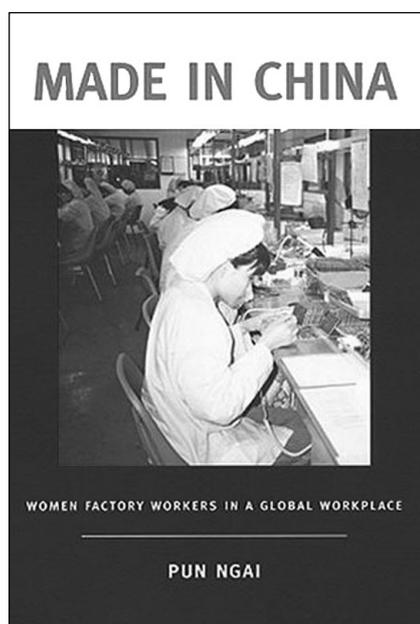
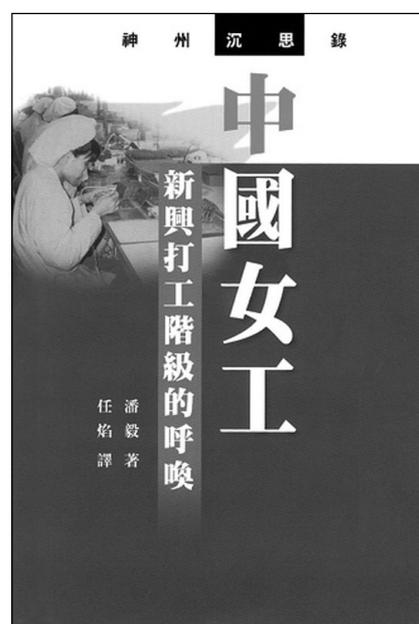


# 中國打工妹主體性的多元建構

• 余曉敏



Pun Ngai, *Made in China: Women Factory Workers in a Global Workplace* (London: Duke University; Hong Kong: Hong Kong University Press, 2005); 潘毅著，任焯譯：《中國女工——新興打工階級的呼喚》（香港：明報出版社有限公司，2007）。



究領域的重要性。由於重新平衡了結構 (structure) 與行動 (agency) 的關係，在強調工人主體性的眾多研究中，工人的利益、意識、抗爭與合作、勞資關係都不再是單一經濟維度的，而可能具備經濟、政治、社會、文化及意識形態等方面的多種特質；也不再僅僅取決於宏觀性、結構性、集體性的因素，而是更多地形成於日常性、行動性、個體性的社會互動過程。現有勞動過程理論中的主體性研究基本分為以下三種範式：(1)「正統」學派，試圖恢復馬克思的經濟決定論；(2)「解構主義」，主張徹底拋棄「結構—行

1970年代末，勞動過程理論家們逐步建構了主體性在勞工研究領域的重要性。在有關研究中，工人的利益、意識、抗爭與合作、勞資關係開始具備經濟、政治、社會、文化及意識形態等方面的多種特質。

## 一 導言

從1970年代末期開始，勞動過程理論家們開始對傳統馬克思主義及結構主義的研究範式進行批判<sup>①</sup>，逐步建構了主體性在勞工研

動」的二元分析；(3)「混合式」立場，兼容並蓄馬克思主義的傳統和當代其他學派，如女性主義、後結構主義<sup>②</sup>。

潘毅教授的*Made in China: Women Factory Workers in a Global Workplace* (下引註明英文版及頁碼) 一書，代表了經濟全球化時代工人主體性研究的最新成就。此書獲得了美國社會問題研究學會 (Society for the Study of Social Problems) 2005年度的米爾斯獎 (C. Wright Mills Award)，之後被譯成中文在香港出版，即《中國女工——新興打工階級的呼喚》(以下簡稱《中國女工》，下引註明中文版及頁碼)。該書立足於一種「混合式」的研究範式，既具備馬克思主義階級分析的批判立場，又博採後結構主義、女性主義、文化研究、話語分析等理論流派之所長，促進了勞動過程理論對於工人主體性的認識。

作者在1995至1996年通過對深圳一家電子廠的女工長達半年的人類學研究，生動呈現出中國轉型時期特有的無產階級——「打工妹」之主體性的形成過程與抗爭方式。與以往的中國「打工妹」主體性研究相比，該著作具有更為廣闊的理論背景和分析框架，不僅將打工妹的身份認同和反抗行為理解為生產領域中階級關係的產物，而且揭示了其與「社會和文化話語、消費關係、社會網絡、家庭關係、性別比喻、社會抗爭」(英文版，頁13)等非生產性領域中社會關係和社會過程的密切聯繫。

圍繞「打工妹」的主體性形成，全書可以分為三個組成部分。在開篇的「導言」部分，作者清晰地勾勒

出三種可能影響打工妹的身份認同和抗爭行為的結構性力量：(1) 全球資本主義的生產體系(資本的流動性、女性的無產階級化等)；(2) 國家社會主義的制度干預(城鄉分割的戶籍制度、「階級失語症」等)；(3) 家族式的父權制(對於農村女性的教育、工作與婚姻自由的束縛)。第一章以深圳一個工業村的演變過程為縮影，討論全球資本主義的市場力量和國家干預是如何聯手將中國進城務工的農民工打造成為「新工人階級」。第二章探討巨大的城鄉差異及父權制的束縛如何製造出一種強烈的「社會欲望」，驅使着年輕的農村女性離開家鄉，成為「甘願」出賣勞動力的打工者。

作為全書的中心部分，第三至第五章集中討論了「打工妹」這一社會身份認同是如何在資本、國家、父權制的「三重壓迫」下誕生。潘毅在書中寫道：

身份認同的建構意味着對隱喻藝術、語言力量以及他者化與差異化政治技巧的運用……〔不僅〕包含了對於地域、血緣、族群關係的想像和利用……〔而且是一個通過〕日常語言、地方性實踐、社會話語、制度化的規範來實現的性別化過程。(英文版，頁21)

在全書最後的第六和第七章，作者憑藉其超常的理論造詣，將「打工妹」的身體疼痛、尖叫、夢魘構建成一種極具政治意義的「抗爭的次文體」(minor genre of resistance)。潘毅寫道：

〔打工妹〕疼痛的身體不是失敗的身體，而是抗爭的身體……尖叫和夢

《中國女工》立足於一種「混合式」的研究範式，既具備馬克思主義階級分析的批判立場，又博採後結構主義、女性主義、文化研究、話語分析等理論流派之所長，促進了勞動過程理論對於工人主體性的認識。

魔也是對於自由的追求……她們的社會性抗爭不僅僅是傳統意義上的工人階級的反抗，同時也是面對政府、資本和父權制，爭取工人的自由、尊嚴與女權的鬥爭，從而具有社會衝突和文化建構的意義……而這種抗爭最終可能孕育出一場「寂靜的自下而上的社會革命」(a silent “social revolution” from below)。(英文版，頁22、19、21)

## 二 生產與消費：中國「打工妹」主體性的多元建構

中國市場轉型時期及全球化進程中，工人主體性的問題已經引起了學界的一些關注。學者們從不同角度分析了中國工人主體性是如何在階級、性別、地緣、族群、文化等不同維度上得以建構<sup>③</sup>。其中，農民工的身份認同、階層意識問題成為研究的熱點<sup>④</sup>。然而，只有為數不多的研究開始關注消費革命這一巨大社會變遷對於農民工主體性的影響，儘管農民工消費模式的變化已經引發了一些描述性的研究<sup>⑤</sup>。

《中國女工》在一定程度上填補了這一空白。作者討論了打工妹的社會身份認同是如何在生產和消費兩個領域得以建構的，她們又是如何在生產與消費的交互關係中認知自我、改變自我。

### (一)「打工妹」的生產主體性

隨着年輕的農村女性進入一系列特定的生產關係，當她們經歷

無產階級化和異化過程的時候，一套新的自我道德規範被逐步內化，於是「打工妹」這一身份認同被建構出來。這種新的身份認同是為了適應社會和經濟關係的改革，以及資本的需求而被創造出來的。從「打工妹」這個濃縮的身份中，我們可以看到國家社會主義制度是如何讓位於全球資本主義經濟，而資本主義的實踐又是如何徹底依賴一個複雜的管制網絡，以及階級、城鄉差異、血緣和族群網絡與性別關係(中文版，頁171-72)。簡而言之，「打工妹」在生產領域的身份認同建構是在階級關係、城鄉差別和性別差異等多個維度上同時進行的。

首先，與以往國家社會主義體制下的工人階級不同，「打工」意味着「為老闆工作」，意味着以勞動換取工資的資本主義商品交換關係<sup>⑥</sup>。然而，農民工往往在洞悉其「打工」階級內涵的同時，工人階級的身份認同在她(他)們的意識和話語中並沒有得到顯著的表現。調查數據顯示，多數農民工仍然認為自己是「農民」，而不是「工人」<sup>⑦</sup>。何以如此？這與中國長久以來存在的城鄉二元分割社會結構有着密切的聯繫。潘毅基於對深圳出口加工區打工妹的人類學研究發現，戶籍制度的存在有助於勞動控制機制的產生，而戶籍制度下的「農民工」社會身份模糊了農民身份認同與工人身份認同之間的界限，從而抑制了這個打工階級的形成。

不僅如此，資本同時利用「農民」——社會主流話語認為是「卑微」、「下等」的社會身份，加劇並

從「打工妹」這個濃縮的身份中，可以看到國家社會主義制度是如何讓位於全球資本主義經濟，而資本主義的實踐又是如何徹底依賴一個複雜的管制網絡，以及階級、城鄉差異、血緣和族群網絡與性別關係。

合理化對打工妹的規訓與剝削。潘毅在深圳工廠的研究發現：

在車間裏，我每天都能聽到很多針對工人〔打工妹〕的充滿歧視的話語。……例如……「鄉下妹就是鄉下妹，粗手粗腳！」或者「鄉下妹根本沒法教，又蠢又笨！」……這些日常對話中所暗含的喻意是，身體與空間形成了強烈對比：不合時宜的鄉下妹蹩腳地生存在現代工業的世界中。一方面是缺乏教養、笨手笨腳、不講文明、土裏土氣的農村女性，她們的勞動力是廉價的；另一方面則是工廠的現代技術，其產品出口到國際市場，是值錢的。  
(中文版，頁183-84)

與此同時，「打工妹」的主體性具有明確的性別內涵。「妹」意味着單身、未婚的年輕女孩兒，「打工妹」則代表了一種嵌入資本主義勞動關係與性別關係中的「次等勞動身份認同」，這種身份的建構與中國農村社會的父權制文化傳統和資本主義的現代性別觀念有着密切的聯繫(中文版，頁173)。年輕的農村女孩進城打工的主要動機之一，就是對父權制家庭生活的背叛，轉而追求資本主義現代女性的身份價值——工作、身體、愛情、婚姻上的自由和獨立。然而，當經歷了資本主義勞動關係中工廠訓誡權力的殘酷之後，當工廠勞動令打工妹感到厭倦、疲憊和煎熬的時候，她們就渴望結婚、渴望回家(中文版，頁213)。打工，或者資本主義的勞動關係並沒有為農村女孩徹底擺脫父權制婚姻家庭理念的束縛提供出

路，相反，資本在利用現代女性解放思想獲得「自由」勞動力的同時，又利用父權制文化中對未婚年輕女性的壓抑、貶低作用，加固對打工妹的剝削與控制。潘毅在深圳工廠的研究生動地反映了資本對打工妹的性別化規訓：

在管理者們眼中，女工們的女性身份比她們的勞動者身份更加重要。當勞動控制一出現問題，性別規範就會被提出來。工人們經常被人提醒她們的女性身份——「你是個女孩子」。在女孩子變成女人的過程中，她的行為應該符合文化的要求：恭順、服從、勤勞、溫柔等。以上話語的潛在含義是：「你是個女孩子，你應該服從你的上級，按照他的吩咐做事。……不應該大聲說話來頂撞你的上級。……你將來要嫁人、侍候〔候〕人，所以最好訓練自己該如何行為得體。……好好對待工作……」(中文版，頁228)

綜上所述，透過工人「多元主體性的交叉分析」，我們看到了在中國市場化改革和全球化的過程中，「打工妹」作為一種特殊的社會身份在階級、性別、城鄉二元結構上的多維互動建構過程。在國家、資本、社會文化的共同作用下，「打工妹」被塑造成一種受制度歧視的、受資本剝削的、受男性統馭的、受社會優勢人群(市民)排斥的「社會分類」。面臨消費革命帶來的巨大社會變遷，「打工妹」的社會身份認同在「生產+消費」的雙重社會空間中又產生了甚麼樣的新變化？消費是否能夠為打工妹追求更自

透過工人「多元主體性的交叉分析」，作者讓我們看到在中國市場化改革和全球化過程中，「打工妹」作為一種特殊的社會身份在階級、性別、城鄉二元結構上的多維互動建構過程。

女工們希望通過購買和消費各種時裝、化妝品和飾品來改造自己的外表，從而在一定程度上擺脫「打工妹」被認為是廉價、卑微、次等的主體性，從而建構一種獲得更多自由、平等、尊重的社會身份。

由、更平等、更有尊嚴的社會身份提供可能？

## (二)「打工妹」的消費主體性

討論「打工妹」消費主體性的形成，必須從其特殊的消費偏好開始。現有研究發現，打工妹對於有助於改變其外表與身體形象的消費品（例如衣服和化妝品）格外重視<sup>⑧</sup>。潘毅在深圳工廠的田野研究筆記如實地反映了打工妹的消費偏好：

我和工友們最常去的地方是東方市場，在那裏服裝、鞋、帽子、手提包、首飾，以及化妝品等一應俱全。對於女工們來說，東方市場是購物天堂，是一個她們可以找到適合自己又物美價廉的商品的地方。（中文版，頁250-51）

為甚麼打工妹會對衣服和化妝品產生如此濃厚的興趣？除了年輕女孩子對於美的追求以外，還有沒有其他的社會性含義和動機？打工妹對於服裝和化妝品的強烈消費喜好恰恰反映了她們改變自我、追求新的身份認同的渴望。潘毅發現，女工們希望通過購買和消費各種時裝、化妝品和飾品來改造自己的外表，從而在一定程度上擺脫「打工妹」被認為是廉價、卑微、次等的主體性，從而建構一種獲得更多自由、平等、尊重的社會身份。

然而，這種通過消費實現的「自我轉型」顯然不僅僅取決於女工們的「行動的實踐」，而是更多地受制於其有限的消費能力和「他者」的態度。首先，女工們菲薄的收入，

無法讓她們進入城裏人、中產階級光顧的購物場所，從而最終成為消費大眾中的「次等公民」。其次，儘管她們可能已經在傾其所有地奮力追趕城市時尚的腳步，在城裏人、中產階級看來，她們的「品位」依然是對城市風尚廉價而笨拙的模仿。即便是在消費的過程中，打工妹也無法像城裏人和有錢人一樣，享受消費者理應受到的尊重；相反，她們感受更多的還是被歧視。

潘毅對於深圳打工妹休閒生活的研究，反映出「打工妹」作為消費主體面臨着的社會排斥和社會歧視。世界之窗是深圳打工妹夢寐以求的旅遊景點，因為具有埃菲爾鐵塔、倫敦大橋、埃及金字塔等世界著名歷史名勝古迹的微縮景觀而著稱，是城市休閒生活的典型代表。作為一種「異質性」的空間，置身其中的打工妹可以滿足於一種對於大都會休閒生活的想像。潘毅曾經與三個打工妹結伴共遊世界之窗，不僅感受到她們遊覽拍照時的投入與興奮，同時也感受到其他遊客對於打工妹的強烈排斥<sup>⑨</sup>：

打工妹們被這裏迪士尼一般的虛擬世界所吸引，每到一個景點她們總是興高采烈的拍照片，看起來就和其他外地遊客一樣。然而打工妹的興奮沒有持續多久。因為是周末，公園的遊客眾多，……其中許多是大城市來的，看起來很富有，相比之下，三個打工妹的牛仔褲和T恤衫顯得有些土氣。當打工妹們盡情的拍照時，她們沒有察覺到身後還有許多遊客也正在排隊等待拍照。正在這時，一個中年男子突然嚷

道：「讓開、讓開，打工妹！不在工廠裏做事到處閒逛甚麼？」男子的呵斥表明，在他看來打工妹就是打工妹，就應該呆在工廠工作而不應該來到不屬於她們的城市生活空間遊蕩。可見，階級的邊界不是輕而易舉可以跨越的。商業化的旅遊景點儘管是一個憑票消費、看似平等的消費空間，但在這樣的消費空間中打工妹還是無法成為一般性的遊客，享有平等的權利，相反她們作為打工妹的社會身份烙印依然清晰不變。

可見，女工們希望通過消費實現自我轉型的願望終究是難以實現的。不僅打工妹的消費本身受到其收入水平和經濟地位的局限，其有限消費帶來的外表變化最終也無法顯著改變她們在生產領域被資本、國家和社會賦予的次等社會身份。正如潘毅所總結的：「打工妹們的種種夢想——渴望消費欲望滿足、向現代自我轉變，以及追求現代女性美來掩飾自己農村身份——最終只能強化她們的階級及性別差異。」（中文版，頁258）

### 三 結語

《中國女工》採擷馬克思主義、後結構主義、女性主義、文化研究、話語分析等多種理論流派的精華，並借助人類學研究方法的優勢，深入研究了中國「打工妹」的主體化過程。其分析視角由生產領域延伸至消費領域，重點討論了「打工妹」的社會身份認同在生產與消

費空間的雙重建構，不僅反映出中國打工妹在經濟全球化背景下的真實處境，而且折射出中國市場經濟改革和消費社會形成過程中的階級、性別和社會不平等。筆者相信，潘毅兼容並蓄的理論視角、扎根現實的人類學方法、推陳出新的理論建樹，對於該領域的後續研究將會具有顯著的啟示作用。

筆者同時認為，《中國女工》關於「打工妹」抗爭意義的解析是全書極具理論創造力的部分，但同時也存在一些令人質疑的問題。如果將「打工妹」以身體疼痛、尖叫和夢魘這種個體化的、潛意識的、非組織性的反抗行為理解成「社會革命」的開始，那麼，這種反抗多大程度上能夠挑戰或改造「打工妹」面臨的「三重壓迫」——即不斷對其施加「社會暴力」的政治、經濟、文化體制？又如何處理「打工妹」主體性構造和反抗行為為中階級、社會、文化性因素的不同政治意義？未來以「打工妹」為主體的勞工運動將回歸「馬克思的模式」<sup>①</sup>還是尋找「新社會運動」的出路？筆者相信這些問題將為未來的中國工人主體性研究提供嶄新的起點。

女工們希望通過消費實現自我轉型的願望終究是難以實現的。除了受到其收入水平和經濟地位的局限外，其有限消費帶來的外表變化最終也無法顯著改變她們在生產領域被資本、國家和社會賦予的次等社會身份。

#### 註釋

① 早期比較有代表性的研究包括：Craig R. Littler and Graeme Salaman, "Bravermania and Beyond—Recent Theories of the Labour Process", *Sociology* 16, no. 2 (1982): 251-69; David L. Collinson, *Managing the Shop-floor: Subjectivity, Masculinity and*

*Workplace Culture* (Berlin and New York: Walter de Gruyter, 1992); David Knights and Hugh Willmott, eds., *Labour Process Theory* (London: Macmillan, 1990); Michael Burawoy, *Manufacturing Consent: Changes in the Labor Process under Monopoly Capitalism* (Chicago: University of Chicago Press, 1979); Paul Thompson, *The Nature of Work: An Introduction to Debates on the Labour Process* (London: Macmillan, 1989)。

② Damian O'Doherty and Hugh Willmott, "Debating Labour Process Theory: The Issue of Subjectivity and the Relevance of Poststructuralism", *Sociology* 35, no. 2 (2001): 457-76.

③ 沈原：〈社會轉型與工人階級的再形成〉，《社會學研究》，2006年第2期，頁13-36；佟新：〈社會變遷與工人社會身份的重構——「失業危機」對工人的意義〉，《社會學研究》，2002年第6期，頁1-12；徐小洪：〈當代中國產業工人的階級意識問題研究〉，《北京市工會幹部學院學報》，2006年第1期，頁4-9。

④ 陳映芳：〈「農民工」：制度安排與身份認同〉，《社會學研究》，2005年第3期，頁119-32；潘毅：〈階級的失語與發聲——中國打工妹研究的一種理論視角〉，《開放時代》，2005年第2期，頁95-107；潘澤泉：〈社會分類與群體符號邊界——以農民工社會分類問題為例〉，《社會》，2007年第4期，頁48-67；王春光：〈新生代農村流動人口的社會認同與城鄉融合的關係〉，《社會學研究》，2001年第3期，頁63-76；吳玉軍、寧克平：〈城市化進程中農民工的城市認同困境〉，《浙江社會科學》，2007年第4期，頁127-32；Ching Kwan Lee, *Gender and the South China Miracle: Two Worlds of Factory Women* (Berkeley: University of California Press, 1998); Pun Ngai,

"Subsumption or Consumption? The Phantom of Consumer Revolution in 'Globalizing' China", *Cultural Anthropology* 18, no. 4 (2003): 469-92; Pun Ngai, *Made in China: Women Factory Workers in a Global Workplace* (London: Duke University; Hong Kong: Hong Kong University Press, 2005).

⑤ 李偉東：〈消費、娛樂和社會參與——從日常行為看農民工與城市社會的關係〉，《城市問題》，2006年第8期，頁64-68；零點調查公司編著：《中國消費文化調查報告》（北京：光明日報出版社，2006）；馬傑偉：《酒吧工廠：南中國城市文化研究》（南京：江蘇人民出版社，2006）；嚴翹君：〈長三角城市農民工消費方式的轉型——對長三角江蘇八城市農民工消費的調查研究〉，《江蘇社會科學》，2007年第3期，頁224-30；楊善華、朱偉志：〈手機：全球化背景下的「主動」選擇——珠三角地區農民工手機消費的文化和心態解讀〉，《廣東社會科學》，2006年第2期，頁168-73。

⑥ Ching Kwan Lee, *Gender and the South China Miracle*, 109-10.

⑦ 彭遠春：〈論農民工身份認同及其影響因素——對武漢市楊園社區餐飲服務員的調查分析〉，《人口研究》，2007年第2期，頁81-90；王春光：〈新生代農村流動人口的社會認同與城鄉融合的關係〉，頁63-76。

⑧ Ching Kwan Lee, *Gender and the South China Miracle*.

⑨ Pun Ngai, "Subsumption or Consumption?", 485.

⑩ 沈原：〈社會轉型與工人階級的再形成〉，頁13-36。