

[文章编号] 1009-3729(2013)04-0088-05

河南省农村居民文化消费扩大和优化对策探析

晏晓丽

(河南牧业经济学院 旅游管理系, 河南 郑州 450000)

[摘要] 扩大农村居民文化消费, 优化农民文化消费结构, 满足农民精神文化需要, 是开拓新的消费领域、拉动经济增长的重要内容。目前, 在河南省农村居民的消费结构中, 文化消费比重低, 公共文化基础设施差, 低俗化趋势严重。河南省农村居民文化消费的扩大和优化应坚持健康有益、均衡适度、以人为本的原则, 并通过增加收入、提高农民文化消费需求能力, 提高文化素质、增强农民文化消费意愿, 调整消费结构、引导农民文化消费需求, 多策并举、提高农村文化产品供给能力等途径来扶持农村文化产业发展。优化农村居民文化消费结构要加强宣传引导, 转变思想观念, 提高农民文化消费质量, 同时加强农村文化市场管理, 为农民文化消费提供良好的市场环境。

[关键词] 河南省; 农村居民; 文化消费; 消费结构; 消费需求

[中图分类号] F328 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2013.04.016

扩大农村居民文化消费, 优化农民文化消费结构, 满足农民精神文化需要, 是开拓新的消费领域、拉动经济增长、建设社会主义新农村的重要内容, 同时是促进农村社会和谐进步、增强国家文化软实力的重要途径。本文根据河南省农村经济社会发展的实际状况, 针对农村居民文化消费存在的问题, 讨论扩大和优化农村居民文化消费基本思路和原则, 并提出解决办法。

一、河南省农村居民文化消费存在的主要问题

农村居民文化消费作为满足农民精神文化需要的重要手段, 具有加强沟通交流、促进和谐稳定的社会作用及愉悦身心、提高居民素质的文化作用。当前河南省农村居民文化消费存在着占比较低、公共文化设施较差, 低俗化趋势严重等问题。具体表现在以下几个方面。

1. 文化消费占比较低

物质消费以延续生命、满足生理需要为目的, 消费的迫切性较高, 其中基本生存资料的消费更是一种刚性需求; 而文化消费属于高层次的消费, 不同于

低层次物质资料的消费, 没有保障生命安全的功用, 只是用来满足精神享受和文化需求, 不具有紧迫性。因此当基本的生存发展不能得到满足或者满足不够充分时, 人们总会首先压缩精神文化等并不紧迫的消费需求。所以在收入水平普遍低下的情况下, 对实物需求更为迫切, 而文化消费的弹性较大。河南省农村居民文化消费支出还处于较低水平, 2012年河南省农村人均文化消费支出仅为234.01元, 比全国平均水平低106.55元, 还不到北京市的1/4。不但文化消费支出总量偏低, 文化消费占生活消费的比重也较低。根据钱纳里的理论, 当人均GDP达到3000美元时, 居民文化消费支出应该占到总支出的23%。而目前河南省居民人均GDP已超过3000美元, 但文化消费支出比重仅为7.81%, 与国际标准相比还有很大差距, 比全国平均水平低1.91个百分点, 仅相当于江苏省的1/2。^[1]当前河南省大部分农村居民还处于以满足物质资料需求为主的消费阶段, 文化消费仅限于“拥有”和“可用”即可, 对满足愉悦和享受的文化服务消费热情不高, 消费意愿不强。河南省农村居民的文化消费以基础消费为主, 在基本文化消费需求得到满足后, 农民不是

[收稿日期] 2013-04-05

[基金项目] 河南省科技厅软科学项目(132400410165)

[作者简介] 晏晓丽(1977—), 女, 陕西省汉中市人, 河南牧业经济学院助教, 主要研究方向: 旅游与酒店管理。

去追求更高层次的文化需求,而是把资金转移到其他更为急需的物质资料的消费上,因此文化消费比重普遍较低。

2. 公共文化基础设施差

公共文化设施是农民开展文化活动的载体和平台,但在过去城乡不均衡发展战略的指导下,河南省农村文化建设长期不受重视,农村文化基础设施比较落后,农民看书难、看戏难、看电影难等问题突出。近年来,虽然各级政府加大了农村文化建设的投入力度,但由于历史欠账太多,加之经济发展水平所限,短期内农村公共文化设施缺乏的状况仍然难以改变,供给不足问题仍然突出。即使是在经济较发达的村庄,农家书屋、公共文化广场、体育设施、公共阅报栏等公共文化基础设施同时拥有的也非常少。文化基础设施的缺乏严重制约了农民文化活动的开展。公共文化基础设施差导致河南农村居民文化消费出现以下几个不利后果:一是无论是总量还是比重均低于全国平均水平。2012年河南农村人均文化消费支出比全国平均水平低116.25元,比重比全国平均水平低1.6个百分点。二是文化消费水平低下,且层次不高。文化消费仅限于满足基本需求,需求量较低。2012年河南农村居民文化消费基本需求量比全国平均水平低39.9元,仅占全国的81%。农村居民文化消费还仅限于“拥有”和“可用”,对档次和质量要求不高。三是文化消费以基础消费为主,对高层次的文化服务消费难以涉及。2012年河南农村居民文化消费基本需求占实际需求的比重为67.7%,高于全国平均水平10.6个百分点,河南农村居民受消费能力的限制对满足愉悦和享受的文化服务消费热情不高,消费意愿不强。

3. 文化消费低俗化趋势严重

文化消费不同于物质消费,需要消费者具有一定的知识水平和理解能力。河南农村居民文化程度相对较低,而可以获取的再教育机会和资源又很欠缺。2011年西安建筑科技大学管理学院对河南省127个行政村、1280户的调查问卷显示,农村居民业余文化活动的形式虽然不少,但是主要文化活动比较集中于看电视、体育运动、宗教活动、打麻将、喝酒闲聊、打牌、看书报杂志、听广播、下棋、看电影等,其中比例最高的是看电视,占被调查者的96.7%,其他的比例依次是56.2%、48.9%、44.5%、37.8%、36.4%、25.7%、23.2%、21.8%、18.1%。其中,农村居民每天都看电视的比例高达89.6%,其他比例依次是48.4%、42.3%、24.3%、22.8%、20.2%、20.1%。^[2]教育水平的低下导致农民对文化产品的欣赏品位较低,重视娱乐型、消遣型消费而

轻视发展型、智力型消费,对高层次、智力型、发展型的文化消费不感兴趣,消费的格调和档次较低——以追求感官刺激为主,一些格调低下、庸俗不堪、宣扬色情、暴力的文化产品在农村很有市场,文化消费低俗化趋势严重。

二、扩大河南省农村居民文化消费的思路和原则

1. 基本思路

扩大河南农民文化消费支出规模的重点就是增强农民文化消费的需求能力和提高农村文化产品的供给能力:通过增加农民收入、稳定收入预期、减少防御性支出等方式,提高农民文化消费的经济能力;通过加强文化教育、强化文化素养、提高农民对文化产品的欣赏能力;通过加强农村文化建设、开展多样文化活动,增加公共文化产品供给;通过大力发展农村文化产业、引进各类社会资本进入文化生产领域,增加农村文化产品的市场供给。优化农民文化消费结构要从主观和客观两个方面入手,一方面加强市场监管,优化市场环境,为消费者提供质优价廉的文化产品;另一方面加强宣传引导,转变农村居民的文化消费观念,提高文化消费质量。

2. 基本原则

(1) 健康有益的原则

文化消费产生的影响与物质消费不同,物质消费的效用一般可以及时显现,例如,吃饭可以立即消除饥饿,穿衣可以立即感受到温暖。文化消费的效用除了部分可以被立即感知之外,大部分则通过记忆被留存下来,并通过日积月累潜移默化的方式,将其传递的思想观念渗透到人们的内心深处,逐渐对消费主体的价值观产生影响,并最终影响人们的具体行为。文化消费的这种延迟效应决定了其对消费主体的影响比物质消费更广泛、更深入、更持久。因此,不良文化消费比不良物质消费更具有破坏性:通过潜移默化的方式毒害人们的灵魂,腐蚀人们的思想,扭曲人们的行为,造成不良的社会后果。农村居民由于自身文化程度偏低,价值辨别力不强,容易受外界的影响,因此文化产品消费一定要坚持健康有益的原则,有所选择。只有选择健康、有益的精神文化产品,才能陶冶情操、增长才智,对自身发展与社会和谐产生积极意义。

(2) 均衡适度的原则

消费以满足人类需求为目的,物质消费用来满足生理需求,文化消费用来满足精神需求,但是任何消费需求的满足都要有一定的度,超过度量限制,不但有违初衷,还会产生副作用,比如饮食是为了消除

饥渴,但是过度饮食就会引起肠胃不适,甚至危害身体健康;精神文化消费可以消除疲劳,愉悦身心,但是如果不加节制,就会产生不良影响。比如看电视对增进知识、调剂生活有很大好处,但是,如果每天沉迷于电视,不但起不到消除疲劳的作用,天天熬夜看电视还会影响第二天的工作与学习。因此文化消费一定要遵守适度原则,不能超过一定的界限。例如,农民闲暇之余,喜欢小聚饮酒为乐,偶尔聚聚,只要适度适量,并无大碍,还可以起到加强沟通、密切感情、增进友谊的作用;但是如果不加节制,饮酒过度,将会损害身体,自控能力变差,敏感暴躁,容易发生矛盾冲突,影响家庭和睦、社会稳定。因此,文化消费一定要适度。所谓适度,就是要与自己的经济条件相符合,以愉悦身心、丰富生活为目的,以健康向上为标准,坚持均衡和谐、适量适度的消费原则。

(3) 以人为本的原则

以人为本是科学发展观的灵魂,也是科学消费观的灵魂,开拓农村居民文化消费也要坚持以人为本的基本原则。以人为本就是以农民的基本需要为出发点,以农民的消费能力和欣赏能力为立足点,政府不能将文化产品定位过高,不顾群众的接受力,要让最广大人民群众有条件、有能力进行丰富多彩的文化消费。不但注重农民文化消费的质量和数量,而且注重文化消费的人性化和个性化,以农民的幸福感和满意度为基本尺度,以愉悦身心、增加知识、增长才智为根本出发点,文化产品在保持积极健康的同时,应最大限度地满足人们的精神文化需求。

三、河南省农村居民文化消费扩大与优化的对策

1. 增收减支,提高农民文化消费需求能力

收入是消费的基础,收入水平的高低决定着人们支付能力的大小。实践证明,目前河南省农村居民文化消费水平偏低主要是受收入水平的影响。一定的收入水平是农民追求精神享受的前提条件,农民消费结构要实现从生存型到发展型、享受型的转变,首要的条件就是必须具有坚实的收入基础。在较低的收入水平下,人们只能节约文化开支,以满足基本生活必需品的需要,对于讲究愉悦和品位的文化消费无力顾及。因此,要想扩大农民的文化消费,就必须千方百计增加农民收入,提高他们的货币支付能力,启动其文化消费欲望,使其对精神文化消费的潜在需求转化为现实的购买力。

在影响农民消费的因素中,除了收入之外,还有预期支出,如果预期支出较大,就会减少当前的消

费。改变农民消费预期的关键就是完善农村社会保障制度,社会保障水平直接影响农民自我保障的强度,如果农民的防御性需求较多,必然在一定程度上抑制农民的消费需求。只有建立和完善社会保障制度,才能降低农民的消费预期,增强农民的经济安全感。近年来,农村的各种养老保险、医疗保险水平虽然有所提高,但总体上仍然十分脆弱,城乡差距仍然巨大,农村社会保障基本上还处在一种家庭保障、土地保障及国家救济的低水平上。农民遇上风险基本上仍然依靠家庭自身化解,因此,基于怕生病、要防老、为子女攒钱上学等需求,促使农民致力于“节俭”和“积累”,不敢大胆消费。因为,对于大部分以农业生产为主要收入来源的河南农民来说,收入本来就不高,除了必要的生产生活之外,还要储蓄部分资金以抵御未来可能的风险,哪还有更多的资金用作其他消费,享受型的娱乐消费更不敢想,即使有消费需求,也只能望而兴叹。因此要尽快建立健全农村社会保障体系,解决农民的后顾之忧,使农民可以放心大胆地消费。

2. 提高文化素质,增强农民文化消费意愿

文化产品是不同于物质实体的精神产品,是前人经验、知识、智慧的沉淀和凝结,它在使人们获取精神愉悦和心灵满足的同时,也使其获取知识、智慧和才智。由于文化产品凝聚了高强度的人类智慧,因此,也对消费主体提出了较高的要求,即消费者必须具备一定的文化素养,具有对文化产品的理解和鉴赏能力。只有如此才能领略其中的奥妙,获得巨大的心灵满足。当前,河南农村由于文化教育还不发达,农民整体文化素质偏低,大大影响了农村居民对文化产品的欣赏能力和需求欲望。启动农村居民文化消费,首先要培养合格的文化消费主体,提高消费者的文化素质。而提高消费者文化素质首先要做的就是发展教育。2000年以来,河南省开始实行九年义务教育,经过10多年的实施已经取得了一定的成绩,但由于农村基础教育比较薄弱,因此在义务教育普及的同时,应进一步加大对农村基础教育的投入力度,完善教育内容,提高教育质量。同时,要加强成人教育和继续教育,按照各地农村、农业、农民的发展特点,开展有针对性的农村职业化教育,开办形式多样的专门教育和专业技能培训,提高农民专业化技能,并把对农村科技知识的普及纳入到专业性教育中来,提高农民的科技文化素质。在实践中,积极开展丰富多彩以文化为主题的休闲教育活动,在提升农村居民思想觉悟的同时培养其对文化产品的兴趣爱好,促进文化消费,带动农村居民文化消费市场的发展。

3. 调整消费结构,引导农民文化消费需求

受小农意识影响,不少农民虚荣心较重,为了充门面,炫耀自己,往往购买昂贵且不实用的东西,这种不良消费习气,不但浪费了社会资源,也挤占了合理的消费支出,影响了农村总体消费水平的提高和消费结构的升级。据调查,在农民消费支出结构中建房和婚嫁两项支出的增长最为显著,也最为浪费。不少地区的农民甚至拿出一二十年的积蓄用来建房,一味求大、求高,盲目攀比,既不实用,又不美观,很多农民的房子都是二三层,但是真正居住的就几间房子,大部分都被闲置,造成了巨大的浪费。不少农民在孩子还在上小学时,就开始为孩子将来盖房子娶媳妇攒钱。很多农民一生的花费都主要集中在这两件事情上了,农民本身也抱怨,无奈大势所趋,形势使然。压缩这样的消费支出显然有利于增强农民的消费能力,因此应该改变这种农村消费结构过度偏移的状况,抑制这方面的消费支出,引导农民进行适度的文化消费。对于建房,应利用新农村建设之机,进行统一规划,以够用为原则,统一建房标准。对于婚嫁,一方面要在人口政策上,大力宣传引导,优化农村的男女比例结构;另一方面,要加强宣传教育,改革不健康的婚嫁习俗,提倡节俭的婚俗礼仪。

4. 加大投入,提高农村公共文化产品供给能力

农村文化设施是农民文化活动的载体和平台,缺乏文化设施,文化活动将无法展开。因此加强农村文化设施建设是农村文化建设的重要方面。早在2005年,中共中央办公厅和国务院办公厅联合下发的《关于进一步加强农村文化建设的意见》中就明确规定,要以乡镇为依托、以村为重点,着力发展县、乡镇、村文化设施和文化活动场所。之后各级地方政府纷纷根据本地实际出台了一系列支持农村文化发展的政策措施,农村文化设施建设取得了一些进展,但是目前农村文化设施不足的问题仍然突出,文化建设过度重视县、乡两级,村级文化设施建设的力度仍然不足。目前当务之急就是加大投资经费下沉,注重基层农村文化设施的建设,尤其是农民急需的文化休闲室、体育健身场所及设施、文化图书室、阅报栏等文化设施的建设。充分发挥农村中小学在农村文化建设方面的作用,尽可能将农村中小学的图书室、阅览室向附近村民开放,将农村中小学改造为村文化活动基地。

体制机制是有效运行的保障,推动农村文化建设必须改造和创新现有的体制机制。首先,推动公共性企事业单位改革,引入竞争机制,提高其开展公共文化服务的积极性和主动性。其次,创新农村文化设施运行管理机制,通过公办民助、民办公助

的方式整合政府和社会两种力量,健全监督考核制度,提高农村已有文化设施的利用效率。最后,建设农村文化工作目标考核责任制,将农村文化建设成果纳入干部晋升考核指标体系,并建立健全基层文化单位的评价机制,将服务农村、服务农民情况作为文化单位工作的重要考核内容,推动农村文化建设的法制化、规范化、制度化。^[3]

5. 加强扶持,发展农村文化产业

目前,农村文化产品供给依然短缺,看书难、看电影难等问题仍然突出。仅仅依靠政府的“文化下乡”远远不能满足农民日益增长的文化需求。因此必须大力发展农村文化产业,增加文化产品供给。虽然改革开放以来农村文化产品商品化的步伐不断加快,不少地方小型文化团体活跃,但是总体上看,大多数地区的农村文化产业仍然处于萌芽阶段。个体农户仍然是主要的经营主体,文化产业尚处于小型化、分散化的小敲小打的经营阶段,规模化、市场化程度低,产品生产主要依靠传统技术和手工作坊,技术含量低,影响力有限。有人认为当前的农村文化产品生产还不能称作产业,只是部分产品的商品化。农村文化产业发展滞后大大限制了农村文化产品供给,解决农村文化产品供需矛盾的根本途径只能是大力发展农村文化产业。发展农村文化产业应当从以下两个方面入手。

一方面,充分挖掘、利用农村蕴藏的丰富历史文化资源。农村居民与城市居民相比,一般文化程度较低,文化消费一般以民间乡土文化产品为主,指望他们去看芭蕾、听交响乐也不太现实,因此发展农村文化产业必须以开发和利用农村特殊文化资源为突破口。河南省广大农村地区文化资源丰富,如民间曲艺、民间故事、民间手工艺等,不但保持了农业文明的文化因子,也蕴含了极具中国传统文化特色的文化魅力。并且,这些文化资源受农村地区长期的历史文化侵染,乡土气息浓厚,为广大农民喜闻乐见,具有广阔的市场空间,地方戏曲、民间传统表演等深受农民欢迎。因此农村文化产业发展应该依托这些特色的文化资源,对其进行梳理和盘点,加以现代化改造,发掘其中的可用价值,以丰富农村文化产业的产品。

另一方面,加大政府的扶持力度。由于农村文化产业基础薄弱,发展程度低,仅仅依靠自身积累和市场的自发调节,短时间内难以有效发展。因此政府应加大扶持力度,在投资、财税、审批等方面给予适当的优惠,鼓励和引导民营机构积极参与,并帮助其兴起和壮大。政府还要发挥规划和管理职能,制定完善的农村文化产业发展规划,明确文化产业

发展方向,减少农村文化产业发展的盲目性。此外,应大力培养农村文化产业经济管理人才,不断提高农村文化产品的科技含量和市场竞争力。

6. 加强宣传引导,转变农民文化消费观念

思路决定出路,观念决定行为。消费虽然首先受到生产力水平和文化水平的制约,但是消费观念的影响也不可小觑。相同的收入水平,不同的消费观念,必然有着不同的消费水平。在广大农村地区,由于生产效率低下,长期停留在短缺经济的水平上,广大农民养成了勤俭节约、量入为出的消费习惯,对未来忧患意识较强,消费倾向保守,重积累而轻消费。这种抑制消费、崇尚节俭的消费思想通过世代传递的形式,在农村社会延续,从而越发根深蒂固,并以各种有形和无形的方式影响着农村居民的消费行为,导致农民病态的节俭,严重抑制了农民的消费积极性,阻碍了市场经济的有序发展。受这种传统的消费观念影响,一些潜在的购买力难以转变为现实购买力,严重制约了农村市场潜力的发挥。物质消费如此,文化消费这种高层次性的精神消费受此影响更大。

对此,必须加强引导,充分发挥各有关部门和新闻舆论的引导作用,通过多种形式、多种途径,大力宣传文化消费的积极作用,使农民明白从一定意义上说人类一切活动的最终目的都是为了更好地满足消费需求,因此,应该转变消费观念,提高消费品位,进行适当、适度消费。同时,通过开展形式多样、内容丰富的文化消费教育活动,丰富人们文化消费知识,提高人们文化消费自然能力和文化鉴赏水平,促使人们树立正确的文化消费观和消费习惯;引导农民从事以不断提高文化素质、满足精神享受、实现自我全面发展、追求较高的生活品质为目的的文化消费活动。

不但要引导农民增强文化消费意识,更要引导农民增强进行高质量文化消费的意识。当前农村居民文化消费大多以自娱为主,消费内容上追求新奇、刺激、热闹的效果,不讲求消费质量和消费内容,对健康向上的精神文化产品消费以及科学技术和文化教育消费缺乏持久动力和稳定兴趣。广大农民还不能很好地把精神文化消费同自身发展联系起来,轻视文化产品购买所带给自己的智慧增长和观念革新效果。^[4]因此必须加强宣传引导,增强其消费高质量文化产品的意识,使其能够自觉的从文化产品中得到所需的科学知识及获取重要的人生教益,在潜移默化之中,接受历史文化和近现代科技文明的教化,启蒙心智,文明开化,逐渐摆脱落后、愚昧的思想

状态,在健康文明的文化氛围中逐步转变落后的价值观念,认同主流文化,积极进取,争取早日脱贫。

7. 加强市场管理,优化农村文化消费环境

文化市场是文化产业与居民消费的桥梁和纽带,文化产业只有进入文化市场才能与消费者见面,才能使其社会效益和经济效益得以实现。没有文化市场,文化产业就失去了生存和发展的空间,因此发展农村文化产业必须大力发展农村文化市场。当前农村文化市场不但总量较小且管理混乱。经营点分散,文化产品经营者综合素质低,管理方式粗放,文化产品结构单一,且层次较低。

必须加强对农村文化市场的经营管理。一要放宽准入限制,培育文化市场主体。根据现行政策,尽可能地放宽民间资本和外资进入文化产业的准入限制,降低文化市场准入门槛,鼓励一切有实力、有条件的社会资本进入农村文化产业领域。尤其要大力鼓励那些懂管理、会经营的农村文化大户积极从事文化产品的经营管理活动,并在资金、税收方面给予优惠照顾。对农村文化产业经营者进行定期培训,使之尽快走向正规的经营轨道。二要加强市场管理,优化市场环境。特别是要加强对赌博、封建迷信活动的打击力度,坚决取缔农村集市上的各种色情表演和色情、暴力影视书籍,并加大对出版宣扬愚昧迷信和伪科学内容出版物责任方的处罚力度,严厉打击歌舞厅、录像厅、游戏厅、网吧等娱乐场所的违法违规行为。根据农村文化市场的特点,对重点地区、重点问题加大监督检查的力度,清理死角,不留空白,加大管理力度,规范市场秩序,营造公平竞争的市场环境。三要加强农村文化市场管理队伍建设。尽快建立健全县、乡、村三级管理队伍,尤其是加强乡级市场管理队伍的建设,定期对基础文化市场管理人员进行业务知识培训,提高其管理能力和水平,促使农村文化市场管理更加规范。

[参 考 文 献]

- [1] 栗洪伟. 河南省农村居民文化消费水平的变动历程及现状评价[J]. 郑州轻工业学院学报:社会科学版, 2013(3):78.
- [2] 李钊, 孙林霞. 农村居民文化消费的现状与对策研究——以河南省为例[J]. 人民论坛, 2013(5):162.
- [3] 财政部教科文司, 华中师范大学, 全国农村文化联合调研课题组. 中国农村文化建设的现状分析与战略思考[J]. 华中师范大学学报:人文社会科学版, 2007(7):101.
- [4] 高红凯. 我国农村居民文化消费需求影响因素研究[D]. 新乡:河南师范大学, 2012.