

學習成為理性：湘西貧農對扶貧政策的回應

石之瑜

（臺灣大學政治學系教授）

摘 要

關於農民是否理性的辯論，在湘西地區出現的各種扶貧敘事中遭到解構，因為問題不僅在於農民行為動機是市場效益、社會倫理或是公平正義，而更在於農民是在既有社會倫理脈絡之中學習市場理性，不是靠脫離倫理脈絡來學習市場理性。國家扶貧單位怪罪農民缺乏市場理性，視此為文化落後的敘事方式，等於是把學者心目中具有普遍地位的理性，相對化成為一種貧困農民必須脫離既有脈絡，經由學習之後，才會萌生的自我意識。以下的幾個現象——領導人對於與自己有社會關係的村莊特別關照、凡事皆歸因於市場意識不彰的扶貧邏輯、扶貧政策的推動強烈依賴幹部示範的作風、由上而下規畫的扶貧開發項目、充滿集體性與紀律要求的產銷合作組織、移民工所依附的鄉親網絡、與對領導者素質的絕對強調——在在反映出，農民是在某種外於市場的倫理關係中生活，使得關於農民理性的問題在實踐中有些不相干。本文的目的是透過湘西地區扶貧幹部與鳳凰縣貧困村民的詮釋，重新介入農民行為性質的辯論，主張農民行為之性質並無固定之律則在左右，農民行為之意義受到農民對特定行為規範之實踐所制約，因此行為情境成為關鍵之所在，必須掌握農民對自身所處情境之界定，才能判斷特定農民會進入那一種規範體系。

關鍵詞：農民、貧窮、理性農民、道德農民、湘西

壹、農民理性的辯論

農民是否理性的問題，是發展研究中長期以來無法解決的公案，¹也波及關於中國農民的經濟理性研究。²一方面，學者認為，許多農民在加入市場競爭後，繼續依附於社會集體的行為模式，是在降低因為不確定性的市場特質所造成的風險，因而完全符合經濟理性，亦即社會關係是作為一種市場競爭下有利於己的生產條件，不是農民的生活目的或行為動機。³另一方面，也有學者認為，農民參與市場經濟顯示，農民關心的事超越理性的概念所能分析，因為他們重視集體的社會倫理關係，未必總是追逐個別效益的提升，即使重視個體效益，也往往採取依附於某種社會脈絡的行為模式來增加利潤，故市場是效果，社會才是目的。⁴這個辯論的前提在於：一方是，農民的市場經濟

-
1. 關於農民追求公平的動機研究，請見 James C. Scott 著，程立顯、劉建等合譯，《農民的道義經濟學 東南亞的反叛與生存》(*The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*) (南京：譯林，2001 年)。
 2. 此一理性概念之界定，涉及知識論的預設，請見 Daniel Little, *Understanding Peasant China: Case Studies in the Philosophy of Social Science* (New Haven: Yale University Press, 1989)。
 3. 關於市場與理性的關係，其辯論請見 Jean Oi, "Rational Choice and Attainment of Wealth and Power in the Countryside," in D. Goodman & B. Hooper, eds., *China's Quiet Revolution: New Interactions between State and Society* (New York: St. Martin, 1994), pp. 64-79; Victor Nee, "A Theory of Market Transition: From Redistribution to Markets in State Socialism," *American Sociological Review*, Vol. 5, No. 54, 1989, pp. 663-681。
 4. Tang Chou, "Back from the Brink of Revolutionary-'Feudal' Totalitarianism," in D. Mozingo & V. Nee, eds., *State and Society in Contemporary China* (Ithaca: Cornell University Press, 1983); 方孝謙，〈蘇南溫州產權模式中重要變項：以 Susan Whiting 的近著為討論中心〉，《中國大陸研

行為有某個單一的、根本的動機，這個動機只能是自利的；而另一方面，這種經濟行為必須臣屬於某種公平的、利他的社會倫理規範；故這兩種立場相互排斥。

農民在一定的情況下學習進入市場經濟，試圖在市場競爭下逐利的歷史進程，與農民在進入市場經濟之前，在農村社會所賴以自我認識的社會倫理脈絡，是否必然是相互取代的關係，而且是進入市場之後的行為理性，是之前的行為理性的充分的、立即的取代，因此不可能發生兩種行為模式並存的時空情境？或雖然相互取代，但只能是由市場行為取代社會行為，而不可能出現間歇性的社會行為取代市場行為，以致於所謂取代，必須是線性的取代，而不可以是循環式的彼此取代？農民面對市場中陌生消費者或經銷商的行為模式，與農民在面對既有社會關係中的鄉親或村鎮社群的行為模式，是不同的模式，尋求兩者之間的關係，是對上述農民行為意義的辯論，提出中間路線或第三條路的必要之徑。

文化研究為上述辯論提供了一個第三條路的思路。文化研究者相信，知識的主要來源並非研究者對客觀世界的理解，而是研究對象對自身行為賦予意義的能力。農民是理性或倫理導向的辯論，如果透過將研究對象對自身理解的詮釋加以再呈現，將揭露出研究者與研究對象之間雖然間接，但卻十分親密的互動。所謂經濟理性，是學者對現代市場經濟中行為動機的一種歸納說明，當現代市場經濟引入農村社會時，農民並無機會參與市場行為規範的形成，於是必須依賴快速簡潔的概念引導，則研究者所藉以分析農民經濟理性的分析概念，與引導農民認識並學習參與市場的概念之間，存在著明顯的互動關係。同

究》，第45卷第4期，2002年7-8月，頁1-13；Chih-yu Shih, "New-institutionalism in China Studies: Reflection on Literature with a Special Attention to the English Work by Chinese Writers," *The Journal of Post-Communist and Transition Studies*, Vol. 2, No. 15, 1999, pp. 126-145。

理，農民的社會倫理關係與研究者所歸納的公平正義原則，在歷史進程中也是互動的，蓋農民行為所反映的小傳統與研究者分析概念中的公平正義原則，都共同屬於大傳統文化體系。故文化研究者將農民視為知識來源，是值得看重的知識論。

在假定研究者分析概念既引導了，又反映了農民的認識的知識前提下，則農民可以經由學習，而容許在邏輯上原本互斥的解釋體系並存於一身，也就不足為奇了。文化研究對研究對象的界定，在當前的課題裡固然指的是農民，但又不必然限於農民，因為農民的範疇本身就受理論定義的影響而可大可小，⁵較寬的範疇不但包含了從事農業生產的人、農產銷售的人、農村的工人、農村的國家幹部，甚至也可以包括在農村市集或主要產銷商所在之毗鄰城鎮居民與政府，畢竟後者的生活中，農業生產勞力是重要的互動及交往對象，城鎮居民與勞動生產者之間分享著千絲萬縷的社會關係與公平原則。

中共中央近二十年來所推動的扶貧政策，對此一辯論提供了一個有機的研究環境。因為此一政策的持續進程，同時就是農民學習市場經濟行為的演變過程，可以經由農民進入市場之際所發展的方方面面的詮釋，來介入學術討論。扶貧政策最主要的原初目的，是使大量的貧困村民脫貧。經過十餘年的投入，中共中央在 21 世紀伊始，宣布扶貧進入攻堅階段，下一步將是帶動農村社會進入小康，扶貧的任務是讓貧困村能夠解決溫飽問題，因此以解決基礎設施的通路、通水、通電為首先要著，之後並發展出退耕還林、沼氣生態能源地、免除農業稅、旱澇保收等政策，不過這些政策並不足以讓脫貧農戶進入小康，更不能有效幫助他們抵抗自然災害，以致於扶貧效果並不穩定，脫貧後又返貧的案例時有所聞。為因應此一狀況，協助農村增收成為扶貧變小康的重點，則為農村開設項目創收便成為政策新目標。

5. 可以指實際耕作的農民，或者可以另外包括離土但不離鄉的人，也可以指所有沒有城市居民身分的人。

創收代表市場經濟的引入，而農民在低收入的自足經濟中，並無市場競爭意識，因此扶貧幹部經常認為治貧要先治愚，扶貧與被扶貧者口中共通的論述，是農民的文化落後、懶惰、愚昧，才造成市場經濟意識的欠缺。⁶扶貧幹部便以提升農民的素質作為長遠的期許。在扶貧過程中有的村民掌握機遇，發揮積極性，進入了小康，成為模範，他們的成功當然是因為進入了市場，但在扶貧幹部與農民自己的口中，卻習以為常認為這是一個文化自覺的表現。在這樣的論述裡，理性不是普遍性的人性，而是為了適應市場經濟而習得的文化態度，於是理性與非理性間的概念隔閡被模糊了。這是本文以下的討論背景。

本文的目的是透過湘西地區扶貧幹部與貧困村民的詮釋，重新介入農民行為性質的辯論，主張農民行為之性質並無固定之律則在左右，農民行為之意義受到農民對特定行為規範之實踐所制約，因此行為情境成為關鍵之所在，必須掌握農民對自身所處情境之界定，才能判斷特定農民會進入那一種規範體系。同時，由於各地農民身在不同自然與生態環境之中，會對同一種規範體系發展出不盡相同之理解與實踐，故即使同樣是面對市場經濟，表現經濟理性的方式仍不能有一概而論的架構。簡言之，理性作為一種逐利之動機是可以經由學習而成為農民經濟行為的內在驅力，凡是學習後加入到市場競爭之農民，都會受到此一逐利動機之制約，但理性這個概念卻不能用來解釋具體逐利行為如何被選定，更不能解釋特定農民如何在特定情境之中失去逐利動機，而改採社會倫理關係為其行為之依據與目的。

湘西地區是國家級的貧困地區，本文訪談了湘西自治州、自治州

6. 中國（海南）改革發展研究院「反貧困研究」課題組，《中國反貧困治理結構》（北京：中國經濟出版社，1998年），頁3；彭泊銘，《山區經濟思辨》（北京：氣象出版社，1997年），頁92；郝克明，〈序〉，張力主編，《面對貧困：中國貧困地區教育發展的背景・現狀・對策》（南寧：廣西教育出版社，1998年），頁2。

轄下鳳凰縣、鳳凰縣轄下之官莊鄉大灣村與臘爾山鎮科絨村之扶貧幹部與農民，經由各級扶貧幹部（包括統戰部、扶貧開發辦公室、扶貧工作隊）所論述之扶貧增收，來呈現市場經濟理性作為一種文化，而不僅止於一種普遍性的逐利動機。作為一種文化，市場競爭之下的增收行為，必須是透過行為者有意識理解的行為，故不能超越農民具體的實踐，僅從一個抽象理論假定出發來觀察。正因為是文化現象，加入市場預設了農民做出了某種決定或判斷，既然是農民決定了每時每刻進入與否或退出與否，故當然就不能事前用線性的現代化理論規範他們行為必然會如何。

貳、湘西扶貧的思路

湘西自治州扶貧是從 1986 年之後開始，經過了三輪：1986-1994 年、1994-2000 年、與 2000 年至今，至 2005 年為止仍有貧困人口約七十五萬，其中低收入戶在年平均 882 元人民幣以下的約六十萬人，在平均 625 元以下的絕對貧困戶約十五萬人，其中 85% 建有通村公路，行政村（即村委會所在）通電率達 100%，飲水已有 95% 解決，但品質皆不穩定。另外，州執行的旱澇保收人均 0.4 畝，⁷ 距離中央政府規定的 0.5 畝還有差別。關於收入的計算，並非都是實際貨幣所得，而是依照旱澇保收田畝的糧食市場價格、自產糧食的市場價格、畜牧增長部分的市場價格等等都計入在內而得出，因此是用來斷定農村能否自負溫飽的標準。這些統計數字無一不需要先經過定義，並經過判斷，以致於絕對貧困只能是一個浮動的、相對的概念，故凡是國家不計入的糧產，如舊品種玉米，則不計入收入，這造成以富報貧的偏差，或如產價浮動或用電品質與穩定性低落等問題遭忽略，造成了以貧報富的偏差。

事實上，村中道路的品質在扶貧開發投入中就屬不穩定的項目，

7. 旱澇保收田指的是，不論乾旱或洪澇都不會影響收成的田地。

蓋村民維修道路的能力差，多數因為缺乏集體資金而無法購買路材，也有因為分田到戶之後，村集體組織渙散，農村生產隊解散，無法徵得義務工。不到幾年，通村公路便常因為雨水沖刷而難以安全通車，這種現象經常在扶貧辦的彙報之中被忽略。而扶貧政策的落實，更未必是由最貧困的村開始，受到村所在地是否相對容易到達、村本身的自然條件是否適合開發項目、村民是否積極爭取、甚至村民或當地政府能否配合或提出相對資金，以及領導幹部本人與村的社會關係遠近等因素影響。

根據自治州的思路而將湘西扶貧工作分為四類。第一類是之前提及的基礎設施扶貧。第二類是產業扶貧，已有十年以上歷史，主要是建立龍頭產業，目前已有三項，包括椪柑、瀾猴桃與烤煙。其中椪柑全國知名，產量占全國 10%，畝地是全國椪柑總畝地的 13%，又有中國椪柑之鄉美稱。瀾猴桃是吉首民族大學建教合作發展而來，並製造成果汁。而烤煙則是自治州的重要財政來源，但因為吸煙人口日少，即將步入夕陽產業。新近推動的是畜牧業與藥材，包括豬 130 萬頭、牛 45 萬頭、肉牛 8 萬頭、山羊 82 萬頭，占農業總產值 13%，州委與州政府制訂的最新扶貧開發戰略則是發展中藥材，正在組建一批基地，邁向龍頭企業，通過出口，拉動扶貧。

第三類是科教扶貧，第四類是勞務輸出扶貧，兩者關係密切。科教扶貧內容很雜，包括推廣實用的栽培技術、興建村級希望小學、減輕學雜費、建立資訊網路、建立農業技術服務站、每村培養技術服務員二至三名。其中村小學區建立 200 所，但鑑於計畫生育導致就學人口下降，湘西正在停併若干村小，並計畫於 2007 年完成全州小學三年級以上學生全部寄宿的政策，以利集中教育資源，減省通勤時間。湘西最新的扶貧思路是於 2003 年提出的勞務輸出扶貧，正著眼於湘西有大量流民前往沿海打工。為增加打工機會，湘西州政府有計畫與外地大行業簽約，培訓專業勞工輸出。其中以訓練中學畢業生為當前速成的勞務，他們雖然只能供自己溫飽，但起碼減輕了家中一名人口的溫

飽壓力，使不消耗本地資源。2003 年輸出一千多人，2005 年預計達到六千人，皆以貧困村村民為優先培訓的對象，年齡在 18-30 歲之間，因文化程度過低，只求其能在城市沿海生存。

鳳凰是自治州轄下的一個縣，共有 31 個鄉鎮，345 個行政村，農業人口約三十四萬，其中苗族占 69%，在 1986 年特列為重點扶貧縣，2002 年列為國家級的貧困縣，低收入與特困戶共十六萬多人，貧困村 160 個。縣的扶貧開發辦設立於 1987 年，在政策思路上提出六條自我要求，第一條就是要在政治意識上加強領導部門的扶貧責任，組建專門的扶貧辦公室與常設的臨時編組，依照情況不斷抽調人員入村幫扶。第二是強調人員素質，透過各種培訓帶動科技扶貧，引入農村新的苗木品種。這兩條確立了以扶貧幹部與貧困村民的文化意識為政策首要目標的思路。

第三條是先辦實事，從解決生活條件入手，最主要是通路、照明與飲水問題，2003 年照明通電全部解決，是為縣開發辦視為了不起的成就，但飲水問題還有 30% 以上不衛生，形成地方病的嚴重威脅。至於通路，仍有 240 個村不通車。第四條是拓寬信息渠道，建立增收產業，目前以椪柑，蜜柚為主要項目，均超過萬畝。相較於傳統產業的銷路不暢問題，對兩品種則加強運銷，開產品鑑賞會。過去一度因為價格下滑，百姓有意砍樹放棄，經過說服力保，近年銷售穩定。第五條是堅持群眾路線，因為政府財力有限，故強調自力更生，任何投資項目，要求農村投入相對資金達 60%。第六條是通過縣財政措施，保障扶貧項目資金不被留用作為其他功能。總結經驗十餘年之扶貧經驗後，縣開發辦認為要繼續提高文化素質，並優先發展龍頭產業，前者要求與計畫生育結合，控制貧窮人口以利素質提升，後者要求與生態扶貧結合，將低效益的田畝改為造林，利用國家補償轉投資高效益的產業。⁸

8. 這些檢討多數是州、級領導在訪談中所提供。

湘西地區另一個特色是旅遊資源豐富，緊鄰張家界是永順縣，有國家級的小溪生態林、王村古鎮與猛洞河漂流。鳳凰縣更以苗族文化濃郁而成為外界觀光重點。自治州政府強調要以地方特色的風情文化進入世界，因此首需限制污染企業，目前自治州旅客只有 10% 來自境外，現準備透過民宿小住房與土特產對外號召。在旅遊政策的思路，州政府也重視因此而與外地大量接觸所可形成的文化效果，藉此刺激本地文化的提升。但是鳳凰縣作為觀光大縣，其扶貧政策並未如州政府那般強調觀光事業，也未如州政府在觀念上將生態扶貧、拓商引資與旅遊事業相結合，因為在鳳凰縣，主要貧困農村都不是縣城主要苗族文化旅遊之所在，而散布在廣大外圍山區，不能直接由旅遊業中受益。對州而言，鳳凰縣人均收入的提高就象徵州整體的扶貧績效，對縣而言，扶貧工作的重點在鄉鎮，旅遊業的助益只能體現在高山蔬菜消費的增加，些許有助於貧困山區增加收益。

官莊鄉大灣村是一個已經完成脫貧的村，其主要的宣傳點在於建立了以村民為股員的產銷合作社，但最早的發動者仍是縣的扶貧辦公室引進椪柑，由於農民規避風險，因此必須由村組幹部、黨員與民兵幹部帶頭先種，縣長與開發辦主任親自駐村發動，其中要求一村一品，由村民先決定在水果、蔬菜、畜牧、藥材四項中選定具體開發項目申報。2002 年大灣村成為小康村之後，進一步成立合作社，自行開發新項目，現在已完全自立於扶貧計畫之外。臘爾山鎮的中學資金缺乏，但引入一項英語項目後，開始重視英語培訓，希望藉此提升學生對外競爭實力。科絨村正在起步階段，引入金玉花不過兩年，績效初見，但村內有 40% 以上特困村民的增收問題待處理。

農民因對新品種不瞭解，或過去接受動員一窩蜂投產而得不償失，於是為迴避風險之故，抗拒新品種，被扶貧幹部認為依賴心太重，文化落後，從州到縣，扶貧幹部不離口的，就是提高農民文化素質。在提到旅遊業的時候會提到外來觀光客帶來的資訊可以刺激文化提升，在提到普及電視覆蓋率的時候也是從帶進新觀念的角度理解。

州政府從 2003 年起將勞務輸出作為新的扶貧重點工作，更將之與文化提升在觀念上相聯繫。此項勞務輸出計畫以兩年時間培訓初中畢業生，透過中專教育再前往沿海工作才有競爭力，這樣不但解決個人溫飽，也會有多餘收入寄回山區。州政府經由省級工商聯合會推動十萬招工大扶貧，與九家大公司簽約，對口培訓，一畢業就在城市裡就業。州政府認識到大學教育的推廣在湘西不切實際，經由成人教育與職業教育訓練出焊工、電工、廚師等專門人才可以立即產生成效。中專職訓尤其可以讓年輕人提早五年有收入，也有助於沿海新觀念的回輸。

勞務輸出的更大戰略目標，依舊是著眼於文化提升，州統戰部副主任將此回溯到鄧小平的開放戰略，指出培訓後的學生「出去了就思想開放，觀念不同，門路增多，將來帶回本鄉」，就有促進本鄉文化提升的作用。州政府同時推動三到六個月的速成培訓，由特困村招收學生，生活費自理，但學費全免。根據經驗，自治州招商引資成功的案例，全都是透過本鄉外出成功者回鄉投資，所以本地政府自己培養勞務輸出，確實有長遠的經濟效益。不過此一經濟效益的基礎，自然建立在鄉親成為大老闆後對於家鄉回饋的情感之上，又不能純由經濟理性來說明。目前自治州最窮的是永順，永順出外打工的近年來最多，但由於素質不夠，所以回饋鄉里的能力尚有限，值得注意的是，湘西移民工出鄉之後，回來又帶一批走，如此一批又一批，形成了明顯以鄉親脈絡為依循的移民工潮。近年，由於國家開放了戶口政策，過去女民工外嫁，男民工返鄉養老的現象得以改變，一旦男民工也可以在城市落戶，對於以遷移來扶貧的方式很有幫助，將來也可能出現更多移民返鄉回饋的例子。

勞務輸出著眼的文化，與觀光旅遊開發所著眼的文化似不相同，前者假定本地文化並無特別可取，因此必須外出學習，後者則要經由本地民族風情文化的商品化，來吸引外來文化的進入。不過，一旦民族風情文化成為創收而工具化之後，當地人對本身文化的自信心反而

受限制。在鳳凰南方長城兜售礦泉水的苗裝老婦，是用自己的年齡乞求遊客憐憫而購買，並不是藉由苗族服裝的吸引。鳳凰的文化名人沈從文、熊希齡與黃永裕故居，是州政府引以為傲的地方文化特點，但反而因此而使苗族文化呈現成商品式的淺薄形象。最醒目的是用大市招張貼「苗妹兒」系列酒品，誘人享用是為自我物化的被消費形象最佳註腳。在州政府用觀光引入外來文化的思路中，益加顯得本地文化的工具性。簡言之，在扶貧的政策之下，文化素質主要指的還是商品市場的文化，亦即競爭與效益意識。

州政府的分析指出，觀光大縣鳳凰起了翻天覆地的變化，日益因應來自各方遊客而發生改變。相對於此，原來號稱農業大縣的永順，反而淪落為最窮的縣，這是何以現在永順大力推動生態扶貧，希望藉由政策優惠，在觀念上比較容易說服農民放棄目前低效益的生產。生態扶貧首推退耕還林，再配合興建沼氣地，使農民不必砍林取資源，這個政策請求「退得下（林），穩得住，不反彈，能致富」四點內容。州政府同時停止了永順煙廠，既著眼生態，也著眼效益。朱鎔基任總理時到湘西視察，承諾要退湘西一片林。但是，鳳凰本身的扶貧工作仍然十分艱困，故將市場文化意識的改造，要求落實到農戶的層次，而不是如同州政府在全縣的層次談宏觀的文化改造，這是為什麼對鳳凰縣基層幹部而言，最關鍵的扶貧環節其實是村幹部的文化素質。

參、貧困農民的積極性

農民未必天生具有市場理性，因而顯得文化落後，但是農民具有某種自發性則不可否認。不論是理性農民或道德農民的公案中何者為對，他們皆不否認農民的自發性。從湘西的經驗看來，由州政府自上而下發動扶貧項目，透過大量的說服、優惠、示範與動員，農村接受市場理性而願意承擔風險的日益增多。農民投資由州、縣政府提供援助的項目時，往往必須貸款，因此當然有風險。可是農民對於貸款所

理解的風險，未必就是市場經濟下所謂的風險。事實上，貧困村積欠貸款不還的所在多有，但因為當初是政府出面斡旋，又是以集體名義借貸，因此對個別決策者不存在風險。湘西扶貧貸款的對象落實在鳳凰時，是以個別農戶為貸款對象，然而農民對貸款的猶疑究竟是對風險本身，還是同時也是對所要進行的生產項目不熟悉所致？

科絨村一位農民表示，家裡分田不足，後來人口增加，土地更加不濟，就只好承包荒地來開發金玉花的種植，先貸款了三千多元來僱工整地，詢問他萬一失敗了怎麼辦，他的答案很簡單，失敗是成功之母，再試就是了。換言之，貸款的風險似乎不在他考慮範圍之內。他種金玉花的苗木是由縣裡負責出資供應，每株三元人民幣，全部無償，事前他又隨著村長赴緊鄰自治州南緣的懷化縣觀摩，對於產品本身的特性有所理解，現在種植了第二年，又要從縣城請師傅來指導剪枝技術。對技術掌握之後，農民的信心比較強，而免費苗木也使技術能力不確定所帶來的風險降低，故農民並非一定不願意借貸，而是不願意輕言放棄長年經營的生產項目。在其他地方，也有農民黨員接受動員投資新產品，但後來政策支持不充分，市場波動與過度投產又打擊價格，有此經驗者，也會表現保守。這種保守是經驗造成的，在有失敗經驗之前，農民表現得未必保守。

科絨村與大灣村最大的不同，在於村長對自己角色的認知不同。科絨村村長在引介金玉花入村時，自己本身只承包了十畝地，比起來他在村中排名約是二十之後，因為他認為自任村長不能率先成為首富，不然村民一定會說閒話，影響他在村中領導威信。而他之所以向上爭取縣設的扶貧項目金玉花，與鄰村渙散失敗相比，他覺得是本村村民積極爭取所致，不爭取的多數是因為家中勞動力不足。這個解釋其實有問題，因為勞動力不足時，自可以貸款僱工，所以指的應該是根本沒有管理意識與管理能力的老弱病殘戶。無論如何，是那些想要參與開發項目的農民本身的積極性，促成他走訪政府，出外觀摩，但又絕不帶頭衝第一。相形之下，大灣村村長是在縣政府的敦促下先行

示範，藉由自己的成功促動全村一起參與。

科絨村其實最早也是由政府自上而下扶貧宣導後，才有村民主動應和，但官莊鄉大灣村民則被動得多。不過大灣村民的自發性在爾後的進程中也凸顯出來。退休的老村主任目前仍然活躍，他總結經驗表示，必須不斷地革新，他帶動全村向開發新品種一再挑戰，自己每年透過嫁接實驗，積極性極高，全村進入小康之後，在 2003 年進一步進行產銷組織，因為新任村主任在前往外鄉調貨時看到類似組織，於是又蒐集報刊資料，最後成功組織起一個合作社。過去，村民中曾嘗試成立產銷公司，卻因為資金太少而失敗。合作社證明十分成功，2004 年同類產品全國最高價格，便是由大灣村賣出，足見合作社有助講價的能力。合作社的規定與運作值得推介，因為其中展現了某種市場理性之外的特色。

合作社的直接目的，並不是要加強大灣村槿柑農的集體談判能力，更重要的功能是在組織個體的槿柑農，以便更好地滿足採購一方的要求。不過，合作社的效益意識則是極其明白的，因為在合作社辦公室對門的牆上，貼滿了對利潤渴求的對聯。主聯是「堆金高北斗，積玉滿南山」。其他對聯包括「金爐不斷千年火，玉盞常明萬歲燈」，「新安香火千年盛，永鎮乾坤萬代興」。一副橫聯寫到「尊天福敬祖」，另一幅橫聯是「天地陰陽年月日時百無禁忌大吉大利」。這幾幅也透露出了某種祖先意識與改革意識，不完全屬市場理性，而比較屬於生活態度，故同時有涉及安身立命的香火萬代論述與逐利不應設限的營新論述。這就是為什麼合作社的成立更趨近於生產組織，而不像是營銷組織，更強調農村內部的調整因應能力，超過強調包裝行銷或壟斷賣方的談判能力。

合作社的章程上具體地反映了合作社作為一種紀律組織的性質。第八條第五項規定，合作社的社員「不從事與本社相競爭或與本社利益相對立的活動」，也就是一經入社，就不可以與任何其他買方以個體或集體形式從事交易，只能向合作社供應。村民委員會並有口頭通

過的村規民約，即違反社員義務的人，其他社員可以將其桠柑全數倒入河中，對照第八條第二項要求社員「維護本社利益，保護本社的共同財產」，與第九條規定「退社不退股金，不得分配本社共有財產」，可以看出合作社作為社會關係網的性質，既不是以保障社員個人財產，也不是講求社員與合作社的平等關係為目的，反而還對社員主張合作社的紀律。

合作社的出現並不是由上而下推動的，不過扶貧辦公室很支持。這說明農民在政府投資的桠柑項目初具規模之後，有進一步根據自身條件發展新制度的積極性。農民能夠適應市場競爭，且能夠主動調整，農民也願意配合。合作社的組織作用在具體實例中較好說明。比如合作社現在有能力大量提供買方要求同一尺寸的桠柑，過去個別農在市場上販售無法滿足買方尺寸與數量的要求。又比如合作社可以上網兜售，因此吸引外貿公司前來為外國買主代購。再比如，合作社提供售後服務，外地老闆的接待，統一討價。由於這些市場競爭力的提升，鄰村願意以團體社員的方式加入接受領導，合作社的理事中除了村長並無其他村委會委員，但是有老村長，也有其他技術能人，因此在村民之間享有聲望。

除了合作社的出現是在扶貧辦規畫範圍以外的發展，縣扶貧幹部另外也感覺村中精神文明有新的發展。舉例來說，村中在紅白喜事時成立了村中樂隊；到端午節時，村中透過個人集資六千元，組織了龍舟隊，參加原本由政府各單位才參加的比賽，並獲得了第一名。更重要的新發展，是經驗的向外輸出。以合作社為例，周邊鄉鎮成立了生薑協會、苗木協會與瀾猴桃協會。村中目前有 150 名婦女外出，在雲南等周邊五省提供有償的技術諮詢，她們是應聘前往，平均每年每人可以收入五千元人民幣。這樣的機會歸功於村產業的成功與其聲名遠播。這是為什麼勞務輸出在大灣村不流行，例外的是早期一位往福建發展的村民成為企業家，以每年五萬元以上的薪資聘僱村民前往。

臘爾山中學的教務發展也有同樣現象，即在外來刺激之下，教務

方面出現了自我開展的積極性。臘爾山中學是特困苗族社群中的民族學校，畢業生極少再升高中，教學成績平平。2002年，臺灣喜瑪拉雅基金會捐資二萬五千元，添購英語聽講的聽說設備，並用於教師隊伍的培訓。過去英語教師最多參加縣級培訓，因為縣級以上的培訓必須付費。但是縣級培訓水準有限，提升教學效果不佳，故在臺灣援助到達之後，學校陸續送出英語教師前往州級英語教學培訓，並下大決心送了一名教師到上海接受培訓。其中一名英語教師在2003年成為校長，開始更重視教師培訓，並決定將校中最弱的英語項目當成是教學重點，從此開展了一系列的英語計畫，一改過去照本宣科的教學模式。

首先，校內開展了英語聽說的課外活動，進行英語會話比賽，學校廣播站中由幾位興趣特濃學生開辦英語節目。根據校長的觀察，英語學習風氣明顯提升轉好，教師的教學與研究能力提高，敬業心與教學方式與之前變化頗大，並能夠主動並有信心地提醒學生說，畢業之後外出打工，英語聽說能力會有極大助益。兩年的努力帶來十分顯著的成效，在個人方面，有三位老師發表關於英語教學的論文獲得省級的獎勵；全州聽說比賽有兩位學生得三等獎，全縣對話比賽有兩位分別得二等獎與三等獎，前所未有的，全國綜合聽說比賽有一位學生得到國家三等獎，這是其他科目也未曾有的成果。畢業班的英語成績從2002年排全縣十五名，到2003年排名第十三，再到2004年排第七，平均且超過六十分。喜瑪拉雅基金會提供援助時，必然不能設想這個貧困落後的民族學校，藉一小筆資金的投入，迅速激發出源源不絕的教學動能。

農村村民的理性並不受到歷史文化條件的限制，經由適當的刺激，便會產生意想不到的動能，不過這並不必然是普遍現象，因為有的村對政府由上自下的扶貧沒有反應，有反應的村裡，並非每個農戶都能同樣反應。其結果，當村民不能如同大灣村的領導那樣比對出稻米與檳柑的市場差價，就不可能對扶貧辦的宣傳有積極回應，當有的

農民因為勞力不足或分田不均而對金玉花的開發反應不同，則扶貧政策只能扶一部分人，而不能如大灣村那樣形成平均財富。面對種種問題，原本看似居於主動地位的扶貧幹部，可能反而被動起來，在他們對扶貧政策的評估中，除了結論時象徵地重述整體依然貧困外，總是細數扶貧的成果，一位退休的永順縣扶貧幹部批評扶貧辦是錯把政策當成果，說他們看不到的是，分配不均或國家投入比例不符貧困程度的失策。其實實際上是，凡能與領導周旋的，總是分到的更多。的確，扶貧辦面對這種批評的反省則是，扶貧政策最大的瓶頸是國家投入仍然不足，故似乎無關於執行的事。

相對於此，原來居於被動地位的農民群眾，其中有能力掌握機運的不在少數。一位退休的鳳凰縣幹部就認為，領導者的素質是關鍵，農民領導除了找上級要錢之外，一定要有意願與能力組織村民。科絨村村民是聚居，較好組織，但大灣村就必須靠村主任的主動協調發動。永順縣的扶貧不易，據稱是受到當地村長組織能力不彰的影響。如此，貧困農民是否具備理性，能否提升市場競爭意識，成為個別農民自身要負若干責任的問題，不能全部歸因於某種外在的動機結構，不論此一結構是以逐利或公平正義為導向。

肆、結論

如果經濟理性乃是由外而內引入，且必須藉由不斷實踐參與才能習得的文化態度，則學習者必然有某種在學習之前已經具備的文化視野，足以容許自己用某種經濟理性之外的角度，賦予經濟理性某種意義，也就是農民其實具備了某種面對經濟理性論述回嘴的能力，只是這種能力無法被經濟理性有關的論述所歸類。也就是說，農民對於扶貧政策是有意見的，儘管這個意見缺乏市場經濟容許的敘事脈絡。文化研究對於研究對象的詮釋特別重視，則農民們在學術辯論所界定的經濟理性與公平倫理之間，沒必要作出斷然的優先次序或跨越時空的普遍性行為律則。

關於農民是否理性的辯論，在各種出現於湘西扶貧的敘事中，遭到解構——問題不僅在於農民行為動機是市場效益，或是社會倫理與公平正義，而更在於農民是在既有社會倫理脈絡之中學習市場理性。國家扶貧單位怪罪農民缺乏市場理性，視此為文化落後的敘事方式，等於是把學者心目中具有普遍地位的理性，相對化成為一種貧困農民必須脫離既有脈絡，經由學習之後，才會萌生的自我意識。注意，領導人對於與自己有社會關係的村特別關照，凡事皆歸因於市場意識不彰的扶貧邏輯，扶貧政策的推動強烈依賴幹部示範的作風，扶貧開發項目必須由上而下規畫，充滿集體性與紀律要求的產銷合作組織，移民工依附於鄉親網絡，與對領導者素質的絕對強調，在在假定了農民是在某種外於市場的倫理關係中生活，使得關於農民理性的問題在實踐中有些不相干。

另一方面，合作產銷組織充滿對內紀律性的集體作風；相當一部分農民不顧可能風險進行投資的積極性；進入市場之後唯利是從的集體或個人逐利行為；其他那些規避風險，故而不願意在沒有國家或集體保障之下，就撤銷糧田，改成經濟作物的貧困村民；積極投入英語教學的培訓教師；隨時準備更新並不斷嘗試不同嫁接的老村長；四出就業的移民工等等；又都是具體地以利潤為目標的當事人，因此所謂農民最終是在追求完美倫理關係中某種公平秩序，則又失焦。理性與社會倫理關係的徹底分離，是農民理性與否這個問題所製造出來的印象，文化研究者從當地人的貧困敘事中發現，理性與倫理之間的關係，是受到當地人在特定情境中的判斷所影響，而此一判斷的動機是不可固定的，不斷有修正可能的，也不能事先設定好的。

（收件：2005年4月11日，修正：2005年7月11日，採用：2006年1月2日）

參考文獻

中文部分

專書

中國（海南）改革發展研究院「反貧困研究」課題組，1998。《中國反貧困治理結構》。北京：中國經濟出版社。

彭伯銘，1997。《山區經濟思辨》。北京：氣象出版社。

譯著

Scott, James C. 著，程立顯、劉建等合譯，2001。《農民的道義經濟學 東南亞的反叛與生存》(*The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*)。南京：譯林。

專書論文

郝克明，1998。〈序〉，張力主編，《面對貧困：中國貧困地區教育發展的背景・現狀・對策》。南寧：廣西教育出版社。頁 2。

期刊論文

方孝謙，2002/7-8。〈蘇南溫州產權模式中重要變項：以 Susan Whiting 的近著為討論中心〉，《中國大陸研究》，第 45 卷第 4 期，頁 1-13。

英文部分

專書

Little, Daniel, 1989. *Understanding Peasant China: Case Studies in the Philosophy of Social Science*. New Haven: Yale University Press.

專書論文

- Chou, Tang, 1983. "Back from the Brink of Revolutionary-'Feudal' Totalitarianism," in D. Mozingo & V. Nee, eds., *State and Society in Contemporary China*. Ithaca: Cornell University Press. pp. 53-88.
- Oi, Jean, 1994. "Rational Choice and Attainment of Wealth and Power in the Countryside," in D. Goodman & B. Hooper, eds., *China's Quiet Revolution: New Interactions between State and Society*. New York: St. Martin. pp. 64-79.

期刊論文

- Nee, Victor, 1989. "A Theory of Market Transition: From Redistribution to Markets in State Socialism," *American Sociological Review*, Vol. 5, No. 54, pp. 663-681.
- Shih, Chih-yu, 1999. "New-institutionalism in China Studies: Reflection on Literature with a Special Attention to the English Work by Chinese Writers," *The Journal of Post-Communist and Transition Studies*, Vol. 2, No. 15, pp. 126-145.

Becoming Rational: Poverty Narratives in Western Hunan

Chih-yu Shih

(Professor, Department of Political Science,
National Taiwan University)

Abstract

The debate concerning the rational vs. the moral peasant is not applicable to Western Hunan's poor villagers, whose social experiences produce a different kind knowledge about the market competition. Peasants in this paper do not directly respond to either market opportunities or social justice however defined. For peasants, market is an imported knowledge, which they must learn consciously in order to appreciate its rules of operation. This gives the outsiders an impression that peasant are culturally backward. In this paper, numerous signs suggest that peasant do not simply learn market rationality. They make sense of market rationality in the context of existing social relationships, rendering the debate about the rational and the moral peasant irrelevant. This paper reports on the field interviews in ethnic Fenghuang County. It argues that peasants' market behavior is often embedded in a particular type of social relationship. Which social relationship provides the peasant with the meaning of market is contingent upon the peasant's own choice in each specific situation. No *a*

priori rule governs how the peasant makes the normative decision in the market.

Keywords: Peasantry, Poverty, Rational Peasant, Moral Peasant, Western Hunan

