助手机短信进行“主动式”的交往,从而使手机作为一种身份识别的同时也成为体现他们思想和意志的工具,肯定自己作为“主体”的存在状态^[8]。

服装消费在新生代农民工个人消费中占很大比重,与老一代倾向于穿衣的实用性不同,他们开始关注衣服的款式,追求品牌。仅从衣着打扮上,的确很难将他们和城市青年区分出来。通过塑造时尚的外表来进行印象管理,表明自己对城市社会生活的渴求,谋求城市人的形象^[9]。消费时尚使消费者获得了一种“群体成员感”,让消费者获得一种具有进入某个“时髦社会圈”的门票之感,表达了消费者渴望被目标群体所接纳、与社会的目标形象要求同步的情感^[10]。

在闲暇消费上,上网和看电视成为主要业余活动,分别占到 46.9% 和 52.1%。还有部分农民工选择利用业余时间充电,用于学习培训和读书看报的比例分别为 5.5% 和 10.1%。网络已成为新生代农民工获取信息的重要渠道,也成为彼此联系的主要来源,他们的思想观念和价值取向也更多地受到网络的影响。

总之,在个人消费上,新生代农民工与老一代存在明显差异。新生代农民工采用了“双重消费策略”^[11]:一方面,在基本消费上节俭,尽可能储蓄以汇钱回家;另一方面,通过新的消费形式来实现身份认同并融入城市,将对城市文化和生活方式的向往转变成极力享受城市生活,并尽可能从外显特征、日常消费行为和休闲娱乐上消除“农村人”痕迹。新生代农民工呈现更多的“消费主体”特征,相比基本消费,新的消费形式的建构意义更为明显。新生代农民工可能形成了有别于城市市民与农民的第三方消费群体^[12]。

二、女性农民工与消费

调查表明,女性在农民工中比例逐渐增加,老一代农民工中女性比例仅为 26.9%,而新生代中高达 40.8%,并且年龄越小,女性比例越高。由于老一代中女性比例较少,过去学界把农民工基本等同于男

性农民工,研究中性别意识较为淡薄。

在已有研究中暗含一个预设:女性处于被压迫的弱势地位,这一地位随情景转换(由农村的父权制压迫进入城市的资本体制压迫)而有不同表现,她们对这些压迫的反抗外在地表现为“主体性”的建构。从而“主体性”成为研究女性农民工重要的线索之一,探讨她们通过消费进行主体性打造或建构的机制及背后的逻辑。

潘毅是较早关注女性农民工的学者之一。她认为,缩小与城市人之间差距和追求现代女性美的渴望促进了打工妹的消费欲望,她们对购物抱有与对工作同样强烈的满足感和挫折感,消费梦想和欲望把她们联结为一个整体,消费也是她们反抗管理和鼓舞士气的手段^{[13][117]}。

新生代女性农民工的主体性打造是从外表开始的。女工进入城市后,首先在身体外观上与城市居民不同,她们通过对自身身体资本的挖掘、借用和改造,来建构适应城市生活及其要求的主体性,看起来更像个城里人,以获得更好的工作和社交机会,增大和城市男性婚恋的可能性^[14-15]。

新生代女性农民工在身体方面的消费也促进了消费习惯和消费观念的改变。已有研究发现,她们开始形成一种趋向都市消费习惯的偏好:化妆品消费的品牌趋向;服装消费重样式,形式和内容相分离;手机消费的符号倾向。在这一消费习惯转变的背后是,强迫性机制和模仿机制下的趋同,以及弱合法机制下的趋异^[5]。

应该说,新生代女性农民工通过消费追求主体性,是在现有的社会机制下被打造出来的。她们的主体性首先形成于工作之中,她们的社会身份在国家、资本与社会的合力下,在生产领域被建构成为廉价、卑微、次等的“生产主体”在微观场景中,工作场所的整体环境、规章制度(如“去个性化”和符号化的“制服规训”)、技术要求与培训等都对这一生产主体的塑造起着重要作用^[16]。而在工作之外,消费社会的到来和消费主义的氛围影响着新生代女性农民工的身份认同,她们通过消费追逐都市生活方式,削减工作之中的负面影响,渴望成为更自由、平等、有价值、受尊重的“消费主体”^[17]。但是消费中存在的的不平等现象,使她们通过消费这一途径来打造主体性的效果受到种种限制。

更为重要的是,工作之中与工作之外是无法分开的^[18],并且生产主体与消费主体相互建构,她们通过工作之外的消费来反抗社会压力和生产管理体制^{[13][118]},但是这种反抗却达到了与资本控制的工作场景相共谋的非预期后果。

三、家庭与消费

家庭是个体生命历程中的重要场所。对新生代农民工消费的研究自然也不能不考虑其家庭。家庭消费是社会关系再生产的重要场所,主要体现在抚育子女、投资子女教育、赡养父母、补贴家用、修建房屋、结婚、人情往来等方面。农民工家庭消费的重要中介和形式是汇款。这里的汇款是在广义上讲的,指农民工把收入带回自己的家庭,具体方式包括邮局汇款、他人捎带以及其他方式。

在汇款方面,新老农民工存在一定差异,老一代农民工平均汇款 8 218 元,占外出从业总收入的 51.1% 而新生代农民工平均汇款 5 564 元,占外出从业总收入的 37.2%。这表明,与老一代的家庭消费主要在农村不同的是,新生代在城市的消费要高,而用于在农村的家庭消费要低。可能有如下原因:一是新生代农民工年龄较小,家庭负担小,家庭对其汇款的需求不高;二是他们进城工作不仅仅是为了赚钱,也是为了追求城市生活方式,其自身对城市的消费模式的认同和追求,造就了众多‘月光族’^[19],以致无钱可汇;三是他们的核心家庭开始向城市转移,家庭消费的重心转向城市,因此汇款减少。

虽然新生代农民工汇款占收入的比例要低,但从总体看,这个比例仍然很高。已有研究发现,汇款是部分农村家庭资金积累的主要来源,甚至承担着大部分的生活保障功能^[20]。进而,给家庭汇款也是重视家庭伦理关系的体现,实现着家庭关系的再生产。那么,农民工进城打工、汇款回家,究竟是缩小了城乡差距,推进了农村发展,还是造成了更大的不均衡呢?这主要有‘现代化理论’和‘依附理论’两种解释途径。李强发现汇款对农村发展的影响是间接和复杂的^[21],套用某一理论来解释都有将复杂现象简单化之嫌。

不论是流向农村的汇款,还是在城市的自身消费,都要以工资为支撑。但在事实上,农民工与城市工人存在‘同工不同酬’的现象。现假设一位农民工和一位城市工人做同样的工作,农民工的月工资为 1 500 元,而城市工人为 2 000 元,两人在城市的个人消费均为每月 800 元,则农民工可用于家庭消费的只有 700 元,而城市工人却有 1 200 元。众所周知,工资支出由个人生活消费、家庭消费和自我提升消费 3 部分组成。个人生活消费和自我提升消费可以合称为个人消费,因此,我们可以把工资支出分为个人消费和家庭消费两大类。只有把个人消费和家庭消费结合起来分析才能完整地理解农民工工资的意义,不难看出,农民工的相对低工资是由于其中不包

含或只包含部分家庭消费部分。

这里,只有结合制度背景才能更透彻地理解这一工资制度,农民工生产与再生产的分离是理解其工资构成的重要制度背景。潘毅指出,他们的生活深受空间隔离的影响‘生产在城市,而再生产的核心在农村’^[22]。农民工在城市中进行个人自身再生产的消费,而在农村进行家庭关系再生产的家庭消费,尽管新生代农民工的家庭消费有向城市转移的趋势。造成这一双重的空间隔离的重要原因是户籍制度、社会保障制度等多项国家制度安排,而市场利用了这些制度安排,推动和扩大了这种隔离。“农民工”这个标签反映出这一劳动主体的生产与再生产之间、自身再生产与家庭关系再生产之间的扭曲和错位。应该承认,已有研究多集中于个体消费,却忽视家庭消费,忽视了个体是处于家庭关系之中的。

四、制度安排与消费

在农民工消费中,国家制度安排是个不可忽视的重要因素,它与个人的住房、健康、子女教育、社会保障等消费内容息息相关。前文已提到,处于双重空间隔离的‘双向的边缘人’的位置使得农民工在制度安排上处于弱势地位^{[7]53}。鉴于此,有学者以‘集体性消费’为切入点来探讨农民工消费与制度安排。

新生代农民工已达到 8 487 万人,占外出农民工总数的 58.4%,他们渴望融入城市,近一半新生代农民工有在城市定居的打算。但收入、住房、子女教育等问题成为他们实现市民化的障碍。很多研究表明,无论是高制度‘门槛’型的住房、医疗、社会保险和子女教育,还是低制度‘门槛’型的休闲消费,农民工的消费水平远远不如城市居民,在集体消费领域存在着制度性歧视。

已有研究发现,农民工在集体消费领域被置于边缘位置,对农民工的制度性歧视从生产领域已拓展到集体消费领域,地位结构、制度身份和关内、关外二元结构是制约其集体消费水平的主要因素^[23]。与老一代相比,新生代农民工对集体性消费有着更多的诉求,对融入城市的渴望以及城市生活成本提高,刺激着他们对工资以及集体性消费资料的需求。

既有的制度设计并没有把农民工更深层次的消费需求考虑在内。政府通过户籍制度将城市中的人口分为常住人口和暂住人口,对于在城市中打工的暂住人口——农民工,城市无须承担其住房、教育、社会保障等集体性消费资料以维持其长期的劳动力再生产。这种制度安排下的农民工权益难以得到有效保障。进而,市场机制更是强化了农民工的弱势地位。在工资设计上表现为‘同工不同酬’,农民工

的家庭消费并没有被设计在内,农民工脱离于企业内部劳动力市场和晋升机制,其工资亦很少受到劳动力市场用工情况变化的影响,是一个实实在在的、刚性的低工资^[24]。农民工的各种权益保障被忽视和侵蚀了^[25]。

作为中国城市中只有劳动身份而没有公民身份的农民工,他们所面临的是双重压迫,一重来自控制其劳动过程的资本;另一重则来自缺位于其劳动力再生产的制度安排^[26]。尽管经过多年的发展,农民工的某些集体性消费项目有所改善,比如子女教育,农民工子女逐渐被纳入“同城待遇”,但与理想状态还有相当一段距离。新生代农民工要实现“市民化”,必须提高他们的集体性消费水平。

五、结 语

目前农民工群体出现明显的代际更替,两代人的消费观念、消费方式呈现出明显差异。在自身再生产方面,与老一代相比,新生代农民工在基本消费方面仍保持着节俭,尽可能汇款回家,以此参与与家庭有关的社会关系再生产;但他们更加追求都市消费方式,具体体现为主体性的重造。对于女性农民工来说,其主体性打造过程包含了更多的含义。由于制度安排和市场资本的原因,农民工的工资中难以体现其完整的再生产过程,特别是作为家庭关系再生产的家庭消费。他们生活在城市,渴望着融入城市,但被排除或被部分排除在集体性消费之外,这一集体性消费领域的制度性歧视阻碍着他们融入城市。

新生代农民工作为一个“完整的人”,他们有着多重诉求,体面劳动、尊严生活,这种尊严生活不仅仅是个人性的、家庭性的,更是群体性的。因而今后研究需要注意以下两点:第一,在城市成家定居才能更加凸显与城市的融合,家庭消费转移至城市是其融入城市的重要标志,因此必须分析做为关系再生产体现的家庭消费;其次,新生代农民工不仅是“生产主体”,更是“生产和消费互构的主体”,消费与生产是紧密相连的,与制度安排是紧密相关的,因此需要结合生产和制度安排来考量其消费。

参考文献:

[1] 王毅杰.国内流动农民研究述评[J].河海大学学报:哲学社会科学版,2004,6(1):1-6.
[2] 刘传江.新生代农民工的特点、挑战与市民化[J].人口研究,2010(2):34-39.
[3] 王宁.消费社会学的探索:中、美、法学者的实证研究[M].北京:人民出版社,2010:99.
[4] 鲍德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京

大学出版社,2001.
[5] 张晶.趋同与差异:合法性机制下的消费转变——基于北京地区青年女性农民工消费的实证研究[J].中国青年研究,2010(6):58-63.
[6] 吴维平,王汉生.寄居大都市:京沪两地流动人口住房现状分析[J].社会学研究,2002(3):93-110.
[7] 杨善华.城乡日常生活:一种社会学分析[M].北京:社会科学文献出版社,2008.
[8] 杨善华,朱伟志.手机:全球化背景下的主动选择——珠三角地区农民工手机消费的文化和心态解读[J].广东社会科学,2006(2):168-173.
[9] 王艳华.新生代农民工市民化的社会学分析[J].中国青年研究,2007(5):38-41.
[10] 王宁.消费社会学:一个分析的视角[M].北京:社会科学文献出版社,2001:207.
[11] 唐有财.新生代农民工消费研究[J].学习与实践,2009(12):102-107.
[12] 汪国华.第三方群体出现:新生代农民工生活方式的变异性研究[J].中国青年研究,2011(1):65-70.
[13] 潘毅.中国女工:新兴打工阶级的呼唤[M].任焰,译.香港:明报出版社,2007.
[14] 朱虹.打工妹的城市社会化[J].南京大学学报:哲学·人文科学·社会科学,2004(6):52-57.
[15] 朱虹.身体资本与打工妹的城市适应[J].社会,2008(6):153-175.
[16] 余晓敏,潘毅.消费社会与“新生代打工妹”主体性再造[J].社会学研究,2008(3):143-171.
[17] 韩允.打工妹:流动的主体性——以ZT酒店打工妹为例[D].南京:河海大学,2010.
[18] 何明洁.劳动与姐妹分化:“和记”生产政体个案研究[J].社会学研究,2009(2):149-176.
[19] 何明洁.工作:自我转换的平台——服务业青年女性农民工日常工作研究[J].青年研究,2008(2):1-9.
[20] 李强,毛学峰,张涛.农民工汇款的决策、数量与用途分析[J].中国农村观察,2008(3):2-12.
[21] 李强.中国外出农民工及其汇款之研究[J].社会学研究,2001(4):64-76.
[22] 潘毅,卢晖临,严海蓉,陈佩华,萧裕均,蔡禾.农民工:未完成的无产阶级化[J].开放时代,2009(6):5-35.
[23] 周林刚.地位结构、制度身份与农民工集体消费:基于深圳市的实证分析[J].中国人口科学,2007(4):88-94.
[24] 刘林平,张春泥.农民工工资:珠江三角洲农民工工资的决定因素[J].中国社会科学:英文版,2008(3):114-137.
[25] 范艳萍.利益相关者视角下的农民工权益保护[J].现代经济探讨,2010(12):63-67.
[26] 潘毅,任焰.农民工的隐喻:无法完成的无产阶级化[DB/OL]. [2008-09-16]. <http://www.wyzxsx.com/Article/Class4/200809/50959.html>.