

城市中的露天市场与社会*

——在法国里昂的田野调查

[文 / 张金岭]

[内容提要]此文基于人类学的民族志调查,在点面结合地考察了法国里昂城中露天市场的基础上,着力于关注市场中的“人”与“俗”,进而延伸到市场与社会关系的讨论上。作者指出这些露天市场的存在,在为城市社会的发展贡献经济职能外,还反映了法国社会在现代化进程中所积淀下来的一种深刻的城乡互动结构,从中折射出一种平等的城乡间的“人格”交流。最后,还讨论了城市空间的合理利用与文化培育问题,以及城市化进程的“他途”。

Abstract: This paper presents an ethnographic study in which we focus on “people” and “custom” in the market, based on the investigation on the market square in the downtown of Lyon. The market square not only serves as economic contributor in the social development but also reflects the profound structure of town-county interaction that is formed in the French modernization, which mirrors the equal dignity communication between town and county. The rational use of urban space, issue of cultural cultivation and “alternative” of the urbanization has also been touched.

几年前初到法国,为了熟悉所在城市里昂的环境,经常有空闲的时候到处转悠,当时留给我深刻的第一印象的,除了因为那些古老的建筑而很显厚重的城市氛围外,首先应该是那些在城里各处经常可以见到的露天市场。后来,这些市场也偶尔会成为我生活中食品采购的一个去处。在当时,这些市场于我而言,仅仅是一个普通的生活场景而已,而如今在做有关法国公民社会的民族志调查时,它同时又变成了我参与观察的一个对象。正是通过这些市场,我了解到了更多的有关当地社会的民俗,洞察到一些将我的田野调查引向深入

的线索。在这篇文章中,我想点面结合,针对我所研究的“红十字社区”^①与里昂其他社区中的市场,讲述一下我在田野调查中的所感、所知与所思。

一、点面视角下的露天市场

在历史上,里昂城里一直有这样的露天市场,要是究其历史,那可实在是悠久得很,有人半开玩笑地说,恐怕可以一直追溯到公元前一世纪里昂建市的时代。当地人还有这样的说法,一个城市要

是没有了这样的露天市场,那这个城市就失去了活力,死气沉沉的。在法国,这样的露天市场在各个城市都有,包括巴黎这样的大都市。

(一)露天市场面面观

里昂城中遍及各处的露天市场主要以菜市场为主,里昂所辖的9个区内共计38处,在整个大里昂范围内(由里昂及周边56个城镇组成),则有185处。^②从这些市场所处的地段来看,大多是里昂市里各处的广场,再就是两条河岸的不同地段,以及某些大马路的人行道。这些市场上各类蔬菜果品应有尽有,它们的存在满足了城市居民的菜篮子需求,方便了他们的生活,而且作为有名的美食之都,里昂城中有名的餐馆,其食物原料,除了有特定的供应商之外,基本上是在这样的露天市场上采购的。

这些市场的营业时间是周期性的,每周一次至数次不等,大都是在上午,早晨大约在6点钟就已经开始了,一般到中午,有时候有些市场甚至会持续到下午13点半。在第2区内的卡尔诺(Carnot)广场上,每周三则有一个自下午16点至19点半开放的菜市场。在这些食品市场中,有四个颇为人推崇的“绿色食品”市场,分别位于第1区、第3区、第5区和第9区。其实,位于第1区的这个“绿色食品”市场,就在第1区与第4区的交界的“红十字”大马路(Boulevard de la Croix-Rousse)



“红十字社区”市场一角(张金岭 摄)

的南侧,也就是“红十字”小山丘丘顶南端,因为其地理位置而非行政区划的原因,当地人都用“红十字”为它命名,以致于不细心的人不会注意到它其实位于第1区。如若从那些通常都是以行政区划来归类的各类指南手册上,在第4区内找这个市场是根本找不到的。在普通的露天市场中,偶尔也会有清真食品摊位,但很少,不过在里昂第8区有一个清真露天市场,规模中等,每周有三天时间营业。

除菜市场之外,还有其它主题的露天市场,包括旧书报市场、小商品市场、宠物市场、邮票市场等。目前在里昂共有6处旧书籍报刊市场,最有名的当属“红十字”山丘南侧坡下位于第1区内索恩河(Saône)左岸的书市,它每个周六、周日上午10点到下午18点开放,是一个“淘”书的好去处。在“红十字社区”的“地毯”广场(Place de Tapis)也有一个书市,开放时间为周六上午10点至18点。在位于里昂第2区的贝尔库尔(Bellecour)广场上,还设有一个邮票市场,其开放时间为每周日上午8点半至下午13点半。卡尔诺广场同时还是宠物市场所在地,开放时间为每周日自上午8点至中午12点。^③在里昂市内,还分布着18处专门经销各类小商品的市场,其中有一处于每周二上午在“红十字社区”开放,这类市场上商品品目繁多,包括各式各样的衣服、手饰,以及厨房用具与其他生活所需的小物件等。

另外,还有一些季节性的露天市场,它们一般都在一年中的某个时间阶段集中开放,比如圣诞节市场,在里昂共有四处,第2区有2处,第6区有1处,另外一处在我所研究的“红十字社区”的中心广场。每年一进入12月份,就开始有人在这地方“安营扎寨”,搭起许多临时的小木屋,其颜色大多为红色,或原木色,这些市场一直持续到12月24日的下午。里昂还有6个季节性的花卉市场,其中有5处靠近里昂市里各处的墓地(在里昂



“红十字社区”中的书刊市场(张金岭 摄)

9个辖区内共有5处墓地,其中“红十字社区”有两处,分新老墓地两部分),另一处在第6区的一个社区广场上。这些花市大部分是在万圣节那一天开放,而第6区花市开放时间则是5月份的第1个周日。实际上,在那些经营食品的市场中,也不乏有花卉经销商,他们的存在很好地满足了人们对于花卉的需求。

(二)“红十字社区”的市场

在我所研究的“红十字社区”,共有7个常年开放的露天市场,其中包括5个菜市场,一个小商品市场,一个书刊市场,另有两个季节性的市场——圣诞市场和花卉市场。这些露天市场基本上没有什么特殊的名称,都是以所在地点命名的。其基本情况请看表一(见下页)。

二、市场中的“人”与“俗”

市场上的人,除了商人就是消费者,后者虽是这些市场的“上帝”,但却不是市场的主人,在我看来,其主人是那些市场上活跃着的职业人,也正是他们主导着市场的运作,他们与消费者之间的互动建构着当地的市场文化。

(一)职业人

这些露天市场上存在着多个不同的职业群体,除了市场的管理者外,主体便是各类商人,后

者基本上分为两大类,一是农产品生产者,也就是自产自销的人,他们大多来自于里昂周边的乡村;另一类则是职业的中间零售商,他们是批发商或农产品生产者与消费者之间的桥梁,这些人也大多住在城市周边的郊区。

从这些商人与市场的“契约”关系来看,基本上是以长期拥有固定市场场地租赁合同的商人为主,这些中长期从事这样的商业活动的人不在少数,甚至很多人是子承父业,他们都是有规律地定期出现在某个或几个市场的同一个位置上。除此之外,还包括一些零散的商人,他们来市场摆摊的时间不定,也没有固定的摊位,这些商人会不定期地到处“赶场”,如此行事的原因主要是更好地向不同的消费群体推销他们的产品。在当地语言中,有一个词“forain”(商贩)来指代这些人,但在不同的人眼中,这一“商贩”的具体含义与对应群体有所不同。对于管理者来说,这一词是指那些居无定所,通常是在一个地方连续居住不到6个月的商人;对于市场上的职业商人来说,这一词指的是那些小商品商人;而对于日常生活中的消费者来说,它则意味着所有的商人,甚至包括那些杂耍艺人。

1、蔬菜、水果商

蔬菜、水果商是这些菜市场上商人的主体,这一群体又分为两类,一是进城卖菜的菜农,二是职业的中间零售商。来露天市场买菜的人有些倾向于到这些自产自销的商人摊位去,这不仅是因为他们的产品往往价格便宜一些,而且消费者相信这些产品的质量,在食品流通过程中少了中间很多环节的营销环节,也就切断了不少潜在的有损身体健康的因素。不过,并不是所有菜农的菜都是比较便宜的,也有菜农抓住了城里人的这种心理特点,有意提高物价,遭到消费者的抱怨。市场上的消费者有时候也很挑剔,他们还会看“人”买东西,并根据商人的手、脸与及其产品来判断这个人

表一 “红十字社区”的露天市场

市场类型	市场名称	地点	交易产品	时间表	直达公共交通	规模	备注
常设性食品市场	Camille Flammarion 菜市场	Camille Flammarion 广场	主要为水果、蔬菜、奶酪,以及各类肉食品、水产品等	每周三、周五自上午6点至下午13点	公共汽车:18路与61路	规模较小,基本有10余家摊位	
常设性食品市场	Commandant Arnaud 菜市场	Commandant Arnaud 广场	主要为水果、蔬菜与奶酪等	每周四上午自6点至中午12点半	公共汽车:13路与61路	规模较小,常设摊位仅有数家	
常设性食品市场	“红十字社区”小广场菜市场	“红十字社区”小广场	主要为水果、蔬菜、奶酪、肉食品与花卉等	每周二、三、四自上午6点至下午13点; 每周五、六、日自上午6点至下午13点半; 周一闭市	公共汽车:2路、6路、13路、33路、45路与61路	基本有10余家常设摊位	
常设性食品市场	“红十字社区”菜市场	“红十字社区”大马路	产品非常丰富,包括水果、蔬菜、奶酪、各类新鲜肉食品、禽蛋、烤鸡、红肠、水产品、面包、糕点、葡萄酒、花卉等	每周二、五、六、日自上午6点至下午13点半; 每周三、四自上午6点至下午13点; 周一闭市	地铁:C线; 公共汽车:2路、6路、13路、33路、45路与61路	规模很大,沿大马路自东向西,有时候可达1公里长,有数百家经营者,但各自的设摊周期不一	在“红十字社区”大马路的南侧,行政区划为第1区;一般在周三、周四的时候人比较少,市场结束时间要比平常早半个小时
常设性食品市场	“红十字社区”“绿色食品”市场	“红十字社区”大马路	主要为水果、蔬菜、奶酪、禽蛋、肉食品与面包等	每周六自上午6点至下午13点半	地铁:C线; 公共汽车:2路、13路、45路与61路	规模不大,常设摊位有20家左右	在“红十字社区”大马路的南侧东端,行政区划为第1区
常设性主题市场	书刊市场	“地毯”广场	主要为旧书报	每周六自上午8点至下午18点	地铁:C线; 公共汽车:2路、13路、45路与61路	规模较小,常设摊位有10家左右	
常设性主题市场	“红十字社区”小商品市场	“红十字社区”大马路	主要为服装、鞋帽、箱包,以及其它百货	每周二自上午6点至下午13点半	地铁:C线 公共汽车:2路、6路、13路、33路、45路与61路	规模较大,有百余家摊位	在“红十字社区”大马路的北侧,行政区划为第4区
季节性主题市场	“红十字社区”圣诞市场	“红十字社区”中心广场	主要为圣诞树等相关圣诞节用品与礼物,也包括部分食品	通常为每年12月5日至24日	地铁:C线; 公共汽车:2路、6路、13路、33路、45路与61路	规模较大,通常有20余家圣诞小木屋	
季节性主题市场	“红十字社区”墓地花卉市场	Philippe de Lassalle 路	主要为花卉等祭祀用品	每年万圣节(11月1日)	公路汽车:18路与61路	规模小	

是否是个农业生产的“好把式”。④这些从城市周边乡村进城卖菜的商人，卖的都是时下季节性的产品。

市场上的蔬菜、水果经销商大部分是中间商，他们从蔬菜、水果的供应商或是生产者那里批发，然后在各个市场上零售。从其销售的商品来看，有的中间商看重蔬菜、水果的质量与品质，对于那些供应商也是比较挑剔的，而有的中间商则更多地考虑市场零售的价格。有人的什么都卖，而有的人则专门零售几类蔬菜、水果。与上述自产自销的菜农不同，他们卖的商品中，有些不是时下季节的产品，也有不少稀有产品。

有一位叫克里斯多夫的中年人，每周六都要早早地驱车 100 多公里，从里昂南方的 Valence 来到“红十字社区”卖他的“绿色食品”，他是个农业生产者，⑤所卖产品都是他自己种的，大多为蔬菜，有“色拉菜”、土豆、西红柿、洋葱、西胡、豆角等。有些菜品没有来得及清洗上面的泥土，甚至是故意留着，以示“地道”。当然，“绿色食品”并不仅限于这些，在他人的摊位上，我们也可以看到其它食物，如葡萄酒、奶酪等。据我的观察，对于“绿色食品”多少有讲究的人，大多为中年的有钱人，他们在经济上比较宽裕，有足够的经济基础去购买相比贵一些的“绿色食品”，比起大多数的老年人与年轻人来说，他们也比较有这方面的意识。在法国，超市或商店中卖的成品食物，若是“绿色食品”，都有带“AB”(agriculture biologique)标志的标签，而在露天市场上，因为大多数的食品都不是加工过的食品，故而没有这方面的带有质检标志的标签，消费者都是从商人那里获知某些蔬菜、水果等是否是“绿色”食品。

2、面包商

面包在法国人的日常生活中占有举足轻重的角色，它是法国人的基本主食之一，而且很多日常俗语都是用面包来做比喻的。⑥在露天市场上卖

面包的人，基本上都是面包师傅，而非中间商。法国的面包种类非常多，因口味、原料、烤制方式，甚至是产地的不同而异，比如“法棍”、“家制”面包、乡村面包、酵母面包、灰面包、白面包、木炭烤制的面包、黑麦面包、全麦面包、“绿色”面包等等，分类混杂，不一而足。在市场上各种面包除了有一个它所归属品种的名称外，面包师傅们还会为它们起一个专门的名字，以示区别，也多少有些创建品牌的意味。在城市里，扎根于各个居民区与商业区的面包店，也基本都是自烤自卖的。

3、乳制品商

自产自销的乳制品商人大多来自罗讷河(Rhône)周边地区，他们提供的奶酪等乳制品都是自家农场中的小作坊生产的。⑦市场上的乳制品各式各样，既有干酪，也有新鲜的奶酪，以及生奶、酸奶等。有一种很有名的新鲜奶酪叫 faisselle，是以盛它的容器命名的，这一容器的样子基本像一个杯子一样，材质不一，但其壁上有很多小孔，用以沥干奶酪。据说这种奶酪(生产方式)历史十分悠久。就材质而言，奶酪基本上分为牛奶酪和羊奶酪，其颜色、口味差别很大，也有些是牛奶与羊奶混合而制的。这些乳制品商人，如同烤面包的人一样，一般都为他们产品起名，使之具有“自家”特色，尽管在人们的通用语言中，奶酪就其品种各有名称，但人们习惯上都使用那些专有名词。消费者在向他人介绍某种奶酪时，也尽可能地记住生产者给它起的名字。

作为生产者与消费者之间桥梁的乳制品零售商应该个个都是学识渊博的奶酪专家，他们对于各类奶制品的成色、口味了如指掌，懂得如何选择、贮藏奶制品，还知道如何享用这些美味的奶酪。他们摊位上的奶酪品种多样，选择多，而且“味道”也多，每每走入市场，在还没有接近奶酪商的摊位前，就已经闻到了混杂的各类奶酪的味道。由于这些商人专事奶制品的采购、零售，他们还懂得

如何根据不同顾客的口味要求来选择奶酪，往往有自己固定的消费群体，并与他们很熟。在市场上，若稍有空闲，他们还会跟老顾客聊聊天。

4、肉食品商

露天市场上的肉食品商人通常是从饲养肉食动物的人那里直接购买活的动物，然后自己负责屠宰、销售等，这些人基本上都是父承子业。他们卖的肉食生熟兼备，但也有人专门经营生肉或熟食，猪、牛、羊、鸡、鸭、兔肉等，甚至包括各类肉肠、动物下水等，在每个市场上基本都能找得到。在这些人的卡车里都装有冰箱，以确保在运输过程中的肉食品质量。这些肉食品商人往往还都是懂得烹饪艺术的高手，很多买肉的人会向他们请求烹饪方法，他们也乐意将自己的手艺授之于人。

5、海产品经销商

经销海产品，这是一个被当地人看来既艰苦又令人羡慕的职业。他们所销售的各类海产品，必须要绝对保证新鲜。在他们的卡车里，装着很多冷冻柜，以及成箱的冰块，他们的摊位也基本上是用冰块铺的。有人告诉我，近些年来，城里原先跟其它的商店一样普遍存在的海产品专售店已经越来越少，这不仅是因为人们饮食结构的变化，更多的是因为人们大多都去超市买，那里有很大的价格优势。在一位从事了近三十年海产品零售的女士看来，目前在露天市场上，他们这些海产品经销商的整体职业前景并不看好。

6、花商

在里昂，经常看到人们从露天市场上回家的时候，带着一束鲜花，或是一盆盛开的鲜花，或是一盆植物。他们买这些花是用来装饰家居的，当然也有人买来是用作赴邀做客的礼物。在每处市场中，卖花的人并不像那些蔬菜、水果商人那么多，一般也就是两三个。不同市场上的鲜花商基本上都是固定的，而且他们之间也有着很好的市场分配关系，毕竟鲜花的消费量远远比不上食品。

7、小商品零售商

这些小商品零售商的产品基本上都是日常生活中所用的餐具、炊具、衣服、鞋、帽、床单、小手饰、家居装饰品，以及其它各类小商品等，他们的商品大都是从远处大量批发而来的。在这些人眼中，他们的商品并不像那些食物，有些东西并不是生活所必须的，买的人越来越少，而且他们摊位前的顾客越来越少，尤其是自法国开始使用欧元以来。^⑧

8、推销商

活跃在市场上的这类人有些自己本身就是专门的零售商人，也有相当一部分是由商人雇佣来的，他们通过具有鼓动性的语言、动作等来推销产品，不仅包括食物，居多的还是一些生活常用的小商品，他们对于产品的功用、特色等非常熟悉，俨然一副专家的样子，加之通常比较风趣的语言，响亮的声音，通常会激起人们的好奇心，往往会成为市场上的焦点。不过，通常在他们报出产品价格的时候，围在他们周围的人也就马上散去了。

9、市场管理者

露天市场上的职业人，除了上述各类商家外，还有一个角色非常重要的群体，即市场管理者。要是没有好的市场管理者，就没有好的市场，这是很多在市场上从事经营活动的人都认可的一个说法。这些人负责市场摊位的分配与租赁（每个市场，鉴于场地的原因，摊位容量是有限的），并监督相关规定的实施。每一个市场管理员一般负责2到3个市场。在里昂，据说总共有17个管理员，其中有5位女士。有些人从事这项工作已经有30多年了，经验丰富。一位市场管理员曾经告诉我，他喜欢市场上的氛围，这些市场是社会诸面的一个折射窗口。从事这项工作，不但要有好的心理素质，还要有耐心，懂得坚持。他们需要倾听商人的需要，并与之协商、讨论，需要发现问题，并提出解决办法，既要维护市场的秩序，又要维系商人之间

的和睦。

在市场上,对于那些没有长期租赁合同的人来说,要想在市场上拥有一个临时摊位,就得等那些有固定摊位的商人摆好摊后,再由这些管理员来分配。市场一般自早上6点开始,大约在7点半左右,要是运气好,那些零散的商人就可以等到一个位置。如果有剩余的场地可用,市场管理员是不能拒绝那些零散的商人的。在有些地方,剩余场地的分配使用有时候是需要抽签的,因为往往是求大于供。不过,有时候市场管理员也会根据商人所卖产品的不同,给予部分商人以优先权,以使市场上所供商品更加全面。

此外,在市场上,还活跃着另外一些从事市政管理的人。一是专门从事食品检查的人,他们会定期抽查核实产品的来源,察看是否遵守摊位与招牌安置的相关规定;二是专门从事卫生检查的人,他们的职责是监督商人遵守相关的卫生条例,保证整洁;三是市场清洁工,他们会在市场结束后以最快的速度清理完商人们遗弃的各类蔬菜、水果等商品,以及各类包装纸箱,并用水冲洗场地,使之保持整洁。市场过后,在那些广场,以及河岸与大马路上散步的人,总会感受到一个整洁的环境。

其实,在这些摊位前卖菜的人中间,还有不少是商人们在当地雇佣的帮手。卡利姆是一个阿拉



清洁工在市场结束后清理场地(张金岭摄)

伯裔的年轻人,在“红十字社区”的菜市场上帮一对60多岁的老夫妇卖菜已经很长时间了,与他经常一起工作的还有一个黑人女孩。他的老板子承父业,作为中间零售商在这个市场上卖菜已经有40多年了,而且几乎都是在固定的场地摆摊,他们拥有一个很大的卡车,用作交通运输的工具。卡利姆从来都不会在他老板那儿买菜,主要是觉着有些贵,不过,有时候老板也会送给他一些菜。在市场上,是他先主动跟我打招呼的,他用中文跟我说“你好”。那天,在市场结束的时候,我又赶到他的摊位前,老板正在跟他和那个女孩道别,并给他们每人20欧元和一小袋蔬菜。后来,我们在市场旁边的咖啡馆里坐下来时,我发现卡利姆手中的方便袋里有一点儿青椒。出于礼貌,我未敢问他这20欧元是他一上午7个多小时工作的报酬还是小费,但一般而言,可能是小费,因为照法国的最低工资制度来说,7个小时的工资远不止这些钱。

当然,在这些露天市场上还存在着其他的职业人,比如基本上自产自销的禽蛋食品零售商、烤肉商、橄榄商、葡萄酒商,也有人出售自制的或各类小作坊生产的各色可直接食用的食品。近年来,还有亚洲面孔的人在市场上销售他们自制的亚洲食物,也颇受欢迎。里昂所在的罗讷河河谷盛产葡萄,酒品种类多样,但在市场上出现的葡萄酒商不多见,他们的身影在那些“绿色食品”市场上出现较多。各种各样的商人以其互补的产品,丰富了当地城市居民的菜篮子,也传播了里昂当地的美食。不过,这些露天市场的社会角色却非仅仅是“食”用而已。

(二)特殊的“消费者”

“红十字社区”中心广场周边有两个菜市场,一大一小,不但产品丰富,而且只有周一闭市,极为方便,消费者不仅包括社区居民,也有其他人专程来此购物。普通消费者的光顾保证了菜市场的

繁荣,但也有一些特殊的消费者时常出现在市场上。在“红十字社区”小广场的市场上,有一个很有知名度的老头,名叫亨利,七十多岁,已经退休多年,独自一人,没有多少经济来源,其性格比较滑稽,常常在各商家摊位前“跳来跳去”,时而是个推销员的角色,又时而跟前来买菜的社区邻居们聊天,在摊主们偶尔有闲暇的时候,他也会主动上去打招呼。他主动地帮助人收拾东西,可以得到一部分馈赠的礼物作为回报,这些食品有些是商人们要扔掉的东西,也有的是他们卖剩的东西,不准备再带回去了,还有的是商家专门送给他的。在跟他的接触中,我从未发现他主动去要什么。常常是在周六或周日的时候,他得到的馈赠比较多,照他说,足够他吃一个星期的。有时候他觉着东西太多,也会谢绝摊主们的好意。有些人还是很大方的,有一次,我亲自看到有一个烤鸡的人,把一只整鸡送给他,高兴得不得了。这位老先生应当算是市场上的一位特殊的消费者,另外与之相对的还有其他特殊的消费者群体——捡菜的人。他们一般都是于市场结束后,在清洁工人清洁场地之前围着各个摊点捡拾各类食品的。

在这些捡菜的人中间,有些是因为穷,没有足够的购买力来维持生活,既有失业的人,也有一部分没有合法居留身份的外来移民,其中东欧人比较多,甚至还包括一些没有什么经济来源的年轻学生。大多数人都是提着袋子或篮子来捡菜,也有



露天市场中的捡菜者(张金岭 摄)

人是推着自行车,甚至是开着汽车来的。对于开汽车的人来说,这样的举动并非是为了养家糊口,而是另有原因。有的人是某些慈善组织的志愿者,他们把一些还能吃的食品捡回去,救济那些处在困境中的人;也有的人是出于反对浪费的想法,在他们看来,有些被商人扔掉的东西,其实还是可以食用的。他们也不是什么都捡,而一般只问所需,大多被扔掉的菜,基本上都不会太烂,禽肉类食品也不会过期,至多是马上就要到保质期了,或者是当日为保质期的最后一天,经销商为遵守相关法令,保证食品质量,不得不忍痛将之扔掉了。在法国,予以严格保证食品质量的法令很多,要是触犯了法律,不但会因罚款而招来经济损失,也会惹来其它的麻烦,尤其是他们作为商人的信誉,一旦被查出出售过期食品,在露天市场的大庭广众之下,其信誉也就是一下扫地了。一位肉食品商告诉我,她至今也搞不懂到底有多少法律来保证食品质量,以维护消费者的权益,对于她来说,这是一件非常复杂的事情,但是她的对策也非常简单,可疑的食品不进,滞销的产品,除了一部分可以退货的之外,在产品过期之前,就大搞促销活动。其实,这样的促销活动,在露天市场上也能看得到,一般都是在市场快结束的时候。

(三)市场中的买卖习俗

“红十字社区”中大马路南侧的菜市场,历史非常久远,至今仍充满了生气,成为社区生活必不可少的组成部分。市场上,大部分摊位都设有一个顶篷,颜色不一,要是下雨,这样的顶篷不但可以保护这些商人跟他们的产品,而且还可以让消费者在下面避雨。所有摊位并列成两排,形成一个有时长达近一公里的长廊,所有的摊位,无论面上摆着什么样的食物,都很整齐,外观上不会给人杂乱无章的感觉;摊位两侧则是商人用以运输的交通工具,这些车辆几乎一律都是封闭式的各式卡车,停靠整齐,既不影响交通,也无碍市容。这一点,也



整理摊位准备返回的商人(张金岭 摄)

是法国人生活细节的追求之一，他们习惯于归整物品使之整洁舒适，而且从中我也察觉得到他们有一种“追求精细”的意识。大部分的乳制品与肉食品商人的摊位都是在他们卡车的基础上搭建的，经过改装后的卡车，既是一个交通工具，又是一个很好的摊案。

在“红十字社区”除了周一外市场天天有，非常方便，而且一般来说家庭主妇们在露天市场上购买的蔬菜、水果等新鲜食物远远超过他们在超市中的购买量。市场上的商人与消费者一般都非常礼貌，几乎看不到吵架现象的存在。在同一个摊位前，要是同时有几个顾客，就需要排队。有些商人会招呼顾客“Servez-vous”，也就是让消费者自行选购，然后排队付钱即可，但也有很多商人，不允许消费者自行选购，必须等他问需要什么、要多大量等，须待一位顾客完全选购完自己要的东西，并支付完毕后，才会是下一位顾客。即便是消费者在轮到自己且犹豫不定买什么时，商人也很有耐心地等待。而对于后面排队的人来说，要么到其它摊位，要么耐心等下去，一旦轮到他们，他们也会跟前面的人一样。在我看来，商人集中精力为一位消费者服务，不仅仅是为了让整个买卖显得有条不紊，更重要的是体现出了对于消费者个体的尊重。有些消费者似乎也有意地主张这样的尊重，对于很多人来说，要是自己没有选购、支付完，商人

又招呼其他人，他们会感觉很不舒服。如同在市场上，在法国人生活中的很多场合，如超市、邮局、政府部门等，每个人在排队等候的时候，对于前面人的延迟都会有些着急，但他们能够理解这是没有办法的事情，必须得尊重前面的人，等他们完事后，才会是自己。不过，如今已经有越来越多的人开始抱怨到处排队，浪费了很多时间。

一般而言，虽然在这些露天市场上人群往来较多，但并不吵，人们从事买卖时讲话的声音不大。不过，偶尔也会听得到有商人大声叫卖，尤其是在市场快要结束的时候，这种行为被认为是不礼貌的，尤其是遭到周围竞争摊位的反对，可是这些竞争者也对此无可置否，而消费者对此似乎并不介意，反而觉着渲染了不少氛围。

市场中的同一类蔬菜、水果在不同的摊位上价格不同，有时候差异还很大。有些摊位上价格用明显的小牌子标着，有的则未标，需要向摊主询问才知道。蔬菜、水果的买卖一般有两种方式，一是论价称重卖，二是“捆绑式销售”。于前者而言，消费者在购买的“类”上，尤其是在“量”上有自己的自由；而后者只有买或不买的选择。就后一种销售方式而言，商人将一类或几类产品放进不同的小盆内，按盆来卖，或者干脆堆在案板上，按堆卖；通常在这种情况下，价格比较便宜，但产品的质量不会太好，而且有时消费者的购买量会超过自己的所需，甚至必须要附带买些不想要的食物，有一定的选择限制。

市场上商品交易的支付方式，通常都是现金，但也有人使用支票，甚至是银行卡。为此，有些商人购置了接纳银行卡支付的机器，这种支付方式主要出现在大额度的交易中，在肉食品商人与乳制品商人的摊位上常见。其实，法国社会的现代化建设在表面上看不出来，因为城市的景观由于古老建筑的存在而少有变化，而这种现代化是发生在生活的细节中的，露天市场上支票的使用、银行

的收支结算方式等等,便是其中一例。而且,在市场场地地面上,安有很多的电源装置,方便了需要使用电器的商人。

当然,在这样的市场上,各摊主之间也有竞争,价格战在那些主张薄利多销的商人之间非常明显,但也有人以产品质量为由,咬住价格不放。因此,在这样的市场上,对于消费者而言,能买到质价比高的食品,也是一种生活能力与艺术。

三、市场与社会

这些露天市场的存在,首先为城市社会的发展贡献了它的经济功能,为城市居民的生活提供了给养,促进了商品的交流。不过,从我的田野调查来看,这些市场的角色不限于此。如上文所述,在这些市场中,几乎看不到工业化生产的食品,而且在这些露天市场上从事经营活动的商人大多来自城市周边的乡村,尤其是这样一种经济互动与市场的历史同在,具有很浓厚的社会历史传统,反映出的是一种深刻的城乡互动结构。与此相比,在我们国家的城市化建设中,这种以城郊乡村的自由职业者为主组成的露天市场,在相关的制度设计中已经逐渐地失去了它存在的理由,这也是我国城乡二元结构的生动写照,尤其反映出城乡互动的失调。当然,这些露天市场的桥梁作用表现在诸多方面,如以当地饮食为主的商品流通,以及城乡间信息、观念与民俗方面的交流等,在此诸多角色之外,我想结合田野调查探讨以下几个方面的问题:

(一)城乡间的“人格”交流

通过这些露天市场,我们看到的不仅仅是“农产品进城”这样的商品流动,而它们进城的方式还折射出一个城乡人口的流动,进而是一种深层次的群体互动关系。在法国,各地城乡间的经济发展水平相差不大,这是整个社会城乡均衡发展的结

果,反映出这个国家在现代化的问题上并没有太多地分裂出城乡人口间的矛盾,其背后也存在着一种有效的城乡互动模式。

田野调查告诉我,当地的城中露天市场孕育着一种深刻的城乡间“人格”的平等交流与互动,这是社会平等的一种表现。而且这些露天市场的存在在某种程度上保证并巩固了这种平等的城乡“人格”互动。

在我的观察中,市场上那些来自乡村的商人,在城里做买卖,没有人表现出有自卑感,而在我国,一个农村人走进城市中,脸上那种茫然更多地表现出来的是一种身份自卑。在里昂,那些来自乡村的农业劳动者与商人走到城里,并没有像在我们国家所经常看到的农村人对于城市的“陌生感”,甚至是某种“恐惧”,一种人格上的距离,觉着乡村要比城市“低”一等。在这些城中的露天市场上,走进城里从事商业经营的人并不是“二等公民”,他们不但不会如此自轻,也不会受到这样的歧视,相反他们常常会以自己在乡村中良好的居住环境而自豪,在跟城里的老顾客聊天时,有时候也会聊到自己的乡村生活。我从他们身上看到的更多的是一种从容,他们并不认为城市一定会比乡村有着更“高”的等级要素。

如今有很多法国人倾向于在城里工作(城市里的工作机会多),而在城市周边的乡下住,这一现象的存在也为法国城乡间“人格”的平等互动与交流创造了条件。很多到乡下农场里采购农产品的城里人,也表现不出他们作为城里人的优越。当然,这种“人格”交流,首先是有着丰富的物质基础作为保证的,在法国,就经济收入而言,城乡差距不大;无论是生活在乡村,还是城镇中的人,一般而言,其生活水准是差不多的。另外,在人们的人格意识中,那些来自乡村的农业劳动者,只要遵守相关的法律制度,就可以非常自由地往来于城乡之间,从事经营活动,而没有什么基于所谓的“户

籍”问题而生发出的限制。况且在法国不存在“户籍”制度,任何人都有完全的迁居自由,只要能够找到合法的住处,搬家后在规定的期限内将地址变更通知新住地的公安部门,并提供相应证明即可。

城乡“人格”的平等互动不仅涉及到个体的“人”的因素,还涉及到社会制度的因素。其实,法国这种城乡间“人格”上的平等交流,并非只是人的一种感觉与情感体现而已,也不只是一种“形式”,在其背后有现实的制度保障,或者说这种城乡互动中的“人格”交流是这一现实制度的体现。不像在我们国家,城乡二元结构所折射的是两个圆心,是将城乡分成了两种不同的社会身份和身份的社群,这两种不同的社会地位不是虚的,而是由一系列的现实制度安排所支撑的实体。^⑨在法国,国民的公民身份是不分“城市”与“乡村”的差别的,城乡居民一视同仁,城乡之间也不存在什么国家制度从根本上支撑或强化城乡人口间两种不同的社会身份的差异,不但不存在“户籍”制度,而且城乡间的各类社会保障政策在根本上也是一致的,只是相关的标准在不同的地区之间因生活消费水准的不同而有所差异。在法国国家的发展中,只有地区间的差距,则不存在城乡间明显的政策倾斜。而在我们国家,长期以来的“城乡二元结构”造成了城乡间在经济、政治、文化等诸多方面的失衡,并产生了很多社会问题,在我看来,其中表现严重且后患很大的,则是二者之间所存在的“人格”失衡。这对于培养健康的国民性格来说实在是不得不令人格外注意的担忧。无论是从经济制度的设计,还是就政治制度的安排而言,我国城乡互动的发展都应当考虑并照顾到目前所存在的“人格”交流不平等的现实,以及潜在的诸多问题。

有学者指出,城乡互动需要搭建多种平台,包括信息共享平台、市场对接平台、生产要素流动平台,文化融合平台和政治平等参与平台。^⑩而就城

乡“人格”互动的社会文化建设而言,上述平台中的后三者则与之密切相关,这些平台的建设有利于在制度上推进这一社会文化氛围的发展。在我国,农民工进城就业中所遭遇的拖欠工资、正当权益受侵犯、得不到应有的尊重等现象,在不同程度上也是这种社会上普遍存在的城乡“人格”平等失调现象所造成的。中国社会的发展,硬件设施的发展是不言而喻的,但往往很多与之相伴的社会问题则表现在相对落后的以制度与社会文化建设为代表的软件设施建设中。

有人指出,城乡互动发展是通过资本、劳动力、物质、信息等社会经济要素在城乡空间的双向流动而形成的一种空间关联的地域关系。^⑪但我认为,城乡互动不只是一种地域关系,还是一种复杂的社会关系。就城乡之间的互动因素而言,很多学者就此提出过不同的概括性解释,有人就此做过整理:城乡间的互动是“人、商品、技术、货币、情报和思想在城乡间的双向流动”,分为五个类别,包括人的运动、商品的运动、资本的运动、社会交易、行政和服务的供应等;若从二者间的联系来看,则具体包括七类联系,物质联系、经济联系、人口移动联系、技术联系、社会相互作用联系、服务传递联系,以及政治、行政和组织联系等。^⑫这些观点基本上是大同小异的,他们捕捉到的城乡互动因素基本上都与各类“资源”相关,但从我的田野调查来看,里昂市内大大小小的露天市场向我们证实了城乡间“人格”互动作为社会发展的软环境建设的意义所在。这种“人格”互动,带动了一个地区,甚至是整个国家全面、整体的发展,至少可以通过社会自身的调节来解决城乡发展失衡的问题,这是一个渐进的、随时随地的自我调节。

(二)城市空间的合理利用与文化培育

在里昂,这些露天市场合理化地利用了城市空间,不但没有影响城市居民的公共空间环境,反而提高了它们的利用率,培育了新的城市文化。这

些市场具有灵活而严格的开放时间,从空间上来说,不会影响城市居民的活动空间,而且市场上的产品大都是比较新鲜的本地产品,也回应着人们越来越追求一种健康生活的需求。在这些露天市场上购物,还是城市生活中休闲娱乐的一种方式。在周末的市场上,经常会看到有些家庭是全家出动去市场买菜,这也是增进家庭成员间交流的一种方式。

此外,这些露天市场,无论是专售食品的菜市场也好,还是其他主题市场也罢,已经逐步变成了里昂当地的一大旅游景观之一,有很多外来游客是冲着这些市场慕名而来的。索恩河左岸的书市,所处地段风景优美,而且大部分书商在闭市期间都是用固定在堤岸上的银色铁皮盒子存放部分书刊的,这也成了一道城市风景。与这一旧书报市场相对,河右岸于每周日上午8点至下午13点开放的两个艺术市场同样也成为了当地的一大旅游观光景点,不仅当地人经常光顾,外地人慕名而来的也不少。其中一个名为创意市场(Marché de la création),摆摊的多为画家,另一个是工艺品市场(Marché de l'artisanat et des métiers d'art),聚集了不少手工艺品作坊里走出来的艺术家,它们南北相接,连在一起,很有文化韵味。

在法国很多地方,有些游客为了感受当地的民风民俗,一般都要去这样的露天市场看看,了解



到露天市场购物的一家人(张金岭 摄)

城市所在地区的土特产,感受当地的风土人情、城市生活的节奏等。当然,这些市场的存在是与法国具体的国情相关的,不过,其中所彰显出来的这些与建设人文社会相关的理念却值得我们学习。

(三)城市化进程的“他途”

城市化并非意味着对工业化时代之前农业生活特色的排斥,作为一个多功能的社会聚落,城市本身就需要食品方面的“农业供应”,与乡村的联接自然应当是互动的。城市中露天市场的存在,不仅仅是一种经济措施,也是城市化的另一种选择,巩固了城市生活不可缺失的“土地气息”。

在田野调查中,我注意到这样一种现象,有越来越多的人意识到城市化的建设与发展使得他们与农业产品的“联接”越来越远,并开始对他们每天所吃的食物多加当心,在餐桌上,人们也越来越多地谈论食品安全问题。近几年来,在法国影响很大的有关转基因玉米的种植问题,应该是这一现象的一个典型代表。在“红十字社区”,有一位六十多岁的女士,一般每周要到市场上去买两回菜,她很少问津那些蔬菜水果的中间商,总是找那些来自里昂周边的自产自销者。由于熟悉里昂周边的地理环境,至少对于产品来源地的污染情况有所了解,慢慢地她便有了固定的“菜篮子”供应者,她知道买什么样的菜到哪一个摊位去。其实,这种意识在法国人中的增强,也多多少少地巩固了露天市场在城市居民生活中的位置。此外,近年来在里昂组织了越来越多的农产品博览会,参展与参观的人为数不少,我也参加过几次,有的是全法国范围内的,也有的是里昂所在地区的,这种商业行为(或是一种“食品关怀”)是对上述城里人对食品担忧的一种回应,当然我们也不能排除其中的商业成分是其动力之一,但至少这样的运作加强了“农”与“城”的关联,借民以为天的食物,巩固了城乡互动的纽带。

其实,自1992年以来,欧盟也出台了相应的

保护农产品的相关规定,在里昂,农业生产者对于当地农产品的保护做了不少努力。在市场上,经常上可看到有些菜农极力向消费者推销当地的产品,而劝说大家远离那些工业化生产的食物。甚至有些农场还向周边的城市居民开放,请他们到那里参观旅游,在适当的季节还可以亲自采摘蔬菜、水果等。在“红十字社区”有一个四口之家,几乎每个月都会有一个周末,全家或者约上朋友,向北驱车几十公里,去采摘蔬菜。若是算上交通费用,这些食物并不便宜,但他们对这些亲自从菜地采来的蔬菜放心,而且这样的出游,既是一种全家休息的方式,也增进了家庭内部,以及朋友之间的交流。

有研究指出,自二十世纪九十年代以来,我国城乡互动出现新的趋势,由于市场作为资源配置的主体,城市处于强势地位而乡村处理弱势地位,资源重新向城市聚集。^⑬与此对照,在这些露天市场上,我们看到的乡村农产品以这种集散方式向城市的流动,并非是法国乡村处于弱势地位的表现,而恰恰相反,这说明在资源供应上,法国城市周边的乡村还是存在着很大的优势的。

在我国,城乡二元结构的问题不解决,不但会造成一个城乡断裂的社会,甚至连城市本身的发展也会失去应有的支撑和依托。有学者指出,“改变中国城乡二元结构格局,促进中国城乡融合与发展的根本出路是城市化”。^⑭这样的论断,仅是一家之言,于之我们无法做出评判,但从里昂城市中所存在的这些露天市场来看,其中折射出了另外一种促进城乡融合与互动发展的道路,而且这一种道路似乎不是法国在其现代化进程中通过政策调整而特意设计规划的。这些市场由来已久,虽有变迁,但其根本性的社会角色未变,它在城乡互动发展中所起到的作用是法国社会自身发展中的一种自发性的选择,也已成为一种传统。城市化并非一味地意味着工业化,它也不应该排除乡村因

素的渗透。这种渗透,不应当仅仅是“农产品进城”这一物质供应,更重要的是这一物质供应渠道的实现途径,以及“人”的互动。当然,我们国家的城乡互动发展有着特殊的国情,不过,在社会转型期间,若是能在制度设计上为将来城乡间的互动发展奠定良好的基础,那么将来国家的发展便会取得更好的成效。

城乡互动的发展有利于社会的整体发展,而在我们国家硬环境建设与软环境建设是不同步的,有学者指出,“农村社区是否能够像城市社区一样获得同样的发展机会和发展条件,是农村发展能否与城市发展并驾齐驱的关键,也是城乡二元结构能否从根本上得到破解的关键。”^⑮在这样的理念中,对于发展机会与发展条件的强调是对于资源的强调,着重点在硬件条件上,而如若忽视了软环境的同步建设,则会产生很多新的社会问题。城乡居民间“人格”的平等互动应当是这一软环境建设的重要因素之一,在制度设计上,应当为它的发展创造条件。

不过,再回到这些露天市场来看,较其以前就里昂食品供应的影响而言,如今它们已经有些大不如从前了,主要的竞争是来自于超级市场。在里昂,连锁的超市很多,如家乐福(Carrefour)、Casino、Franprix、MonoPrix、Leader Price、SuperU、Champion、ED等等,遍布于商业区、居民区,不但在地理位置上方便,而且消费者可以在这些超市中同时找得到蔬菜、水果等新鲜食物,各类加工食品,以及相关的日常生活用品。为了节省时间,很多人,尤其是年轻一代,越来越倾向于去超市购物。另外,有些超市如家乐福、欧尚(Auchan)等,在城外建有多处特大型仓储超市,不但产品齐全,更重要的是在价格上很有竞争优势,吸引了很多人。此外,遍布于城区各处,就在居民家门口门各类杂货店,不但购物便利,而且营业时间长,方便了城市居民的生活,成为这些露天市场的另一个竞争

对手。由于买卖不景气,已经有些摊主不得不辞退了先前雇佣的帮手,自己或跟家人一起做。^⑩对于露天市场有些失宠这一现象,一位五十多岁,子承父业,几乎在“红十字社区”卖了一辈菜的中年男子尼古拉还这样解释到,主要的原因在于城市生活的节奏较之以往已经没有了规律,人们的工作时间节奏不一样,大部分人周一至周五工作,没有时间来市场买东西。^⑪

尽管这些城市里的露天市场的存在面临着很大的竞争,但它们的长期存在表明了一种城乡互补的现代化与城市化进程,其所面临的生存竞争只是市场运作的一种表现,并非一个根本性的城乡互容与互补的认识论问题。

* 本研究是高丙中教授负责的教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“非物质文化遗产与文化生态建设”(06JZD0006)的子课题。

注释:

①在里昂,“红十字社区”是一个地理与文化概念,它本身是坐落于里昂市西北部的一个座小山丘(Croix-Rousse)的名字,从行政区划上来说,它横跨第1区和第4区两个行政区。这一社区此前是里昂丝绸工业的所在地,历史文化传统悠久,其社区变迁很典型地见证着法国社会现代化进程的发展历程。

②数据来源:Corinne Poirieu, Aurélie Letenoux, *Guide de Lyon et ses marchés*, Lyon: Éditions Lyonnaises d'Art et d'Histoire, Association pour le Développement et la Promotion des Marchés, 2006, p.5.

③据统计,在法国有宠物三千万只,相当于法国人口总数的一半。甚至有人估计在法国的首都巴黎,宠物比人还要多。有一家协会组织名为“三千万朋友”(30 Millions d'Amis),专事宠物事业,他们还以此为名出版杂志,并在电视上做节目。目前在法国的民事法典中,这些

宠物一直被视作为跟桌子、橱柜一样的家具财产,而这一协会组织的目标则是积极发动各类社会资源,让这些宠物拥有新的地位,希望它们能被视为有生命、有情感的,跟人一样的存在物。

④在法国,种植蔬菜、水果被认为是一种需要很高的农业知识与能力的职业,而且农业技术都是代代相传的。这些农业劳作者往往都建有自己的小公司,统筹农产品的生产与销售,他们懂得如何根据土壤、气候等自然条件,以及消费者的口味与市场需求,来选择该种植什么样的农产品。

⑤其实,在法国人们很少使用“农民”(paysan)这个词来指代那些从事农业生产的人,而是另外一个词 agriculteur,意即“农业生产者”。由于“农民”这个词在法国当下的常用语中已经演变得具有某些歧视色彩,如同在我们国家一样,“农民”一词带有不少贬义色彩;而“农业生产者”则词意中性,人们为避免误会,在正式场合使用此词较多。

⑥比如,要是有人说他“面板上还有面包要做”,意即说他很忙,要做的事情很多;要是说某人“向上等的面包一样”,也就是评价此人和善、仁慈。

⑦奶酪和葡萄酒在法国人的生活中是不可或缺的。在法国,人们有这样的说法,他们的奶酪与葡萄酒各有365种,言外之意,品种繁多,每天吃的奶酪、喝的葡萄酒都不会重样,其实,奶酪与葡萄酒的品种远远不止365种。

⑧自1999年1月1日起,欧元成为欧盟欧元区的正式货币,但欧元现金在市场上的流通则始于2002年1月1日,且为强制性流通。欧元启用以来,尤其是自2002年1月起,在相当长的时期内,法国商店里的价格标签均用欧元和法郎同时标记出商品的价钱,以便让人们习惯于用欧元进行交易。直到今天,有些商店的价格标签上仍然还保留着以法郎为单位的商品价格,在法国人的银行帐单上除有以欧元为单位的帐目数字外,也以法郎作为参照标出等值的数字。直至今日,40岁以上的人,在盘算商品价格时,还大多习惯于将以欧元标记的价钱换算成法郎,以掂量物品的性价比。也常常看到有些老年人,在某件商品没有以法郎为基准的价格标签时,拿着小计算器将欧元价格换算成法郎后,再定夺是否要购

买。人们粗略计算时,欧元与法郎间的比值为1欧元约等于6.5法郎。

在法国,欧元与原先的法郎之间的换算率基本上是固定不变的,按理说,使用欧元后物价是不会变的,但是在田野调查中,我察觉到几乎所有的人都觉着抛开物价上涨、通货膨胀等因素外,自欧元被强制流通以来,物价变相地上涨了不少,其中一个原因便是在法郎的基础上将商品价格换算为欧元时,通常是以四舍五入的办法将价钱添为齐头数,而在实际操作中,“舍”的情况少,“入”的情况多,而且以欧元计,商品价钱的数值比较小,人们对此不太注意,很多商家还利用了这一因素,变相地提高了物价,降低了人们的购买力。

当然,物价上涨的原因并非只在于此,上述解释只是当地社区中人们的普遍认识,也是部分小商品零售商对于人们购买力下降的一种主观解释。自2007年冬季以来,物价上涨、购买力下降一直是法国社会的一个重要话题。

⑨曾哲:“‘二元结构’究竟意味着什么?”,《湖北日报》2005年12月8日。

⑩田向利:“推进城乡互动 统筹城乡发展”,《求是》2003年第23期,第35—37页。

⑪段娟、文余源、鲁奇:“近十五年国内外城乡互动发展研究述评”,《地理科学进展》2006年第4期,第118—128页。

⑫同上。

⑬程启军、徐伟:“断裂与嬗变:城乡互动的结构性和动态性分析”,《天府新论》2003年第4期,第90—92页。

⑭胡俊生:“由隔离走向融合——中国城乡关系的历史演变及发展趋势”,《延安大学学报》(社会科学版)1997年第3期,第35—40页。

⑮郝勇:“农村社区建设:破城乡二元结构的关键——访省社科院社会学研究所研究员郭虹”,《四川日报》2008年4月15日。

⑯据相关数据显示,从里昂所在的第69省罗讷省(Rhône)的情况下来,在全省范围内的350个市场中,已经有4000家个体经营实体减少了三万个职位,营业额减少4.6亿欧元。资料来源:Corinne Poirieu, Aurélie Letenoux, *Guide de Lyon et ses marchés*, p.5.

⑰不过,我们也能在周一到周五的上午,在露天市场上看到上班族的身影,这主要是因为,在法国每周35小时的工作制度,使得人们有了变化多样的工作时间表。对于在某些公共服务行业工作的人来说,如若他们不得不在周末工作,那他们的休息时间则会是一至周五内的某段时间。对于那些周六、周日不工作的人来说,由于35小时的工作时间限定,他们要么每天工作8个小时,甚至是9个小时,这样每周可以有个半天,甚至一整天不工作,也有人每月找一次平衡,这样在正常的休息日之外,他们还可以在正常的周一至周五工作时间内,享受数日休息时间。

张金岭:北京大学社会学系,100871

责任编辑:吴铭

启事

请本期图片作者与本刊编辑部联系,以便支付稿酬。

开放时代杂志社