

农村居民文化消费支出及其影响因素分析

——基于个体因素视角和对应分析模型

文立杰, 张杰, 李少多

(华中师范大学国家文化产业研究中心, 湖北 武汉 430079)

摘要: 基于中国 15 省 4 380 份农村居民文化生活问卷调查数据, 统计分析农村居民文化消费支出, 并选取性别、年龄、民族、文化程度、家庭人均年收入等变量, 运用对应分析模型探讨农村居民文化消费支出的个体影响因素。结果表明: 农村居民文化消费水平普遍偏低, 年度支出 100 元以下占 33.55%, 101~300 元占 31.09%, 301~500 元占 18.09%。年龄、文化程度和家庭人均年收入三个因素对农村居民文化消费支出有显著影响。农村居民文化消费支出会随着文化程度的上升、家庭人均年收入的增加而提高, 先随年龄的增长而下降, 但在年龄超过 60 岁后又会增加。

关键词: 农村居民; 文化消费; 年龄; 人均年收入; 文化程度

中图分类号: F323.8; D422.6

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2017)03-0001-06

Rural residents' cultural consumption expenditure and the influencing factors:

Based on individual factors and correspondence analysis model

WEN Lijie, ZHANG Jie, LI Shaoduo

(National Research Center of Cultural Industries, Central China Normal University, Wuhan 430079, China)

Abstract: Based on the survey data of 4 380 rural residents' cultural life in 2013 in 15 provinces of China, this paper analyzes rural residents' cultural consumption expenditure, and selects the gender, age, nationality, education level, family per capita income as variables, using the corresponding analysis model to explore the influencing factors of rural residents' cultural consumption expenditure. The data show that the level of cultural consumption of rural residents is generally low. The rate of annual cultural consumption expenditure less than 100 yuan accounts for 33.55%, that of 101~300 yuan accounts for 31.09%, and 301~500 yuan accounts for 18.09%. Age, education level and family per capita annual income have significant influence on the expenditure of cultural consumption of rural residents. The cultural expenditure of rural residents will increase with the increase of education level and the per capita annual income of the family. With the growth of age, rural residents will reduce cultural consumption, but their cultural consumption will rise again when they are over 60.

Keywords: rural residents; cultural consumption level; age; per capita income; education level

一、问题的提出

依照国际经验, 当人均 GDP 超过 3 000 美元时, 文化消费会快速增长; 而当人均 GDP 在 5 000 美元左右时, 文化消费会出现“井喷式”增长。2012 年, 中国人均 GDP 已达到 5 432 美元, 但文化消费远没

有出现井喷式增长, 2006—2012 年居民的文教娱乐支出占可支配收入的比例甚至呈现下降趋势^[1]。相对而言, 农村居民文化消费水平低下的问题更加突出。根据《中国统计摘要》公布的城乡居民家庭人均消费支出数据, 2011 年农村居民人均文化消费仅为城市居民文化消费金额的 14.97%, 差距远超同期城乡居民可支配收入差距。国家统计局发布的数据显示, 虽然乡村常住人口数量不断减少, 但截至 2014 年末, 中国农村常住人口 61 866 万人, 占总人口的比重仍然达到 45.23%。扩大文化消费内需,

收稿日期: 2017-04-15

基金项目: 国家社会科学基金重点项目(13A2D008)

作者简介: 文立杰(1988—), 男, 山东潍坊人, 博士研究生, 研究方向为文化产业管理。

有效释放居民的文化消费潜力是加快中国文化产业发展的重点,而提高农村居民文化消费水平则是重中之重。深入研究农村居民文化消费机理,对于保障农民基本文化权益,提振农村文化消费,促进文化产业的快速健康发展意义重大。

在已有研究中,国内学者普遍认为收入水平与消费习惯是影响农村居民文化消费的基础性因素。朱晓杰发现收入和消费结构是影响农村文化消费的主要因素^[2]。葛继红以江苏农民为对象研究发现,家庭人均收入和农民对家庭收入的自我评价对农民文化消费有显著正向影响,农业收入比重对农民文化消费有显著负向影响;收入变量对高收入组农民文化消费的影响程度要明显高于中收入组,对低收入组农民文化消费没有显著影响^[3]。宁军明等研究表明,农村居民的文化消费支出水平在很大程度上取决于收入水平的高低^[4]。陆立新研究发现,与东部地区相比较,中西部地区农村居民文化消费受消费习惯的影响更深^[5]。

农村居民文化消费支出的影响因素是多种多样的,仅个体因素就可能包括收入水平、教育程度、年龄、消费习惯、家庭结构等多个方面。在已有农村居民文化消费影响因素研究中,验证的影响因素往往过于单一,又多以局部或个案研究为主,缺乏宏观层面的说服力,同时实证研究的支持也不够有力。基于此,笔者拟全面探讨个体因素对文化消费支出水平的影响,并基于全国15省的问卷调查数据进行实证分析,以期为国内文化消费研究提供实证支持,为文化产业政策的制定提供决策依据。

二、变量选取与模型构建

1. 变量选取

文化消费主要是指人们为了满足自己的精神文化生活而采取不同的方式来消费精神文化产品和服务的行为,是对精神文化类产品及精神文化性服务的占有、欣赏、享受和使用等^[6]。根据文化消费中的物质资料是否发生所有权转移以及供给主体不同,文化消费大致可分为两类:一是通过暂时性占有具有公共属性的文化消费物质资料或文化服务达成文化消费效果的无偿公共文化消费;二是通过市场由个人或家庭出资购买相关文化产品或文化服务的有偿个人文化消费。本研究仅限于有偿个人文化消费,且文化消费支出中不包括教育支出。一般而言,城乡居民文化消费的影响因

素主要包括个体因素、政策因素、市场因素,本研究主要探讨个体因素对文化消费的影响。

根据布迪厄的文化消费理论,个人文化消费行为是由其阶级惯习决定。经济收入等因素虽然是重要的阶级划分指标,但并不是唯一标准,文化资本、社会轨迹等非经济因素应同样作为阶级划分的重要指标^[6]。由于中国的政治及文化与西方不同,这使得文化消费研究的“社会阶层结构”在国内研究中更多地表现于性别、年龄、职业、收入等人口统计特征上的划分,并不存在明显的政治性地位划分^[7]。基于已有理论与实践成果,从农村居民个体因素出发,农村居民文化消费的影响因素主要包括以下几个:

(1) 家庭人均年收入。从凯恩斯的绝对收入消费函数理论到杜森贝利的相对收入消费函数理论,从弗里德曼的持久收入消费函数理论到莫迪利安尼的生命周期消费函数理论,均强调了收入对消费的基础性作用^[8]。随着收入的增加,居民用于文化消费的支出也将随之上升。但在中国农村社会,个人拥有的东西往往被认为是家庭财产的一部分^[9],收入也不例外,因此相较于个人收入而言家庭人均年收入相对更具代表性。

(2) 文化程度。一般而言,文化资本的存量直接影响到消费者文化产品的鉴赏水平,文化资本存量越大者文化鉴赏水平越高。消费者所获得的文化消费体验越佳,文化消费的意愿越强烈。根据布迪厄的文化消费理论,受家庭环境、学校教育影响而形成的个体化文化资本最具正统性,是个人文化资本的主要来源^[6]。与家庭环境相比,学校教育更易量化,故选择文化程度作为文化资本变量。

(3) 年龄。莫迪利安尼的生命周期函数论证了消费者不同年龄层段的消费情况。文化消费与个人的价值观、审美观密切相连,不同年龄层次的消费者人生阅历与人生轨迹差异明显,形成的文化消费观念也会大相径庭。Sintas 和 Alvarez 的研究表明,消费者的年龄对文化产品选择具有重要影响,随着年龄的增加,消费者更倾向于消费传统文化产品,年轻消费者则更钟情于与现代及时尚相关的文化产品^[10]。

(4) 性别。大量研究表明,消费动机、消费观念、消费行为都存在着明显的性别差异^[11]。李聪将性别因素引入农村居民消费的研究中发现,在西部贫困地区农户中男女关系越是趋于平等,家庭的边际消费倾向就越大^[12]。现实生活中,性别往往会打

上社会文化的烙印,特别是在相对落后的农村地区,男女社会分工更加分明,这可能直接影响到其文化消费的水平与方式。

(5) 民族。民族习惯、习俗作为一种无形的力量,影响了农村居民的居住、饮食、衣着等行为^[13]。习俗或者习惯也会对居民消费产生影响,使得文教娱乐消费支出具有某种惯性^[14]。实践调研证明,民族已经对农村居民公共文化需求产生了实质性影响,少数民族对文艺类公共文化服务需求较为迫切,而汉族则更需要体育类公共文化^[15]。

2. 模型构建

对农村居民文化消费水平的研究,不仅要研究农村居民个体因素与文化消费支出之间的关系,还要对农村居民的文化消费支出水平进行划分,研究哪些因素与哪个支出水平的关系更密切一些。这就需要一种统计方法,将农村居民文化消费支出水平与个体因素放在一起进行分析、分类、作图,以便作出经济意义上的解释。解决这类问题的最常见统计方法就是对应分析。本研究模型构建的基本思想是从变量出发,对性别、年龄、民族、受教育程度、家庭人均收入五个因素与文化消费支出分别做假设检验,以确定各个因素与文化消费支出之间是否有密切关系,筛选出与文化消费支出有密切关系的因素分别做R型因子分析,根据R型因子分析的结果得到文化消费支出的Q型因子分析结果,最后把R型因子分析结果与Q型因子分析结果反映到坐标轴上,根据对应图来说明各个因素与文化消费支出之间的关系。它的基本步骤如下:

(1) 根据调查结果做出列联表,由列联表生成 p 个变量的 n 个样品观测数据矩阵 $X=(x_{ij})_{n \times p}(x_{ij} > 0)$,并利用 χ^2 检测检验数据的独立性;

(2) 根据数据矩阵 X ,计算规格化的概率矩阵 $P=(p_{ij})_{n \times p}$;

(3) 计算过渡矩阵

$$Z = (z_{ij})_{n \times p} = \left(\frac{p_{ij} - p_i p_j}{\sqrt{p_i p_j}} \right)_{n \times p}$$

(4) R型因子分析:计算 $A = Z'Z$ 的特征根 $\lambda_1 \geq \lambda_2 \geq \dots \geq \lambda_p$,按照累积百分比 $\left(\frac{\sum_{i=1}^m \lambda_i}{\sum_{i=1}^p \lambda_i} \right) \geq 85\%$,

提取前 m 个特征根 $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_m$,并计算相应的单位特征 u_1, u_2, \dots, u_m ,得到因子载荷矩阵 F ;

(5) Q型因子分析:由上述求得特征根,计算 $B = ZZ'$ 所对应的单位特征向量 $Ze_i = v_i$,得到因子载荷矩阵 G ;

(6) 做变量点图与样本点图,分析 F_1-F_2 上的变量关系,分析 G_1-G_2 上的样品关系,综合分析样品和变量之间的关系。

三、样本来源与计量结果分析

1. 样本来源及特征

本研究数据来源于华中师范大学国家文化产业研究中心针对农村居民文化生活的问卷调查,该调查面向全国,从2012年开始已持续6年,总计获得数据10 000余份。笔者选取数据最为丰富的2013年作为样本,共计获得有效数据4 380份,数据来源于东、中、西部三个地区的15个省、直辖市、自治区。调查数据统计显示:农村居民文化消费支出(不含教育支出)水平普遍偏低,100元以下的样本占比最高,为33.55%;其次是101~300元,占31.09%;301~500元占18.09%,501~800元占6.46%,801~1 000元占5.96%,1 001元以上占4.86%。

性别、年龄、民族、文化程度、家庭人均年收入等变量的具体选项如下所述。性别定义为男、女;年龄定义为18岁及以下、19~40岁、41~60岁、61岁及以上;民族定义为汉族、少数民族;文化程度定义为小学及以下、初中、高中或中专、大专、本科及以上;家庭人均年收入定义为2 000元以下、2 001~5 000元、5 001~8 000元、8 001~10 000元、10 001元以上。样本统计表明:性别方面,男女所占比例分别为55.54%与44.46%,一定程度上反映出农村男女比例失衡现象严重;年龄方面,18岁及以下占11.86%,19~40岁占41.19%,41~60岁占33.13%,61岁及以上占18.32%,中青年仍是人口结构的主体;民族方面,汉族受访者占91.71%,与全国人口中汉族人口所占比例基本吻合;文化程度方面,受访者文化程度普遍偏低,大专及以上学历占9.01%,小学及以下占26.02%;收入方面,家庭人均年收入2 000元以下占17.34%,2 000~5 000元的占比最高,达到29.76%。综上,男女比例失衡、人口年龄结构以中青年为主、文化学历水平低下、收入不高、文化消费水平低是样本的主要特征。

2. 显著性检验

将被调查者的性别、年龄、民族、文化程度、家

庭人均年收入五个潜在影响因素分别与农村文化消费支出进行交叉分类,并分别对所得数据进行 χ^2 检验,以确认农村居民性别、年龄、民族、文化程度、家庭人均年收入五个个体因素是否与其文化消费支出存在相关性。 χ^2 检验的结果如表1所示。

表1 χ^2 检验的结果表

	χ^2	自由度	<i>p</i> 值
性别	5.232	6	0.51
年龄	48.465	9	2.09E-07
民族	13.003	6	0.06
文化程度	580.150	24	<2.2e-16
家庭人均年收入	833.060	36	<2.2e-16

χ^2 检验可以用来检验变量之间是否独立,当 $p < 0.05$ 时,即表示变量之间不独立。据表1可得,年龄、文化程度和家庭人均年收入这三个因素 χ^2 检验所得*p*值分别为2.09E-07、<2.2e-16、<2.2e-16,

即年龄、文化程度和家庭人均年收入对农村居民文化消费支出的影响显著,其中又以文化程度与家庭人均年收入的影响最为明显。而性别与民族的 χ^2 检验所得*p*值仅为0.51与0.06,二者与农村居民文化支出并不存在明显的相关性,被排除在进一步分析的范围之外。

3. 主要因素的对应分析

根据相关性检验结果,年龄、文化程度和家庭人均年收入三个因素对农村居民文化消费支出具有显著影响,笔者对这三个因素分别进行对应分析。

对应分析实质上是通过变量变换的方法对数据进行因子分析,所以先要确定因子的个数,因子的个数按所保留的因子能解释所有变量85%的方差的原则选取。通过R语言编程,可以得到因子得分结果(表2)。

表2 因子分析结果

因子	年龄			家庭人均年收入			文化程度		
	维度惯量	比重/%	累积比/%	维度惯量	比重/%	累积比/%	维度惯量	比重/%	累积比/%
因子1	0.1447	64.4	64.4	0.2902	54.7	54.7	0.3179	65.0	65.0
因子2	0.0741	33.0	97.4	0.1378	26.0	80.7	0.1490	30.5	95.4
因子3	0.0058	2.6	100.0	0.0840	15.8	96.6	0.0216	4.4	99.9
因子4	0.0000	0.0	100.0	0.0181	3.4	100.0	0.0007	0.1	100.0
因子5				0.0000	0.0	100.0	0.0000	0.0	100.0

表2中的维度惯量表示因子的重要性,每一个因素的因子总数是由列联表行与列的最小值决定,比重的值是根据每个因子的维度惯量与维度惯量总值的比值得到。根据表2的结果,选取累积比超

过85%的因子作为该因素的因子计算个数,对“年龄”“家庭人均年收入”和“文化程度”分别选取前2个因子、前3个因子、前2个因子计算每个因素的行得分与列得分(表3)。

表3 各因素行得分与列得分

变量	样品	行得分			样品	列得分		
		因子1	因子2	因子3		因子1	因子2	因子3
年龄	18岁及以下	-0.831	0.762		100元以下	0.987	-0.724	
	19~40岁	-1.002	-0.330		101~300元	0.417	1.157	
	41~60岁	0.748	-1.383		301~500元	-0.856	-1.397	
	61岁及以上	1.401	1.230		500元以上	-1.702	0.497	
文化程度	小学及以下	-1.378	0.402		100元以下	-1.217	0.379	
	初中	0.030	-0.370		101~300元	0.228	-0.749	
	高中	1.142	-0.581		301~500元	1.048	-0.746	
	大专	1.595	-0.306		501~800元	1.407	2.792	
家庭人均年收入	本科及以上	1.682	4.490		801元以上	1.570	1.672	
	2000元以下	-1.575	0.996	-0.367	100元以下	-1.150	0.489	-0.236
	2001~5000元	-0.374	-1.095	0.565	101~300元	0.181	-1.161	0.590
	5001~8000元	0.996	-0.371	-0.961	301~500元	1.270	-0.019	-1.215
	8001~10000元	0.821	1.212	-0.519	501~800元	1.428	2.196	-0.184
	10001元以上	1.324	1.508	3.100	801元以上	1.281	2.184	4.282

根据因子分析行得分与列得分的结果,用R语言编程,分别得出年龄、文化程度和家庭人均年收入与农村居民文化消费支出的对应图。在对应图里

面,相近的变量与样品会聚在一起,距离越近,表示两者之间关系越强。

根据图1,可以把样本(文化程度)和变量(文化

消费支出)分为四组:

- 第一组: 小学及以下→100 元以下
- 第二组: 初中→101~300 元
- 第三组: 高中、大专→301~500 元
- 第四组: 本科及以上→501~800 元、800 元以上

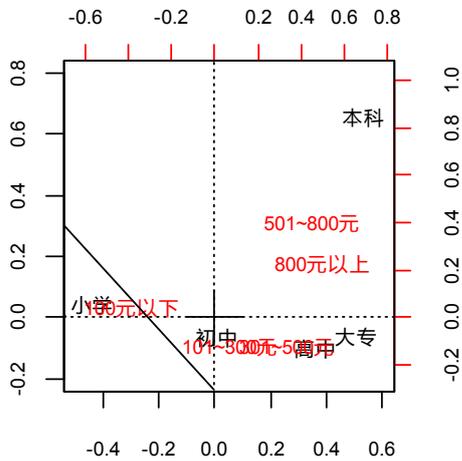


图1 文化程度与文化消费支出对应图

在文化程度与文化消费支出对应图中,小学及以下文化程度与年文化消费支出100元以下的分布区域非常接近,即具有小学及以下文化程度的农村居民年文化消费支出更多地集中在100元以下范围内。由此依次可得,相较于小学及以下文化程度的农村居民,具有初中文化程度的农村居民文化消费支出水平更高,多位于101~300元内;具有高中与大专文化程度的农村居民文化消费支出进一步提高,但具有高中与具有大专文化程度的农村居民之间的文化消费支出差异不大,大多位于301~500元的分布范围;具有本科及以上文化程度的农村居民是文化消费支出最高的群体,大多位于500元以上的分布范围。

根据图2,可以把样本(家庭人均年收入)和变量(文化消费支出)分为四组:

- 第一组: 2 000 元以下→100 元以下
- 第二组: 2 001~5 000 元→101~300 元
- 第三组: 5 001~8 000 元→301~500 元
- 第四组: 8 001~10 000 元、10 001 元以上→501~800 元、801 元以上

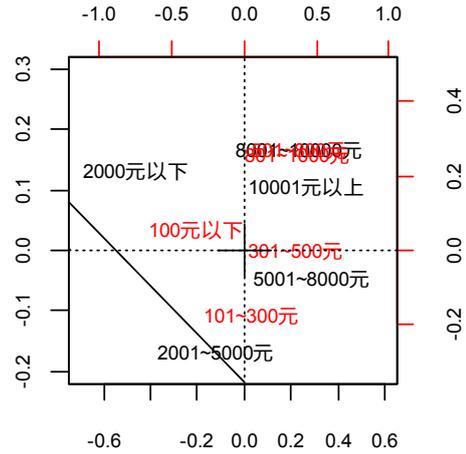


图2 家庭人均年收入与文化消费支出对应图

在家庭人均收入与文化消费支出对应图中,家庭人均年收入2 000元以下与年文化消费支出100元以下的分布区域非常接近,即家庭人均年收入在2 000元以下的农村居民年文化消费支出更多地集中在100元以下范围内。由此依次可得,家庭人均年收入2 001~5 000元的农村居民年文化消费支出有所增加,多位于101~300元的范围内;家庭人均年收入5 001~8 000元的农村居民文化消费支出更高,大多位于301~500元的分布范围内;家庭人均年收入8 001~10 000元与10 001元以上的农村居民文化消费支出差异不大,大多在500元以上。

根据图3,可以把样本(年龄)和变量(文化消费支出)分为四组:

- 第一组: 18岁及以下→501元以上
- 第二组: 19~40岁→301~500元
- 第三组: 41~60岁→100元以下
- 第四组: 61岁及以上→101~300元

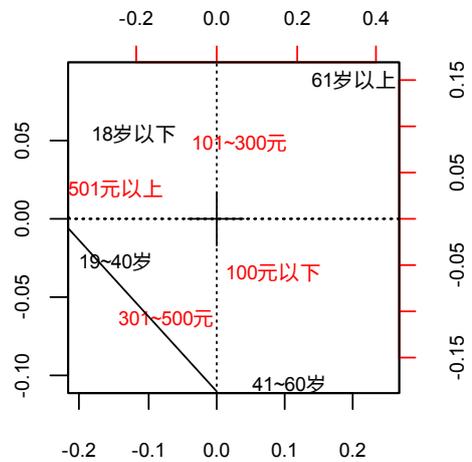


图3 年龄与文化消费支出对应图

在年龄与文化消费支出对应图中,18岁及以下与年文化消费支出501元以上分布范围非常接近,即18岁及以下的农村居民年文化消费支出趋向于500元以上。由此依次可得,19~40岁的农村居民年消费支出则出现一定程度的下降,多接近301~500元;41~60岁的农村居民年文化消费支出水平最低,分布位置更接近100元以下;61岁及以上的老齡人口的文化消费支出则又出现上升的趋势,多接近101~300元之间。

四、结论及其启示

上述研究结果表明:农村居民文化消费支出(不含教育支出)水平普遍偏低,大多数样本支出在100元以下(占33.55%)和101~300元(占31.09%),支出在301~500元的样本较多(占18.09%)。随着文化程度的上升,农村居民文化消费支出会出现明显的提高。农村居民的家庭人均收入水平越高,总体上文化消费支出越多。这进一步验证了布迪厄的文化消费理论,即主要受经济资本与文化资本影响产生的阶级惯习会直接影响文化消费行为。但值得注意的是年龄也是影响农村居民文化消费支出水平的重要因素。随着年龄的增长,农村居民的文化消费支出会先出现下降的趋势,但在超过60岁后会增加。这很有可能是由于不同年龄段的农村居民所拥有的闲暇时间差异导致的,需要在未来的研究中进一步对闲暇时间进行验证。

根据上述研究结论,提高农村居民的文化消费水平是当前的迫切任务。从长远来看,增加农村居民收入与提高农村居民文化水平是提振农村居民文化消费的最直接有效的措施。从短期来看,要发挥公共文化服务对文化消费需求的培育作用,提高农村居民的文化鉴赏水平;尝试对农村居民文化消费进行补贴,通过增加文化福利,刺激农村居民进行文化消费,缩小城乡文化消费差距;调整农村文

化商品供给结构,适当增加适于少年儿童与老人的文化产品供给。

参考文献:

- [1] 傅才武,曹余阳.探索文化领域供给侧与消费侧协同改革:政策与技术路径[J].江汉论坛,2016(36):120-128.
- [2] 朱晓杰.农村文化消费的启动与升级——以河南省为例[J].河南财政税务高等专科学校学报,2011(1):7-11.
- [3] 葛继红.农民收入与文化消费牵扯:江苏364个样本[J].改革,2012(3):84-89.
- [4] 宁军明,张丽.我国农村居民文化消费的地区差异[J].消费经济,2007(1):78-80+59.
- [5] 陆立新.农村居民文化消费影响因素的区域差异及动态效应分析[J].统计与决策,2009(9):81-83.
- [6] 朱伟珏,姚瑶.阶级、阶层与文化消费——布迪厄文化消费理论研究[J].湖南社会科学,2012(4):52-57.
- [7] 孟华,李义敏.上海城镇居民文化消费的影响因素研究[J].预测,2012(2):70-74.
- [8] 赵吉林,桂河清.中国家庭文化消费影响因素分析:来自CHFS的证据[J].消费经济,2014(6):25-31+54.
- [9] 费孝通.江村经济[M].北京:北京大学出版社,2012:53-58.
- [10] Sintas L, Alvarez E GI. The consumption of cultural products: An analysis of the Spanish social space[J]. Journal of Cultural Economic, 2002, 26(2): 115-138.
- [11] 王艳丽.我国居民的消费性别差异分析[J].经济研究导刊,2014(23):3-5.
- [12] 李聪,黎洁,李亚莉.社会性别视角下的西部贫困山区农户家庭消费结构分析[J].妇女研究论丛,2014(1):22-29.
- [13] 洪名勇.习俗元制度:另一只看不见的手[J].湖北经济学院学报,2007(3):40-47.
- [14] 洪名勇.民族习惯与农村居民消费:一个实证分析[J].贵州大学学报(社会科学版),2013(3):22-33.
- [15] 纪东东,黄松.广西壮族自治区乡镇文化站服务效能调研报告[R].南宁:广西壮族自治区文化厅,2016.

责任编辑:李东辉