

赊欠现象的非经济因素阐释

——S商店个案研究

耿言虎 汲怀远

(河海大学 社会学系 江苏 南京 210098)

摘要 赊欠现象在我国农村地区具有相当的普遍性。现有对赊欠成因的研究过多关注经济因素,而忽视了非经济因素。通过案例研究,阐释赊欠现象背后的非经济逻辑。研究发现:农村社会的“赊欠亚文化”、赊欠群体的“去污名化”效应、赊欠的象征资本意义、顾客的“赊欠惯习”等非经济因素对赊欠的产生发挥了重要作用。赊欠行为嵌入于农村社会中。

关键词 赊欠; 赊欠亚文化; “去污名化”效应; 赊欠惯习; 镶嵌

中图分类号: C913.3

文献标识码: A

文章编号: 1671-4970(2011)01-0028-03

一、问题的提出

赊欠现象在我国农村地区具有相当的普遍性,“无赊不成店”是这种现象的生动写照。相关媒体对赊欠现象做过大量的报道。《人民日报》曾报道“在吉林省的农安、镇赉、磐石、永吉等县(市)的广大农村,店铺赊销的情况普遍存在,赊出的数额从七八千元到一万二千元不等,平均在万元左右^[1]”。在笔者调查的安徽省某集市,赊欠现象也非常普遍,几乎以一种“全民皆赊”的方式呈现。为什么赊欠如此大量的发生?在可以检索到的对赊欠现象的研究中,多数学者从经济因素探讨赊欠现象的成因。李金铮认为“农民经济能力薄弱,不能用现金进行交易,因而造成了赊借^[2]”;费孝通指出农村信贷只有在一方有积蓄,另一方出现经济“亏空”的情况下才可能发生^[3]。赊欠作为一种经济行为,是在经济因素刺激下诱发的,所以,经济因素是解释赊欠现象的重要因素。但是实地调查中,笔者发现纯粹从经济因素对赊欠现象进行解释又有明显的缺陷和不足。因此,本文在肯定经济因素作用的同时,着重从非经济因素角度分析赊欠现象的产生机理。

二、赊欠的非经济因素分析:一个分析理路

按照经济因素理路分析,赊欠是由于顾客现有资金不足以支付购买商品所需的金额而产生的。但是,笔者在田野调查中发现诸多赊欠行为与经济因

素解释矛盾或者相悖。主要有如下表现:①相当一部分顾客有能力用现金购物却向商店赊欠;②相当部分赊欠的金额很小,重复赊欠现象突出。经济因素对此很难做出充分合理的解释。于是,在关注经济因素的同时,笔者将研究的视角转向了非经济因素,试图揭示赊欠产生的深层次社会文化根源。经济社会学的基本观点认为,经济行为首先是社会行为的一种,不单纯是由经济因素导致的,社会、文化、政治等多种因素也参与其中,经济活动的参与者不是理性的“经济人”,而是“社会人^[4]”。与从经济因素视角研究赊欠现象不同,本研究把非经济因素作为一个分析理路,探讨赊欠现象的非经济因素。这种分析理路不仅把赊欠行为看作发生在买卖双方之间发生的延期付款的经济行为,更把赊欠现象放在农村特有的社会结构、社会关系和社会文化的大背景下考察。

具体分析理路主要从两方面展开:①文化观念。对于文化观念与经济行为的关系,社会学界最经典的是韦伯的研究。他指出以“禁欲主义”、“天职观”为代表的“新教伦理”促使了近代资本主义生产的理性化及其所要求的合理分工、合理谋利、恪尽职守、勤俭守时等为表现的“资本主义精神”的产生,进而促进了资本主义经济在西欧的兴起^[5]。本研究中,当地人对赊欠的看法、认同度、感情判断对作为一种经济行为的赊欠产生了重要的作用,也是笔者分析的重点;②风俗习惯。人的行为具有历史延续性。

刘新指出当代中国农民行为受传统的、革命的、现代的3种因素共同影响^[6],传统因素是其中重要的一方面。赊欠深受农村历史传统的影响。在农村特有的“场域”下,赊欠作为一种农民的消费“惯习”而存在。

三、赊欠案例 S 商店及其赊欠

S 商店位于安徽省中部的一个农村集市,是一个经营种类多样化的小店,主要经营肥料、农用小型拖拉机、水泵、农机配件、柴油等农用物资。其中肥料与拖拉机经营最为重要,占据了大多数销售额与利润。商店的经营种类与农业生产息息相关,顾客多为本镇种田农民。S 商店 1994 年正式营业,已经营 16 年,年营业额约为 50 万元。S 商店每年都有大量的赊欠现象发生,赊欠主要有如下特点:

1. 赊欠的人次多

首先,赊欠顾客的人数多。这种数量是一种相对的数量,即在商店的顾客群中有过赊欠行为的顾客所占的比例。在与商店交易的顾客中,至少 50% 以上的顾客都有过赊欠的经历;其次,赊欠次数频繁。尤其在一些同老顾客的交易中,重复赊欠次数非常多,赊欠以“赊欠-还款-赊欠”的循环往复的方式延续。

2. 赊欠的金额大

首先,从商店的总体经营来说,每年的欠款总金额相对当年商店的营业额,几乎都要占到一半左右。以 S 商店每年 50 万的营业额计算,至少要赊欠 20 余万。这对于一个农村小店来说,已经是一个庞大的数字;其次,从赊欠的顾客来说,单笔赊欠和累计赊欠的金额也很大。部分顾客购买拖拉机是全额的欠款,单笔欠款就有 5 000 元。还有就是累计欠款,在 S 商店的欠款客户中,有几位顾客累计几年的赊欠金额甚至达到了 6 000~7 000 元。

3. “非匮乏赊欠”比例很高

顾客赊欠可以分为两种类型:“匮乏赊欠”和“非匮乏赊欠”。“匮乏赊欠”是由于顾客资金不足,暂时由于没有能力用现金购物而导致的赊欠。“非匮乏赊欠”则表示并非由于资金不足而导致的赊欠。在 S 商店的赊欠中,非匮乏赊欠占到 50% 以上。经济因素对此很难做出充分合理的解释。

在一个农村集市小店,赊欠人次之多、相对金额之大、“非匮乏赊欠”比例如此之高,足以引起研究者的重视。田野调查中,笔者深入到 S 商店的商品交易中,采取参与观察和深度访谈法收集关于赊欠的第一手资料,探究赊欠产生的深层非经济根源。

四、赊欠的非经济逻辑

1. 价值认同 赊欠亚文化的内核

任何行为都是文化心理的外化,赊欠行为的产生也与当地的文化密切相关。透过对当地文化的研究,可以更加深刻的理解当地赊欠现象频繁发生的深层次原因。历来,对赊欠的价值判断呈现“二元对立”的格局:一种认为赊欠是“合情合理”的,是一种正常现象;一种则认为赊欠“是一种耻辱”。赊欠意味着贫穷。对赊欠看法的不同也导致了行为的差异。笔者将当地关于赊欠的文化定义为“赊欠亚文化”,主要包括一组对赊欠的价值评判、看法等观念的集合。当地人的“赊欠亚文化”是什么样呢?田野调查中,笔者收集了大量的访谈和观察店主与顾客的聊天记录,通过“话语分析”法,剖析当地人的赊欠观念以及赊欠产生的文化背景。

访谈一:

“赊欠又没有什么丢人的,我们村哪家没赊过东西啊!小到村里小卖店几块钱的东西,大到电器之类的几千元的东西。我也赊过很多次,没有钱就赊嘛,也没什么不好意思的!”(顾客 A 的访谈)

访谈二:

“买东西哪有全部都是现金的啊,肯定有赊欠的。我们虽然是赊欠,但是对卖家也是有利的,他也能赚我钱。我一年要赊掉几千元的肥料呢。赊欠是做他生意,不赊他东西怎么卖得掉呢!”(顾客 B 的访谈)

对话一:

店主:“你的是赊欠,价格不能让了!”

赊欠人:“就赊你两个星期,再说了,两个星期算赊吗?也就是转一下手!”(顾客 C 与 S 商店店主的交易对话)

A 的观点有一定的代表性,笔者也通过与其他赊欠顾客的访谈得到证实。在当地的赊欠群体中,“耻辱”、“丢人”等价值观判断已经从赊欠行为中剥离出来,赊欠是一个中性的去“羞耻化”的词汇。持 B 观点的顾客也为数不少。在赊欠群体的意识中,赊欠已经变为一个积极地、有益的“利他行为”。特别是 20 世纪 90 年代中后期,我国农村市场逐渐由“卖方市场”向“买方市场”转变,商家的竞争更为激烈。激烈的竞争也提高了消费者的地位,而消费者显然意识到了这种地位的转变。赊欠者通过将自己的行为赋予一个积极的意义,使赊欠合理化。从顾客 C 与店主的对话中,我们可以发现赊欠人与店主对于“赊”的不同理解。严格意义上说,赊欠是一种分期付款的交易行为,涉及分期付款,都可以归结为

除欠。但是在当地的除欠实践中,顾客却对除欠有另外的理解;定义的除欠”与”实践的除欠”涵盖范围存在差异。分歧主要在于“延期”时间的长短,一个星期、半个月甚至是一个月等较为短期的除欠实际上是被排除在当地人的“除欠”概念外的。以上3个有代表性的访谈为我们初步勾勒出了当地除欠亚文化的轮廓,其中价值认同是除欠亚文化的核心。在价值认同的引领下,除欠被除欠者认为是“合情合理”的行为。

2.“去污名化”效应:除欠者的“清白”标签

除欠群体对自身的除欠行为持一种肯定的,无羞耻感的观念,这也体现了除欠群体内部对自身行为的价值认同。那么,处于除欠群体外的非除欠群体是如何看待除欠群体的呢?笔者进行了调查,一个调查对象平时买东西很少除欠,他这样告诉笔者:

“除欠在我们这里是正常现象,每个人家里都有缺钱的时候,没人说谁除欠了就看不起他。除欠成了一种‘风气’,大家都习惯除欠了。”

除了这个受访者以外,其他的受访者也表达了类似的观点,即除欠者并没有受到非除欠者的“歧视”、“看不起”。笔者参考“污名化”理论解释除欠群体。“污名化”被视为一种动态的群体过程,在这个互动过程中,处于强势的实施污名者通过贴标签,将被污名者的某些负面特征加以扩大,直至形成固定的刻板印象^[7]。流动人口、同性恋者、艾滋病患者等常常是被污名化的人群。在当地就除欠群体而言,并没有被非除欠人群“污名化”。

“去污名化”效应为除欠群体的除欠行为创造了相对宽松的舆论环境,除欠者被贴上的不是负面,而是“清白”的标签。除欠何以被去“污名化”呢?笔者认为这和以下因素密切相关。首先,除欠群体是一个数量庞大的群体。在当地的集市,除欠作为一种“风气”,各行业的商店都有被除欠的账目,除欠者遍布各个村落,除欠顾客数量庞大,除欠者是处于“相对强势”的一方;其次,非除欠群体中有相当一部分人也有过除欠的经历。除欠群体与非除欠群体是笔者建构的两种理想类型式的人群。在现实生活中,即使很多非除欠群体成员也曾经有过除欠的经历,他们与除欠群体成员相比,仅仅是除欠数量上存在差别。与除欠群体类似,非除欠群体并不是一个人员构成稳定、时间持续长久的群体,所以不稳定性也影响到了其稳定价值观的形成。除了除欠者自身对除欠的价值认同外,非除欠群体的“去污名化”效应也是其除欠行为产生的重要外部条件。

3.炫耀:除欠作为一种象征资本

当地除欠得以成功需要满足以下两个基本条

件:第一,欠款人有还款能力,其家庭经济状况可以保证到期足额还款;第二,欠款人信誉够好,值得商店信任。除欠需要“竞争”才能完成,不符合条件的顾客很难除欠成功。在当地,作为一种经济行为的除欠,尤其是大型物品的除欠,变成了一种可以炫耀的手段。除欠成功的人可以自豪的宣称自己的除欠过程和金额,展示自己除欠的“战利品”,而除欠失败的人则羞于提起,极力隐藏起自己除欠不成功的经历。一位顾客告诉笔者:

“能赊到说明面子大,本事大。我买拖拉机的时候,几千元的拖拉机,一分钱没给就开回来了。村里人问我为什么一分钱没有就能赊到,我说‘我信用好,老板信任我,老板还跟我说有钱没钱只管把拖拉机开回来就行了’,我在村里人面前多有面子。村子里有的人就赊不到,他在村子里也抬不起头。”

S商店店主也说道:

“如果先赊给了张三,后来与张三同村的李四再来赊欠,不赊给李四的话,李四就会说‘我连张三都不如吗,他可以赊到,我为什么赊不到’,虽然有时候李四确实没有张三经济条件好,但是他至少在口头上不愿意承认”。

除欠具有了布迪厄所说的“象征资本”的意义。布迪厄指出:“象征资本是有形的‘经济资本’被转换和被伪装的形式,象征资本产生适当效应的原因正是,也仅仅是因为它掩盖了源自物质性资本这一事实。物质性资本同时也是象征资本的各种效应的根本来源。”^[8]笔者认为,除欠的“象征性”首先象征的是除欠者的经济实力,即除欠者有足够的经济能力可以还款,可以赊欠到的物品的价格越高,表明自己的经济实力越好。除此之外,作为炫耀手段的除欠还象征着除欠者的声誉与面子,只有声誉好;“面子够大”,才能获得店主的信任,从而可以赊欠成功。“经济实力”和“声誉”、“面子”在农村社会的“可炫耀性”和竞争性,赋予了除欠行为以象征意义,使除欠成为一种可供炫耀的手段。

4.除欠惯习:除欠行为的历史延续性

历史上当地的农村地区主要以农业生产为主。农业生产的“投入-产出”有如下特点:①先投入后产出。产出与投入具有时间差,这个时间差就是作物的生长时间。当地农作物一年两季,春季主要种植小麦、油菜,秋季种植水稻。水稻、油菜、小麦的生长期大概有5个月。在产出之前需要先期的投入,如前期的种子、肥料、农业工具等支出;②产出时间的固定性。与先投入后产出相比,农业生产的另一大特点是产出时间的固定性。以种植业为主的农民收入主要靠产出的农作物。(下转第72页)

动荡贫穷的年代,幻想一项单行法规取得突出的效果无异于镜花水月。

总的来说,国民政府在水政建设上尽管花费了很大工夫,《水利法》更是民国水政立法史上非常重要的一个里程碑,它集此前水政立法之大成,完善地规范了中央和地方水政机关的设立、职权的划分、水政业务的范围等。但其没有非常明确的长期规划,加之水务管理的复杂和时局的动荡,使得水政机关变更频繁;“政出多门、令行不止”的现象依然非常严重。

参考文献:

[1] 荆知仁. 中国立宪史[M]. 中国台北: 联经出版社事业公司, 1984.

[2] 立法院编译处. 中华民国法规汇编: 第二编[M]. 上海: 中华书局, 1934: 80, 69, 111, 58.

[3] 谢振民. 中华民国立法史: 上[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2000: 404-408.

[4] 立法院编译处. 中华民国法规汇编: 第四编[M]. 上海: 中华书局, 1934.

(上接第 30 页)当地 6 月份与 10 月份是收获的季节。相对应的 6、7 月份与 10、11 月份是出售农作物的主要时间段,也是农民主要的获取现金的时间段。在正常年景下,农民可以依赖以往的积蓄进行农业生产。但是在遇到特殊情况,如自然灾害、疾病、建房等重大支出,造成资金短缺时,赊欠是农民解决资金缺口的重要途径。所以,历史上农村地区的赊欠现象就非常的频繁。多数欠款人是在缺少资金的时候选择赊欠,等到有了现金收入后一起偿还。农村特定的“场域”下,形成了农民特有的“赊欠惯习”。“惯习”是人们后天在实践中不知不觉获得的,同时,惯习一经生成,就反过来塑造、组织实践^[9]。这种“赊欠惯习”具有历史延续性。虽然今天农村的社会环境、农民收入特点发生了很大改变,但是这种惯习依然发挥作用。当地很多的赊欠现象实际上是农民在这种潜意识的“赊欠惯习”影响下发生的行为。很多赊欠顾客告诉笔者:“赊欠有时候不是没钱(才赊),而是一种习惯”。这种“习惯”已经超出了个人范畴,成为一种群体行为,并且具有历史生成性,成为潜在的个人行为倾向。因此,在农村特有的“场域”下,“赊欠惯习”依然具有很大的影响力。

五、结 论

经济因素是影响人行为的重要因素,但在特定的情境与场合下,非经济因素亦发挥着重要作用。经济行为与其发生的社会制度、社会关系、文化环境不能剥离开来。经济社会学家格兰诺维特指出“行

[5] 徐百斋. 中华民国法规大全[M]. 上海: 商务印书馆, 1937.

[6] 彭勃. 中华监察大典: 法律卷[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 1994: 1211.

[7] 全国经济委员会. 全国经济委员会报告汇编: 第 14 集[G]. 南京: 全国经济委员会, 1937: 7, 8-9.

[8] 长江水利委员会长江志总编室. 长江志: 卷 6 水政·人文第 1 篇水政[K]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2000.

[9] 经济部. 经济问题资料汇编[G]. 中国台北: 华文书局, 1951.

[10] 黄河水利委员会黄河志总编辑室. 黄河志 10 黄河河政志[K]. 郑州: 河南人民出版社, 1996: 168-169.

[11] 中国水利工程学会. 中国工程师手册: 水利类(下)[K]. 台北: 科技图书股份有限公司, 1974: 82-83.

[12] 郑肇经. 中国之水利[M]. 上海: 商务印书馆, 1951: 258.

[13] 郭成伟, 薛显林. 民国时期水利法制研究[M]. 北京: 中国方正出版社, 2005: 92.

[14] 顾向一. 我国节水立法模式选择探讨[J]. 河海大学学报: 哲学社会科学版, 2008, 10(3): 64.

[15] 王常则. 孟子·离娄上[M]. 太原: 山西古籍出版社, 2003: 103.

为和制度是深受到社会关系的限制的,把他们视为相互独立的东西是极大的错误,经济行为与社会结构是“镶嵌”在一起的^[10]。研究发现,作为一种经济行为的赊欠的产生不完全是由经济因素导致的,农村社会的“赊欠亚文化”、赊欠群体的“去污名化”效应、赊欠的象征资本意义、顾客的赊欠“惯习”等非经济因素对赊欠的产生发挥了重要的作用。

参考文献:

[1] 鲍盛华. 齐海山. 小卖店为啥成了“小赊店”[N]. 人民日报, 2002-04-19(9).

[2] 李金铮. 民国乡村借贷关系研究: 以长江中下游地区为中心[M]. 北京: 人民出版社, 2003: 134.

[3] 费孝通. 江村经济[M]. 北京: 商务印书馆, 1986: 222.

[4] 斯威德伯格. 经济社会学原理[M]. 周长城, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 1-4.

[5] 韦伯. 新教伦理与资本主义精神[M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2002: 10-31.

[6] LIU Xin. In one's own shadow[M]. California: University of California Press, 2000: 25-30.

[7] 张友庭. 污名化情境及其应对策略: 流动人口的城市适应及其社区变迁的个案研究[J]. 社会, 2008(4): 130-135.

[8] BOURDIEU P. The logic of practice[M]. Stanford: Stanford University Press, 1990: 120.

[9] 陈少妹, 王毅杰. 场域理论下反观科学知识的建构[J]. 河海大学学报: 哲学社会科学版, 2007(1): 30-34.

[10] 格兰诺维特. 镶嵌: 社会网与经济行动[M]. 罗家德, 译. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 1.