

【农民问题】

阶层婚配视角下农村“天价嫁妆”的再生产

——基于福建省晋江市农村婚姻实践的分析

王黎

(武汉大学 社会学院,湖北 武汉 430072)

摘 要:在农村发生社会分化的背景下,阶层分化成为影响农民婚姻匹配的重要因素。基于晋江农村婚姻实践的调查研究表明,在阶层婚配视角下,不同阶层围绕作为优势婚配资源的上层适婚男女展开竞争,上层家庭的竞争优势使其对中下层家庭形成婚配挤压和婚配排斥,最终带来不同阶层内部婚配的模式。嫁妆作为婚姻财礼的一种形式,由男方家庭支付的彩礼和女方家庭给女儿的财产共同组成,因而成为阶层展开婚配竞争的工具。天价嫁妆是上层家庭婚配优势的集中体现。通过支付天价嫁妆,上层家庭完成婚配对象的阶层身份确认、赢得对于子代婚配选择的支配、实现姻亲之间的权力匹配,并最终实现上层内部的婚配联合与阶层地位再生产。由于不同阶层能够支付的嫁妆水平不同,农民婚配方式呈现出明显的阶层分化特点:上层家庭之间形成以“父母主导”、偏爱本地婚姻、“门当户对”为主要特点的婚姻圈;而底层家庭青年则被排斥在上层婚姻圈之外,他们倾向于通过自由恋爱来寻找婚配对象。阶层婚配视角的引入,带来嫁妆意涵的改变,嫁妆成为阶层婚配竞争的媒介。

关键词:天价嫁妆;阶层婚配;门当户对;父母包办;自由恋爱

中图分类号:C913 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2022)05-0071-10

一、关于嫁妆的既有解释

在全国多数农村天价彩礼愈演愈烈的时候,福建省晋江市农村的嫁妆也达到天价水平。晋江农村高嫁妆习俗古已有之,但在改革开放之后达到天价:20 世纪 90 年代,几十万元、数百万元规模的嫁妆在晋江农村富裕阶层逐渐普遍化;当前,晋江农村富裕阶层的嫁妆普通达到百万元、千万元规模。晋江当地流行几句俗语:“娶女当娶晋江女”“抢银行不如抢晋江新娘”。可见,天价嫁妆确实构成晋江农村独特的婚嫁实践。改革开放以来,晋江农村嫁妆规模的飙升显然不能以习俗惯性来解释,天价嫁妆如何产生,成为本研究问题意识的基本来源。

嫁妆与彩礼都属于婚姻缔结中两个家庭互换礼物的社会实践。《中华词典》里“嫁妆”意为,女子出嫁的时候,从娘家带到丈夫家去的衣被、家具和其他用品。嫁妆也被称作嫁资、陪嫁、妆奁、奁具^[1]等。嫁妆是婚姻支付的重要手段,学界有关嫁妆的研究多从婚姻交换视角推进,主要有三种理论:

第一种是婚姻象征理论,通过梳理婚姻交换中嫁妆的内容、流向、归属,明确其作为婚姻缔结完成的象征性意涵。阿诺德·范·吉纳普(Arnold van Gennep)用“通过礼仪”^[2]分析婚姻支付,认为作为婚姻支付的礼物可以作为分离的仪式。中国的学者认为,传统嫁妆中具有象征意义的要素可表达祝愿和对新娘天职的期待^[3]。以柜子为主的嫁妆盛放“女性的体己”,在婚姻

收稿日期:2021-08-08
基金项目:国家社会科学基金青年项目“新乡贤参与农村社区治理的模式和路径研究”(18CSH010)
作者简介:王黎,女,武汉大学社会学院博士生。

生活期间,嫁妆是“协商情形下的女人代理人”^[4]。

第二种是婚姻资助理论。该理论认为,年轻人通过成家获得妻子的劳动力与嫁妆等物质性支持,从而为成家立业奠定基础。在中国,嫁妆通常由新郎送给新娘家的彩礼来补贴,这一实践被描述为“间接嫁妆”^[5]。通过婚姻赠礼的过程,男方家产的一部分被转换为女方的嫁妆,因而也就成了他和妻子单独享有的财产^[6]。在婚姻资助理论下,通过“彩礼-嫁妆”的礼物流动,男方家产由父代转移到子代,嫁妆实际上是婚姻资助的媒介。

第三种是姻亲互惠理论。该理论认为,在父权以及从夫居制度下,女儿及娘家在姻亲关系中处于相对弱势地位,嫁妆便构成提升女儿及其亲属地位的一种婚姻策略。婚姻支付的持续上涨被视为一种传统的文化资源和社会资源,为娘家所沿用和拓展,并日益成为谋求姻亲秩序的重要途径^[7]。嫁妆由父母直接给到女儿,可使男方偿付和资助的单向姻亲关系转向平衡互惠的双向姻亲关系^[8]。

三种理论皆构成理解嫁妆的宝贵理论资源,不过在解释天价嫁妆方面,这些理论有局限之处:首先,婚姻象征理论强调嫁妆作为婚姻缔结的仪式性象征,认为嫁妆是地方文化规则的代表;它解释了嫁妆的文化意涵,但无法解释嫁妆为何能达到天价水平。其次,婚姻资助理论强调间接嫁妆作为彩礼流回新婚小家庭的媒介的重要性,其关注到新郎家庭内部财富的代际转移,但是忽视了当前中国很多农村地区的嫁妆是由新娘父母直接支付的现实,也无法解释为什么嫁妆能够达到天价水平。最后,姻亲互惠理论关注娘家给到女儿的直接嫁妆,并从提升女儿及其亲属在婆家地位的角度解释了嫁妆规模不断攀升的动力,不过它无法解释何种规模的嫁妆才能够建立起平衡、互惠的姻亲关系。

二、阶层婚配:一个解释视角

阎云翔^[6]指出,我们能尽力而为的一切就是尝试去描述我们在其中遭遇乡村术语的情境,理解当前中国农村的天价嫁妆实践需回归到田野经验中。本文以改革开放之后晋江农村的婚姻实践为分析材料,从农民阶层婚配实践的角度来理解天价嫁妆的再生产。

(一) 阶层婚配的实践逻辑

婚姻匹配即谁和谁结婚。阶层婚配即选择与自己所属阶层相同或者相似阶层的婚配对象的婚姻现象。在当前社会分化的背景下,阶层婚配成为不争的社会事实。张翼^[9]认为,传统婚姻安排中门当户对式的阶层内婚配模式在新中国仍然延续。徐安琪^[10]表明,在1980年代之后,受教育程度、职业、收入、住房等社会经济条件成为备受青睐的择偶指标。李煜、陆新超^[11]发现,多数婚龄青年选择与自己社会经济地位相当的异姓结婚。既有研究虽然关注到阶层婚配作为一个社会事实的存在,但是缺乏对阶层婚配实践机制的探讨。尽管与传统门当户对类似的阶层婚配现象仍然存在,但两者发生的社会背景及实践机制已经完全不同。

1. 从婚配范围来看,婚配发生场域从“通婚圈”转变为“婚姻市场”

传统门当户对是发生在通婚圈中的婚配模式,通婚圈范围通常以本村或以寨子为中心向邻村扩展^[12],是一个相对封闭、稳固的熟人圈子。但是改革开放以来,人口大规模迁移和婚姻资源跨区域流动,导致传统封闭、稳固的通婚圈边界被打破,具有开放性和流动性的全国婚姻市场形成^[13]。在婚姻市场中,青年男女冲破地域束缚的婚恋增加,婚配择偶不再局限于传统熟人圈子,婚配双方的信息具有不对称性,阶层身份如何识别成为当前阶层婚配面临的问题。

2. 从婚配标准来看,传统阶层分化转化为基于家庭收入基础上的社会分层

在门当户对的婚配模式中,传统的社会阶层构成主要择偶标准。但改革开放之后,随着农民大规模进入务工市场,农民家庭形成“半耕半工”的家计模式^[14],农民家庭的劳动力数量、劳

动力素质、职业选择、区域经济机会等极大影响农民收入,并带来新的阶层分化。在阶层分化且崇尚婚姻自主的环境中,婚姻实现跨阶层流动成为可能,导致不同阶层围绕作为优势婚配资源的上层适婚青年男女展开竞争,不同阶层的婚配能力和婚配竞争成为影响婚姻资源配置的重要因素。

3. 从婚配方式和婚配主体来看,婚配中的“父母包办”转变为“个人自主”和“家庭干预”的结合

传统时期的门当户对是一种国家制度和民俗的约束,国家颁布的婚姻制度要求门当户对^①,民间也讲究“婚嫁必论门户”,并通过“父母之命、媒妁之言”的婚配方式来形成,父母会优先为子代寻找与之匹配的阶层,阶层婚配实践表现为阶层内部的合谋。当前,《婚姻法》的颁布赋予青年男女以婚姻自主的权利,婚配中的个体主义兴起,在此基础上的浪漫爱情和自由婚恋成为可能^[15],青年择偶的随意性大大增加。由于婚配对象的选择与家庭所处的阶层地位流动和财产继承的方式高度相关,婚配择偶涉及家庭的谋划,因此,择偶不能让子代擅自做主^[16],阶层婚配成为家庭谋划与个体自主择偶共同作用的结果。

基于以上分析,我们发现传统社会的门当户对是在传统通婚模式下各阶层内部的静态匹配;而改革开放以来,随着婚配范围扩大、婚配标准多元、婚配个体主义倾向突出,阶层婚配成为不同阶层之间相互竞争的结果。处于上层的农民家庭具有婚配竞争优势,会将中层和底层排斥在上层婚配圈之外;同时中层的农民家庭对底层的也有相对优势,会将底层排斥在中层婚配圈之外;阶层间的竞争和排斥最终导致各阶层内部婚配的格局,也即现代社会中门当户对的婚配模式(表1)。

表 1 不同婚姻匹配模式的比较

婚配模式	婚配主体	婚配场域	婚配标准	婚配方式	婚配实践逻辑
门当户对	家庭	通婚圈	传统阶层	父母之命,媒妁之言	阶层联姻
阶层婚配	家庭+个体	婚姻市场	经济阶层	家庭主导,个人选择	阶层竞争与阶层排斥

(二) 婚配的阶层竞争与嫁妆的抬升

婚姻财礼通常以礼的形式来规定婚姻交换关系。关于婚姻交换和婚姻财礼关系的研究主要集中在彩礼的研究上,多从婚姻资源跨区域配置的视角来探讨当前婚姻交换关系^[17]。不过,阶层婚配视角则试图从纵向的阶层配置结构来考察婚姻交换关系。在阶层婚配视角下,婚姻资源以阶层之间的竞争型配置为主:处于上层的适婚青年男女成为各个阶层竞争的对象,为了避免家庭财产流失以及维护阶层地位,上层的农民家庭有极大的动力同上层进行婚姻匹配。因此,无论男方家庭还是女方家庭都有动力不断提高婚配竞争砝码,增加同上层匹配的可能性,并对中下层造成排斥。不同阶层之间的婚配竞争导致婚姻财礼的攀升。

婚姻财礼包括彩礼和嫁妆。本文所述嫁妆不同于彩礼之处在于,它是由男方家庭给到女方的彩礼和女方家庭给到女儿的财产共同组成,即男方家庭给到女方的彩礼,同女方家庭给到女儿的直接嫁妆,共同构成本文意义上的“嫁妆”。因此,嫁妆既能集中展现不同阶层经济实力的差别,也能呈现婚配双方家庭的阶层差别,从而成为不同阶层婚配竞争的工具。在婚配的阶层竞争中,上层家庭通过不断抬升嫁妆价格来提高婚配筹码,从而将中层和底层排挤在婚配圈之外。这种竞争主要通过几个维度表现出来:

第一是阶层区隔维度。不同阶层的家庭需要通过身份认证来决定是否与对方家庭婚配,这

① 如《唐·户婚》中明文规定:“诸与奴娶良人女为妻者,徒一年半,女家,减一年,离之。其奴自娶者,亦如之;主知情者,杖一百;因而上籍为婢者,流三千里。诸杂户不得与良人为婚,违者,杖一百。官户娶良人女者,亦如之。良人娶官户女者,加二等级。”

是阶层婚配的前提。婚配双方的阶层身份主要通过家庭消费能力来体现。处于上层的婚配双方家庭既有动力也有能力通过高额婚姻支付以确认双方阶层地位,同时将其与中层和底层区分开来,这促使嫁妆价格不断抬升。

第二是家庭内部代际关系维度。在当前婚恋自主的背景下,年轻人自主择偶与家庭谋划之间产生张力,不同阶层家庭能否实现对子代择偶的干预,是阶层婚配的基础条件。父母包办婚姻的制度瓦解之后,家庭财产继承权成为家庭制约子代婚姻的手段,上层家庭为提高对子代婚姻的干预能力,愿意给予子代更多的财产,进而带来婚姻财礼价格的抬升。

第三是婚配中姻亲关系的维度。男女双方家庭是否有资格相互匹配,这是阶层婚配的保障。外婚制和从夫居制往往将女性排斥在娘家财产继承之外^[18],导致婚配中男女姻亲关系的失衡,女性及其亲属处于相对弱势地位。女方家庭能否提升女儿及其亲属的地位,增加与上层男性家庭相匹配的概率,成为能否赢得阶层婚配竞争的重要因素。处于上层的女方家庭有极大的动力通过提高嫁妆提升女儿的婚配话语权。

第四是阶层联合的维度。婚配联合与阶层地位提升是阶层婚配竞争的动力基础。从阶层婚配的视角来看,婚姻“合两姓之好”的意味强烈。上层家庭之间进行婚配,能够扩大家庭的社会关系网络,维护其财产地位和阶层地位。此时,双方家庭给到的婚姻财礼是阶层联合的标志,体现了双方家庭的经济实力,上层家庭因此有动力提升嫁妆的价格。

综上,在阶层婚配视角下,嫁妆成为阶层婚配竞争和实现阶层婚配的工具。在婚姻象征理论、婚姻资助理论、姻亲互惠理论、阶层婚配理论这四种理论中,嫁妆具有不同意涵(表 2)。

表 2 不同理论视角下的嫁妆

解释框架	支付方	受益方	作用
婚姻象征理论	女方父母	新娘	女性和婚姻缔结象征
婚姻资助理论	男方父母	新婚小家庭	对新婚小家庭的资助
姻亲互惠理论	女方父母	新娘	提高女儿和娘家在婆家地位
阶层婚配理论	双方家庭	双方家庭	婚配中阶层竞争工具

三、晋江农村的婚姻财礼与婚配形态

晋江农村属于我国沿海发达地区农村,当地市场经济发展早,基本上每个乡镇都孕育出具有强市场竞争力的特色产业,因此就地城镇化水平很高。笔者调研所在的 C 镇以建筑陶瓷为特色产业。自 20 世纪 70 年代末以来,C 镇农民就开始到全国各地跑市场;发展至今,当地瓷砖产业生意遍布全国,市场务工和创业是农民家庭主要收入来源。伴随着劳动力禀赋和家庭资本积累的差异,当地农村形成了明显的经济分层。以 S 村为例,S 村常住人口 2963 人,人均耕地面积 0.2 亩,农民基本脱离了农业生产,从事与建材相关的行业。根据 S 村农民的家庭收入来源和收入状况,大致可以将当地农民分为六个阶层,如表 3 所示。

表 3 晋江 C 镇 S 村农民家庭收入及经济分层

家庭收入类型	家庭年收入	所占比例(%)	经济分层
做企业、开工厂	千万元及以上	5	最富裕阶层
	百万元及以上	20	富裕阶层
	几十万元	25	中上阶层
开门店	十几万元	40	中间阶层
在本地打工	十万元	5	中下阶层
打零工	五万元	5	贫穷阶层

资料来源:笔者依据在晋江 C 镇 S 村调研材料自制。

(一) 晋江农村嫁妆的阶层实践形态

阎云翔^[6]指出,对婚姻中礼物交换现象的共时性分析必须放置在一个历时性的情境之中,并且是基于对婚姻交换的地方性术语深入理解。晋江农民用“陪嫁”和“聘金”来称本文意义上的嫁妆和彩礼,这里亦借用地方术语来进行分析。

1. 陪嫁的来源与归属

与很多农村地区的嫁妆不同,晋江农村的陪嫁是由婆家给到女方的聘金和娘家给到女儿的直接嫁妆共同组成的,通过礼物流动,包含着聘金和直接嫁妆的陪嫁流到小家庭中。通常,在订婚时,婆家支付聘金给女方,到正式婚礼时,娘家人要以至少高于聘金一倍的价格返还作为陪嫁,比如婆家给 200 万元聘金,那娘家就要添 200 万元,凑足 400 万元作陪嫁。从陪嫁来源来看,对于婆家的聘金,娘家全部给到女儿。如果娘家父母侵吞了聘金,会被认为是卖女儿,会被看不起。陪嫁最终属于新婚夫妇共同财产,妻子掌握陪嫁的保管权和支配权,决定陪嫁的使用时机、用途等,丈夫想用这笔钱须征得妻子同意。晋江陪嫁由聘金和直接嫁妆共同组成,且归属于小家庭,因此陪嫁意味着婚配双方家庭的经济条件相当,天价陪嫁意味着婚配双方家庭经济条件都处于上层。

案例 1:陪嫁是给我老婆的,属于双方共同财产。前段时间我生意需要资金周转,找老婆拿钱,但没拿到。老婆说,生宝宝后会有很长时间没办法工作,那时要用到钱。陪嫁(使用的)决定权在她。(20191207)

2. 陪嫁的阶层分化与展演

晋江农村的陪嫁与传统嫁妆的不同还在于,一般来说,在均质化的地方社会中,作为婚礼习俗的嫁妆具有统一的支付标准,且主要由日常生活物品比如柜子、被子等组成。但是晋江农村陪嫁在规模上具有明显的阶层分化特征,并通过金钱化和仪式性展演出来。

从陪嫁规模来看,具有明显的阶层分化特点:贫穷阶层的家庭陪嫁通常在十万元以内;中下阶层的家庭陪嫁通常在十几万元;中间和中上阶层的家庭陪嫁多在数十万元;富裕阶层和最富裕家庭通常是百万元以上。晋江陪嫁须与家庭经济水平相匹配:如果家庭借钱置办高额嫁妆,会被看作“打肿脸充胖子”;经济条件达到一定水平却没有置办相应规模的嫁妆,也会被看不起。

从陪嫁构成来看,金钱化趋势越来越明显:20 世纪 70 年代,陪嫁以布匹、自行车、金首饰、七件桶、棉被等实物为主;20 世纪 90 年代,陪嫁以现金、房子、车子为主;当前陪嫁主要包括现金、商品房、临街店面,还有黄金首饰、金条、轿车等。陪嫁中货币和资产所占的比例大大增加,金钱化趋势凸显出当地的阶层分化情况。

此外,晋江农村陪嫁阶层分化还以仪式性展演方式表现出来。中上层农民家庭嫁娶必须举办隆重的婚礼仪式,婚礼仪式上会有一个巨大的牌匾,陪嫁明细被尽可能详尽地写在上面。该牌匾和抬陪嫁牌匾的队伍极具炫耀性,将富裕阶层的经济实力展演出来。

(二) 晋江农村婚配的阶层分化形态

晋江农村嫁妆分化既是农民家庭阶层分化的标志,也是农民婚配方式分化的标志。

1. 父母包办抑或自由恋爱: 晋江农村婚配的两种方式

晋江农村存在两种不同的婚配方式:一种是由父母主导的相亲结婚,即通过职业媒人^①等介绍而认识异性,并在父母做主之下缔结婚姻,其典型特征是由父母做主,多为本地婚姻^②(不排

① 晋江的职业媒人以做媒为主要收入来源。按近几年标准,媒人介绍首次见面,男方要支付一两百元的电话费,做媒成功就按嫁妆或聘礼的比例收取“中介费”,少则一万元,多则上十万元,因此当地有“媒人开张一次吃三年”的说法。当地每个行政村都有两三个职业媒人,年龄大约为四十至六十岁,他们掌握着本村及附近地区几乎所有适婚男女的信息。

② 在晋江农村,本地婚姻和外地婚姻的区分以晋江市辖区范围为界。与晋江市辖区范围内的对象进行匹配的婚姻是本地婚姻。与晋江市辖区范围之外的对象进行匹配的婚姻是外地婚姻。

除有父母做主的外地婚姻,但这种案例我们在当地鲜见)。另一种方式是年轻人的自主婚恋,即年轻人通过自由恋爱缔结婚姻,父母并不干预,这种情况既有本地婚姻,也有外地婚姻。

晋江农村属于经济发达地区,在20世纪90年代就有大量外来人口涌入,传统封闭的通婚圈边界被打破,年轻人跨地区的自由恋爱成为可能。不过调研发现,自由恋爱并不构成当地青年人择偶的主流方式。相反,父母和“职业媒人”介绍的门当户对的本地婚姻才是主流婚配形态。在婚配偏好上,当地普遍认为本地婚姻优于外地婚姻;在数量上,本地婚姻案例相对于外地婚姻案例占优势;据当地职业媒人估计,近两年的结婚案例中,本地婚姻占70%至80%,外地婚姻只占20%至30%。

“父母主意”是晋江农村青年婚配的主要特征。父母往往通过亲属关系网络和职业媒人给子女寻找婚配对象。父母做主的婚配对象主要有两个标准:一是看双方家庭是不是门当户对,主要看经济条件是否匹配;二是看对方是不是本地人,父母尤为偏爱本地婚姻。对于父母来说,年轻男女有没有爱情并不是主要考量因素,家庭条件是否匹配才是主要因素,只要匹配到门当户对的结婚对象,就要尽快结婚。在父母主导的婚配模式中,结婚要“看家长的意思”:结婚对象及结婚方式须按父母的意见来,否则父母就会阻止,甚至不同意办婚礼。父子两代在子代的择偶标准上存在明显差异,晋江年轻人个体择偶是看性格、缘分、感觉,但父母对于子代择偶的标准是以家庭条件为主。围绕子代婚配权,代际存在明显博弈。

案例2:HZQ,男,父母都做生意,家庭经济条件处于中上层。婚姻大事上都是父母做主,我妹妹也是(父母)帮忙做主的,要找家庭经济方面对等的,要门当户对。如果自己谈可能就不是门当户对,父母就会阻止。(20191207)

2. 晋江农村婚配方式的阶层分化

与中西部普通农业型村庄不同,晋江农村作为经济发达地区,是人口流入地,因此不存在由性别资源稀缺导致的婚配难问题。晋江农民婚配的主导逻辑是阶层竞争的逻辑。目前,晋江农村出现父母主导和年轻人自主恋爱两种婚配方式共存现象,实际是婚配方式阶层分化的表现。一般来说,由父母做主、职业媒人介绍的“父母包办式”婚姻,往往是能够支付得起高额嫁妆的婚姻,这种家庭经济通常处于中上层。父母做主是为了给子女寻找门当户对、知根知底的婚配对象。在晋江农村,职业媒人基本上掌握了地方上所有适婚男女的信息。经过职业媒人的筛选,匹配到门当户对的概率比较高,因此富裕家庭婚配非常依赖职业媒人的介绍。

而那些子女自主恋爱的婚姻,通常只需支付少量嫁妆或不支付嫁妆,大多发生在中下层或底层家庭。由于经济条件的限制而被排斥在上层的婚配竞争圈外,他们通常很难匹配到上层的婚配对象,只能与同为底层的家庭进行婚配。不过,在晋江农村开放的婚姻市场和充沛的婚姻资源条件下,底层家庭如果不愿接受同为底层的婚配对象,还可以通过自由恋爱寻找合适婚配对象。他们并非像上层一样讲究本地门当户对,因此对职业媒人的依赖程度相对较低。

案例3:CXL,当地职业媒人。自由恋爱的都是比较穷的家庭,他们有的比富人讨老婆还要快,只要人长得帅、嘴会说、会哄;富裕家庭都要媒人、亲友介绍,他们要找门当户对、知根知底的,主要看家庭条件,人品、相貌也要配,媒人介绍成功的机会大。(20191216)

以上分析表明,晋江农村婚配方式上的阶层分化与农民家庭的嫁妆支付能力的阶层分化相一致。一般来说,农民家庭的经济实力直接由嫁妆支付能力反映出来,婚配双方如果经济差距过大,嫁妆支付能力就高度不对等,婚配几乎不可能。

案例4:这边结婚……有钱人家(陪嫁)几十斤黄金,普通人家(陪嫁)三两半两黄金,普通人家高攀不起(有钱人家)。(20191207)

四、婚配的阶层排斥、阶层分化与天价嫁妆再生产

依前文所述,阶层婚配视角下,阶层之间的婚配竞争是天价嫁妆生成的关键。在婚配的阶层竞争中,上层掌握主动权,为了实现同上层的婚姻匹配,上层农民家庭通过阶层地位展演、代际支配、提升女性地位等方式实现与上层的婚配,并通过上层之间的姻亲联合来巩固财产地位以及阶层地位。通过支付天价嫁妆,上层在婚配竞争中占据优势,并对中层和底层造成婚配挤压。婚配的阶层竞争通过几个具体机制来实现。

(一) 婚配中的阶层身份确认

从阶层婚配视角来看,以婚姻支付和婚礼仪式为主的婚姻消费是各阶层之间展开婚配竞争的重要方式。婚姻消费带来的阶层区隔导致上层对底层的婚配排斥,最终形成阶层内婚配模式:富裕阶层用天价婚姻支付和隆重婚礼仪式展示其经济实力,完成了联姻阶层的地位确认。中间阶层为了尽可能地与中上层婚配,也会支付尽可能多的婚姻消费,但相对富裕阶层,他只能与中间阶层进行婚配;而贫穷阶层在同中上层的婚配竞争中处于劣势,他们要么在本地贫穷阶层内部完成婚姻匹配,要么跳出本地阶层婚配圈子,寻求外地相对优势的婚配资源。

在阶层之间的婚配竞争中,嫁妆作为婚姻消费将不同的阶层地位清楚地展示出来。就晋江的嫁妆来看,婆家出的份额与娘家出的份额不相上下,意味着娘家与婆家的经济实力相当。不同规模的嫁妆分别代表着不同阶层的经济实力,天价嫁妆是富裕阶层的娘家和婆家共同用财富造就的“金钱嫁衣”,它通过隆重的婚礼仪式和夸张的嫁妆牌匾进行展示,最终形塑上层符号,并与中层和底层明确地区分开来,构成不同阶层双方家庭进行匹配的前提。

(二) 婚配中的代际博弈

在阶层婚配视角下,由于阶层实践的主体是家庭或家族而不是个体,年轻人择偶带有很强的家长干预特点。在现代婚姻制度中,父母包办的合法性被瓦解,父代于是通过家庭财产的分配与继承约束子代的婚配择偶。财产传递过程中的一个重要步骤发生在结婚的时候,男女双方父母都要以聘礼和嫁妆的名义,供给新婚夫妇一项属于个人的礼物^[19]。在子女结婚时,父母会为其准备嫁妆和彩礼,并在婚礼仪式上转交给新婚小家庭,父代的部分财产就被新婚夫妇所继承。在晋江,婚姻财礼以嫁妆为主,嫁妆是由男方和女方的父代各出一半,并在婚礼过程中转交给子代。不过,父代的慷慨建立在子代听话的基础上,即子代要按照父母意愿选择门当户对的婚配对象。子代具有追求自主婚姻的权利,但如果他未经父母同意而缔结婚姻,就会付出代价。比如父母不同意举办婚礼,没有婚礼就没有嫁妆传递的过程,也就无法继承父代财产。可以说,以嫁妆为主的婚姻财礼是父子两代围绕子代婚配权博弈的工具。

案例 5:“我表哥在外做生意,找的四川的(老婆)。……表哥不听父母的话,自己找的对象。他的老婆很孝顺,会做生意,(对他)很上心,但他的父母不同意,所以没办婚礼。”(20191207)

嫁妆规模的大小决定了代际博弈的结果。当年轻子代成家立业皆依赖父代支持时,若父代给的婚姻财礼越高,对子代就越有吸引力,子代就越倾向于在婚配上听从父母安排。然而在现实中,一些年轻子代既无法摆脱父代支持,又不愿遵从父母的意见,只能在僵持中拖成大龄未婚青年。

案例 6:CCZ,1985 年生,未婚男青年,其家族经营大型陶瓷厂和建材交易市场,属于村庄最富裕阶层。“我周边的朋友从 25 岁开始相亲,正常的话二十六七岁就能结婚。我从 29 岁开始相亲,一年相 30 多个,现在我不愿去了。我父母主要看家庭条件和人品,家庭条件好我反而不喜欢。我喜欢性格相同的,顺眼的,两个人要聊得来。现在相亲没有合适的,感觉不顺眼,没心动的感觉。”(20191212)

可见,在包办婚姻制度瓦解之后,父代通过财产继承来干预子代婚姻,要求子女选择门当户对的婚配对象,但这种父代支配的婚姻大多发生在中上层家庭,因为只有中上阶层家庭的父代才能给到足够多的财产以制约子代。而底层家庭父代由于拿不出足够多的财礼,在婚配权博弈中处于弱势地位,因此他们缺乏干预子女婚配的手段。

(三) 婚配中的姻亲权力匹配

布迪厄^[20]认为,婚姻支付构成一种婚姻策略,家庭权力及其斗争取决于原来家庭物质、象征资本和嫁妆的总和。嫁妆作为娘家财富的象征,有助于维持或提升新娘及其娘家的地位。为了实现阶层匹配中的姻亲权力对等,原来处于相对弱势地位的女方家庭通过给高额嫁妆提高地位。晋江嫁妆有一半或更多来自女方家庭,其保管权和使用权归女儿,对女儿来说,嫁妆的主要功能包括:一是给女儿在婆家生活提供物质保障;二是表现娘家对女儿的重视;三是在妯娌之间的较量中增加女儿的底气。对于男方来说,他们也期待女方带来高额嫁妆,这意味着结交了富裕阶层的亲家,对于男方家庭提高社会声誉或增加资产大有裨益。因此,在面对上层男性时,女方家庭越是能够给到高额嫁妆,越能提升婚配话语权。

案例7:女方带嫁妆过去,男方才有名声。没有嫁妆,男方也会被看不起,女的过去,婆婆也不会对她多好。我妹妹当时嫁过去就没有嫁妆,她公婆就看不起她。妹妹和妹夫吵架,妹夫也总是骂“你没带嫁妆过来”。嫁妆多的,婆家会对她好的。现在妹妹赚到很多钱,她婆家再不敢说她了。(20191216)

添加的财物如果抵不上聘礼,那就是丢脸的事,女儿在婆家的地位将是尴尬的^[19]。因此,在与上层男性匹配时,女方会尽可能增加嫁妆。不过,中下阶层农民家庭没有足够的经济条件,很难与上层匹配,有些家庭条件处于底层、但个人条件优越的年轻人,既不愿同本地底层婚配,也不愿高攀上层,因此退出本地阶层婚配竞争,通过自由恋爱寻求合适婚配对象。

案例8:XYL,家庭年收入属于村庄中下层。“我女儿个人条件好,肯定想找个好的,但本地如果没有上百万的陪嫁就不行。我们自家(经济)条件普通,我不想让女儿找本地的,不想她嫁过去受委屈。现在女儿谈了个外地男朋友,研究生学历,以后在厦门买房定居。我们不要彩礼,也不用给陪嫁。”(20191206)

(四) 婚配中的上层联合与阶层地位再生产

在阶层婚配视角下,婚姻缔结是农民家庭实现阶层地位跃升或者巩固上层地位的途径之一。在阶层婚配模式中,嫁妆的规模代表着婚配双方家庭的经济社会地位,标志着同阶层家庭之间的联合。这是通过农民家庭资本转化实现的:嫁妆本身是农民家庭经济资本转化的媒介,通过婚礼仪式和婚姻支付,两个家庭最终建立起姻亲关系,家庭的经济资产转化为社会资本,姻亲关系网络作为社会资本又进一步转化为经济资本的潜能。

就晋江的经验来看,当地农民家庭的市场经营能力极为依赖社会关系网络的拓展:一方面,当地民营企业发展是以合伙制^①为路径,通过合伙降低入行门槛,减少投资风险,拓宽市场信息渠道,增加创业成功概率;另一方面,晋江人通过本地社会关系组成的“行业圈”^②进入市场,依托这个圈子,当地人能够轻松积累行业的门路和人脉资源等。可以说,通过拓展社会资本,晋江农民能在短时间内获得市场开拓能力,实现家庭经济资本扩张。姻亲关系是一种重要的社会资本,一旦缔结起姻亲关系就相当于双方共享社会关系资源,尤其是富裕阶层内部的结亲更具有强强联合的性质。

案例9:本地人圈里都是做生意的,在这个行业圈里做事很容易,需要这个产品,在

① 合伙制是指晋江民营企业通常是在宗族、姻亲、朋友等社会关系基础上的合伙经营。参见武汉大学中国乡村治理研究中心编写《2019年晋江农村调研报告》(内部资料)。

② “行业圈”是晋江当地农民语,是对行业中的本地社会关系的形态及功能的描述。

圈里问下,总有人知道。本地资源很重要,靠本地关系,做生意不绕弯路,了解一下市场,就很快上手。(20191212)

不同阶层的市场经营能力强弱不同,富裕阶层内的姻亲关系转化为经济资本的可能性更高,因此他们更倾向于在内部实现婚配。而中层的市场经营能力不如上层,但是又强于底层,他们倾向于在本阶层内婚配。底层只能在本地同底层进行婚配。基于此,阶层婚配成为阶层再生产的途径,嫁妆成为阶层内匹配的标志。对于富裕阶层家庭来说,天价嫁妆是富裕家庭阶层联合和阶层地位再生产的表现,通过天价嫁妆,富裕阶层的经济资本转化为姻亲关系,上层地位得以巩固。

五、结论与讨论

在农村发生社会分化的背景下,农村婚配遵循阶层竞争的逻辑,上层适婚青年男女成为不同阶层竞争的优势婚配对象。由于各阶层婚配竞争的能力不同,因此造成上层对中层、底层,中层对底层的婚配排斥,农村婚配不可避免地走向阶层内婚配的模式。本研究突破既有的嫁妆研究视角,引入阶层婚配视角来解释嫁妆的再生产机制,认为当前嫁妆的功能意涵发生改变,嫁妆成为不同阶层之间展开婚配竞争、实现婚姻阶层匹配的工具。研究发现,嫁妆主要通过以下几个机制来实现阶层婚姻的竞争:首先,嫁妆是阶层身份确认和区分的方式;其次,嫁妆是父代和子代围绕子代婚配进行博弈的手段;然后,嫁妆是提升女儿及其亲属地位、增加与同阶层男性婚配资格的筹码;最后,嫁妆作为一种经济资本,其规模大小直接影响到能否与上层进行联姻,从而实现阶层地位再生产。越是上层家庭,越有动力抬升嫁妆价格,以赢得婚姻竞争、实现上层内部婚姻匹配,他们通过支付天价嫁妆赢得婚配竞争的主导权,并且成为主导婚配规则的一方,一个以父母主导、本地婚姻和门当户对为特点的婚配圈形成。而对于底层家庭来说,由于不具备优势的竞争条件,他们被甩出上层的婚配圈,要么同本地底层进行婚配,要么去开放婚姻市场中寻求其他婚配对象。在此意义上,天价嫁妆可谓改革开放之后富起来的“豪门”之间进行联姻的媒介。

需要进一步讨论的是,以天价嫁妆为主要特征的金钱婚俗并非个体行为,而是具有普遍性的社会行为,并带来诸多不良社会影响:一是这种婚俗强化了父代主导的婚配择偶观念,强调传统门第观念和相亲介绍,有悖于崇尚青年自由恋爱的现代择偶观念和择偶实践,不利于现代文明婚恋风气的构建;二是这种婚俗中的炫耀性消费和金钱竞争,给那些处于竞争劣势的中下层家庭带来焦虑和负担,那些在当地婚配竞争中失败的家庭,被排斥在当地“主流”价值之外,不利于农民美好生活的实现;三是这种婚俗加剧了婚姻关系中的不平等,夫妻关系和家庭关系都向“钱”看,嫁妆多、出钱多的一方在婚姻关系中占据优势,而嫁妆少、出钱少的一方就在家庭关系中没有话语权,这消解了婚姻中道德和情感的重要性,扭曲了婚姻幸福的观念。此外,这种金钱婚俗经过媒体博人眼球的渲染,带来部分青年群体对于畸形婚姻观念的盲目追随,一些年轻人甚至产生通过婚姻获取财富的偏颇思想,不利于青年通过奋斗来获取幸福的正能量氛围的形成。

因此,有必要对当前的金钱婚俗展开治理:一是国家政策方面要继续开展移风易俗、天价婚姻财礼整治的工作,为农民建设美好生活提供政策上的支持和指引;第二,地方政府需要积极响应国家政策号召,在开展移风易俗、整治天价婚姻财礼方面,积极创新社会治理机制,采取有效的措施,及时刹住婚姻消费竞争风;第三,农民家庭和青年个人应当自觉摒弃陋习,抵制金钱婚俗对于个体思想的侵扰,主动追求以和谐情感和家庭责任感为基础的婚姻生活;第四,社会媒体应当加强社会责任感,以对现代主流婚恋观念的宣传为主,凝聚积极正向的社会共识。

参考文献:

- [1] 毛立平.清代的嫁妆[J].清史研究,2006(1):90-95.
- [2] Gennep amold van. The Rites of Passage[M]. London:Routledge and Kegan Paul,1960:116-145.
- [3] 姚欣荣.当代中国妇女嫁妆的变迁[J].妇女研究论丛,1992(2):51-55.
- [4] 刁统菊.嫁妆来源及象征的多样性分析[J].广西民族研究,2007(1):61-68.
- [5] Goody Jack. Bridewealth and Dowry in Africa and Eurasia[M]//Jack Goody, Stanley Tambiah, eds. Bridewealth and Dowry. Cambridge: Cambridge University Press,1973:1-58.
- [6] 阎云翔.礼物的流动:一个中国村庄中的互惠原则与社会网络[M].上海:上海人民出版社,2000:173.
- [7] 吉国秀.婚姻支付变迁与姻亲秩序谋划——辽东Q镇的个案研究[J].社会学研究,2007(1):114-136.
- [8] 熊风水,慕良泽.婚姻偿付·婚姻资助·姻亲互惠——对农村婚姻支付实践的尝试性解读[J].新疆社会科学,2009(1):101-105.
- [9] 张翼.中国阶层内婚制的延续[J].中国人口科学,2003(4):39-47.
- [10] 徐安琪.择偶标准:五十年变迁及其原因分析[J].社会学研究,2000(6):18-30.
- [11] 李煜,陆新超.择偶配对的同质性与变迁——自致性与先赋性的匹配[J].青年研究,2008(6):27-33.
- [12] 王跃生.1930—1990:华北农村婚姻家庭变动研究[D].北京:中国社会科学院研究生院,2002:46-62.
- [13] 桂华,余练.婚姻市场要价:理解农村婚姻交换现象的一个框架[J].青年研究,2010(3):24-36.
- [14] 夏柱智,贺雪峰.半工半耕与中国渐进城镇化模式[J].中国社会科学,2017(12):117-137.
- [15] 何倩倩.从“婚配”到“婚恋”:婚姻模式变迁与农村光棍形成——基于关中L村的实地调查[J].华中农业大学学报(社会科学版),2019(1):130-136.
- [16] Goode W J. The Theoretical Importance of Love[J]. American Sociological Review,1959,24(1):38-47.
- [17] 李永萍.北方农村高额彩礼的动力机制——基于“婚姻市场”的实践分析[J].青年研究,2018(2):24-34.
- [18] 邱幼云.社会性别视角下的高嫁妆现象:基于闽南C镇的实证研究[J].中国青年研究,2015(5):71-75.
- [19] 费孝通.江村经济[M].戴可景,译.北京:北京大学出版社,2012:59,41.
- [20] 布迪厄.实践感[M].蒋梓骅,译.南京:译林出版社,2003:247-249.

(责任编辑:李凌)

The Reproduction of Rural “High-priced Dowry” on the Perspective of Class Competition in Marriage: The Analysis Based on the Marriage Practice in Jinjiang City, Fujian Province

WANG Li

Abstract: In the context of the differentiation of rural society, intra-class marriage has become the main marriage pattern for farmers. Different from traditional marriage matching system, the current practice of intra-class marriages occurs in the open marriage market, and family economic stratification is the main standard of marriage matching. From the perspective of intra-class marriages, different classes compete around the upper-class marriageable children who are superior marriage resources, and the dowry has become a tool for class marriage competition. The size of the dowry is a way for the main body of marriage to distinguish class status, control the offspring marriage, enhance the marriage status of daughters and her relatives, and realize marriage union and class status reproduction. Due to the different levels of dowry that can be paid by different classes, the peasants' marriage choices show obvious stratification characteristics: a marriage circle of the middle and upper-class that is characterized by “intra-class marriages”, preference for native and “parental arrangements” has been formed and the families at the bottom are excluded and they tend to find a match through free love. The introduction of the perspective of class marriage has changed the meaning of dowry, and dowry has become the medium of class marriage competition.

Keywords: Sky-high Dowry; Class Marriages; Family Pairs; Parents Arranged; Free Love