

超越宗教经济模型： 基于中国经验的理论建模*

卢云峰 吴越

提要：宗教经济模型是宗教社会学领域近年来最具影响和争议的范式，本文主要关注基于中国经验的研究如何能够超越该范式。为此，本文先梳理该范式的缘起、贡献及其在中国的应用，然后提出“拓其问、存其法、疑其论”，即拓展其问题意识、学习其研究方法、质疑其理论观点。其中最为核心的是继承它的理论建模方法，这不仅能拓展我们的问题意识，而且能将中国宗教的特质作为新的前提假设，提出新的理论模型，例如兼容性模型和混合性模型。在学科视野的理论建构中，宗教社会学理论的本土化与国际化并不冲突，而是相辅相成，共同推动学科知识体系的累进式发展。

关键词：宗教经济模型 中国经验 理论建模 兼容性模型 混合性模型

一、引言

近年来，有关本土化的讨论成为国内社会学界的热点（谢宇，2018；翟学伟，2018；周晓虹，2020）。在宗教社会学领域，围绕宗教经济模型（religious economy model）^①展开的类似争议早已存在。2004年，在《信仰的法则：解释宗教之人的

* 本文是国家社会科学基金青年项目“乡村文化治理的传承与转化研究”（23CSH013）的阶段性成果，同时感谢北京大学武汉人工智能研究院对论文写作的资助。文责自负。

① 宗教经济模型也被称为宗教理性选择理论（rational choice theory of religion）、宗教市场理论（religious market theory）、宗教经济论（religious economy arguments）等，但由于本文认为该范式的核心在于理论建模，故选择宗教经济模型这一称谓。该理论以理性人假设为起点，认为宗教信仰是一种理性选择，反对世俗化范式关于现代化导致宗教衰落的观点，并借用经济学的理论建模方法建立起一套系统性的规范模型，对宗教的社会科学研究产生了深远影响（吴越、卢云峰，2022）。

方面》的中文版序言中,斯达克(Rodney Stark)和芬克(Roger Finke)写道:

如果一个宗教社会学只能适用于西方国家,就像一个只能应用于美国的物理学,或者一个只适用于韩国的生物学,那同样都是愚蠢可笑的。在这部理论著作中我们试图系统阐述能够适用于任何地方的命题——就跟它们足以解释加拿大的宗教行为一样,它们足以解释中国的宗教行为。(斯达克、芬克,2004:1)

这段论述体现出他们试图构造一个普适性理论的雄心,但这种雄心在欧洲和中国都遇到了挑战(Lechner, 1996; Bruce, 2000; Lu & Lang, 2010; Klein & Meyer, 2011)。卢云峰(2008)认为该理论具有浓厚的基督教中心主义色彩,其微观、中观和宏观层面的很多命题在非排他性宗教占统治地位的华人社会中都难以成立。如果说这一批评还比较温和的话,那么之后很多学者的批评则更加激烈。比如,一些学者认为宗教经济模型影响力不大,因此不必过分关注;还有一些学者认为该模型不过是一个隐喻,难以被称为一个理论。^①

无论是温和的还是激烈的,上述的批评意见都围绕宗教经济模型在中国的适用性或者本土化,即该模型是否应该或能够应用于解释中国宗教现象的问题展开。与这些意见不同,本文将视角转换到基于中国经验的研究如何能够完成对该理论的超越上。换句话说,我们关心的不再是某个社会理论的本土化问题,而是本土研究应如何推动学科知识的整体性前进。宗教经济模型只不过是一个案例。为了达到这一目的,本文先梳理该理论的缘起、贡献及其在中国的应用,然后重点探讨如何从中国经验出发,超越这一重要的理论范式。本文认为,宗教经济模型的真正价值在于其发问中对宗教实在性和系统性的重视及其理论建模研究方法。虽然它基于美国经验和基督宗教的观点存在许多不足,但是我们可以在充分理解其问题视阈和研究方法的基础上与之正面交锋,突破其当前的前提假设和理论逻辑(例如关注中国宗教的兼容性和混合性等特征),并据此构建新的理论模型。需要强调的是,本文的这种超越没有止步于在适应本土经验现实的过程中构建特殊的本土理论,而是坚持学

^① 此类批评的典型观点可参见2009年英国威尔士大学和2013年中国农业大学所组织的圆桌会议的主要内容,两次会议均以探讨宗教市场理论与中国宗教研究的关系为主题,汇聚了大量研究中国宗教的海内外知名学者,且基本都对该理论持批判态度。具体可参见渠敬东等(2014)的综述文章,以及期刊《宗教》(*Religion*)2011年第41卷第4期的一系列文章。

科问题意识,致力于构建一个更具一般性的理论解释体系,推动学科知识的整体性前进。

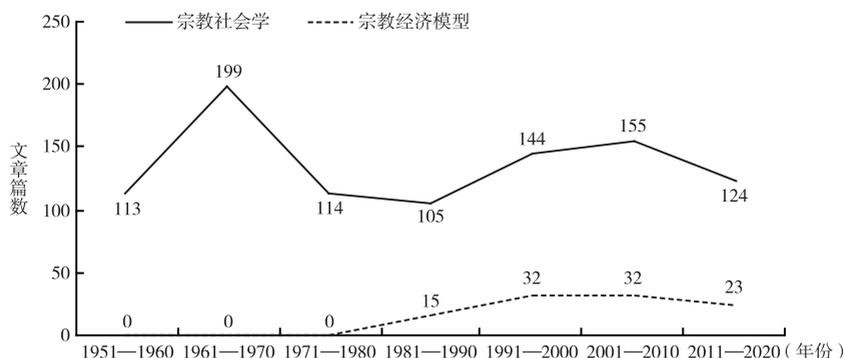
二、宗教经济模型的发展脉络及其在中国的应用

宗教经济模型真的无足轻重吗?答案是否定的。自斯达克等人提出该理论之后,它很快打破了世俗化范式在宗教社会学理论中的统治地位,沃纳(Stephen R. Warner)称之为宗教科学研究的“范式革命”(Warner,1993)。从某种意义上讲,宗教经济模型让日渐式微的宗教社会学起死回生。图1大致呈现了20世纪50年代以来美国“社会学三大刊”(American Journal of Sociology, American Sociological Review, Social Forces)有关宗教社会学的刊文情况,我们可借此一窥宗教议题在主流社会学界的兴衰。^①20世纪60年代左右是世俗化范式最为兴盛的时期,因此出现了一个发表的峰值。但由于世俗化范式长期占据主导地位,宗教被视为注定消亡的前现代产物,因此宗教议题在社会学中的地位在那之后便一落千丈。直到20世纪80年代以来,随着宗教经济模型的崛起,宗教社会学才迎来了新的发展(Stark & Finke,2000)。表1统计了20世纪80年代以来美国“社会学三大刊”中与宗教经济模型相关的文章数量占宗教社会学相关论文数量的比例,总体约为五分之一,其中《美国社会学评论》(American Sociological Review)刊发此类文章的比例最高,达到41.7%,足见这一新范式对宗教社会学学科发展的重要性。因此,如何超越这一范式,其意义已再不局限于范式之争,而是整个宗教社会学学科的方向性问题。

在中国,直到21世纪初,宗教经济模型才在中文学界掀起研究热潮。一些学者称其为宗教社会科学的“哥白尼革命”(魏德东,2010),认为这一范式不仅有利于更好地理解中国宗教,以科学取向研究宗教与社会的真实关系,而且也能通过研究中国宗教拓宽宗教社会学的研究视野,摆脱以往宗教社会学沦为“基督宗教社会学”的困境(卢云峰,2008;李向平、杨林霞,2011)。其中,梁景文(Graeme Lang)等人的研究颇具开创性。梁氏自20世纪90年代就开始运用宗教经济模型研究以“黄大仙崇拜”为代表的中国民间信仰,用人口市场规模、社

^① 具体的检索方法为:在这三个刊物的官网使用“religion”“religious”“church”“faith”为关键词检索文章的篇名和摘要部分,并以此推断宗教社会学相关的文章数量,再从中以“rational choice”“economic model”“market theory”为关键词进行二次检索,以此推断宗教经济模型相关的文章数量。

会不平等和宗教制度化等因素来解释扶乩以及占卜的发展与变迁 (Lang & Ragvald, 1998); 以公司经营和市场竞争的逻辑来解释庙宇如何吸引信徒 (Lang et al., 2005), 尤其关注庙宇管理者如何像企业家一样处理政府关系、打造品牌声誉和开发差异性商品 (Chan & Lang, 2011)。他们也在对中国宗教的研究中发展了宗教经济模型, 例如在揭示教派在华人社会中的演化机制时, 以国家管制视角代替传统的国家支持视角 (Lu & Lang, 2006), 并以此指出中国宗教之弱排他性等特点对宗教经济模型的挑战 (Lu & Lang, 2010)。遗憾的是, 这些研究大多属于对宗教经济模型的本土化应用。尤其是, 对理论建模 (theoretical modeling) 的忽视使这些研究未能与宗教经济模型展开真正深入的对话。



数据来源: 根据期刊官网数据整理而成。

图 1 1951—2020 年美国社会学三大刊有关宗教社会学/宗教经济模型的文章数量

表 1 20 世纪 80 年代以来美国社会学三大刊相关文章数量合计

期刊(1981—2020 年)	宗教社会学相关	宗教经济模型相关文章占比
《美国社会学杂志》(<i>American Journal of Sociology</i>)	230	12. 2%
《美国社会学评论》(<i>American Sociological Review</i>)	60	41. 7%
《社会力》(<i>Social Forces</i>)	238	20. 6%
合计	528	19. 3%

数据来源: 根据期刊官网数据整理而成。

这种遗憾在其他批判性观点中也同样存在。当前学界对宗教经济模型在中国语境下的适用性主要有两种批判路径。一是隐喻论, 即认为宗教经济模型只是一种经济隐喻 (economic metaphor), 而不是一种新的方法或理论, 其经济学概念只是一种修辞策略, 而没有产生任何新的见解。但实际上, 隐喻论忽视了宗教经济模型的理论建模, 只从字面含义来理解该理论, 因此是一种建立在误解基础

上的批判,而不是一种真正的超越(吴越、卢云峰,2022)。二是寻找替代性解释,主要有宗教礼物论和宗教生态论两种。宗教礼物论从莫斯(Marcel Mauss)的礼物理论出发,认为人神之间的交换是礼物交换,而不是宗教经济模型所说的商品交换,宗教中存在的是礼物经济而非商品经济(汲喆,2009;Palmer,2011)。该理论指出,宗教生活离不开礼物交换所维持的社会相互性关系,而礼物的内在价值正是基于集体的神圣性(吴越,2020)。宗教生态论则是一种本土理论,该理论诞生于中国学界对基督教兴起的解释,强调国家对宗教的内生性影响(吴越、卢云峰,2019;李华伟,2023;曹南来,2023)。与宗教经济模型认为政府放宽管制而促使基督教迅速占据市场份额不同(Stark & Wang,2015),宗教生态论认为基督教的兴起恰恰是由于历次政治运动影响了本土信仰,从而导致基督教趁机崛起(Sun,2017)。宗教礼物论和宗教生态论这两种替代性解释在某些具体论题上提供了不同于宗教经济模型的解释,但很难说它们完成了对该模型的实质性超越。我们认为,要真正超越宗教经济模型,就必须在理解该理论的贡献与局限的基础上进行,也就是“拓其问、存其法、疑其论”。

三、拓其问:宗教经济模型在问题意识方面的贡献与局限

一个范式怎样提问题,有时候比它解决了什么问题更重要。“拓其问”是指一方面保留和借鉴宗教经济模型的问题意识,尤其是它对宗教实在性和宗教系统性的重视;另一方面则注重拓展其问题意识,例如突破过窄的宗教定义,关注宗教作为自变量的社会影响以及宗教与世俗制度的互动关系,等等。

(一)对宗教实在性与宗教系统性的重视

宗教经济模型以理性人假设为起点,认为宗教信仰是信徒在有限的信息范围内受制于可行的选项、基于自身的偏好和品味而尝试做出理性选择的结果(Stark & Finke,2000)。这一假设常被质疑消解了宗教的实在性。一些学者认为它将“宗教人”还原为“经济人”,把“神圣的宗教”视为“世俗的商品”(Bruce,1993)。还有一些学者认为,即使宗教是理性的,那也应该是韦伯意义上的“价值理性”,而非强调成本—收益计算的“工具理性”(Sharot,2002;Hamilton,2011)。然而,这些质疑其实是对理性人假设的误解。

斯达克等人指出,启蒙运动催生了敌视宗教的“原始头脑”论,霍布斯、休

谟、孔德、斯宾塞等都认为宗教是人类早期的非理性产物(Stark & Finke, 2000)。“原始头脑”论在弗洛伊德和涂尔干的发展下演变为宗教幻象论,即宗教本质上是心理过程或社会过程的反映,宗教的奥秘就是人所创造的神灵反过来主宰了人类自身,一个理性的宗教研究者就是要揭露宗教的人为虚构性(Stark & Finke, 2000)。受其影响,世俗化理论的代表学者贝格尔(Peter L. Berger)认为,宗教的意义在于将人造的法则替换为一套宇宙的秩序,即编织出一张“神圣的帷幕”,给社会实在赋予终极的、普遍的、神圣的合理性(贝格尔,1991)。对此,斯达克等人提出,世俗化理论指出了社会的实在性,但否定了宗教的实在性(Stark & Finke, 2000),他们反对世俗化理论所预设的“非理性宗教心智”(Stark & Finke, 2000:43),反对将宗教作为心理或社会的附属现象(Finke & Stark, 1992)。理性人假设的本质恰恰在于承认宗教的实在性,承认宗教自身的信仰逻辑,进而将宗教与世俗共同放在“理性选择”的框架内,把宗教理解为理性的、明了情况的行动者对“宗教回报”的追求,就和他们“世俗回报”的追求一样。

除了捍卫宗教实在性之外,宗教经济模型还重视宗教系统性,即贯通宗教的微观(信徒)、中观(宗教组织)和宏观(市场与文化)层面,将微观的信仰选择、中观的组织动力学和宏观的市场供给竞争结合在一个系统性的分析框架内。然而,许多学者却误认为该范式缺乏系统性,例如沙罗特(Stephen Sharot)认为宗教经济模型从心理认知的个体层面到组织互动的社会层面是断裂的(Sharot, 2002),班克斯通(Carl L. Bankston III)也认为该范式没有调和个体理性与集体理性之间的矛盾(Bankston III, 2003)。这种误解源于他们忽视了从理性人假设到俱乐部模型、供给侧模型等理论命题之间的环环相扣。

宗教经济模型认为,作为理性人,我们总是有所需求,但有些需求难以在此世中获得,比如永生。为了满足这些需求,宗教构造了一套有关来世、永生和救赎的解释。从经济学的视角来看,这些关于来世的解释具有高度不确定性,因为从来没有人从彼岸回来验证它。为了增强对这套解释的信心,有些个体选择加入聚会型组织来集中管理风险(Stark & Finke, 2000),于是宗教就成为一种特殊的俱乐部产品(club goods)。这降低了信息不对称的风险,提升了宗教参与的价值,但它的弊端是产生均衡效用的次优问题和搭便车问题,最终损害集体产品的质量。因此,理性的组织会提升其自身的严格性,利用牺牲(sacrifice)和污名(stigma)等方式将个体参与的外部效应内部化,即个体参与的溢出效应原本不在个体自身的计算中,但通过惩罚机制的加入,理性的个体就会重新权衡自身的付出与回报,从而减少搭便车行为(Iannaccone, 1992a, 1997)。

简言之,宗教组织通过增加宗教参与的机会成本提升了自身的严格性(strictness)和宗教收益的排他性。具体的严格性水平构成了宗教组织与世俗社会的张力(tension)水平,从而区分出“高张力的教派”和“低张力的教会”(Stark & Finke, 2000)。由于“高张力”意味着更高的严格性水平和更深广的委身性,也就是信徒投入宗教生产的付出会更多,因此教派往往比教会更加强大大(Iannaccone, 1994)。从社会整体的层面而言,作为供给侧的宗教组织只有在去管制化的市场中自由竞争,才能诞生多元的严格性水平,从而使各种偏好区位的信徒都能找到合意的宗教组织,最终提升社会整体的宗教活力水平,这就是宗教的多元竞争带来宗教兴盛而非宗教衰弱的原因(Iannaccone, 1998; Finke & Stark, 2003)。可以看到,宗教经济模型弥合了个体与集体、微观与宏观的割裂,将个体的委身性、组织的严格性和排他性、市场的管制程度等多个层面的宗教现象连接在了一起,进而构成一套系统性的理论。

(二)问题意识的局限与拓展方向

宗教经济模型在发问上对宗教实在性和宗教系统性的重视值得借鉴,但它的问题意识也存在一些局限,因而在超越这一范式时必须对其予以拓展。

首先,在宗教概念的界定上,斯达克等人窄化了宗教研究的问题意识,仅仅将基督宗教等排他性宗教纳入研究视野(卢云峰, 2008; Lu & Lang, 2010)。他们认为,巫术对超自然力量的操纵和对自然力量的使用没有本质差异,使役精灵类似于使役动物和仆人,因而巫术在本质上是机械式的,而非宗教式的(Stark & Finke, 2000)。沙罗特指出,这种界定将强调现世回报的宗教、多神论的民间信仰、提供私人服务的巫筮行业、嵌入于社区的混合宗教等宗教形式统统归入非宗教的巫术类别中,只留下了排他性和聚会型的宗教,因而具有强烈的“美国性”,忽视了现代西方宗教之外的问题(Sharot, 2002)。因此,我们有必要通过囊括更多的宗教类型来拓展其问题意识,但采取的方式并非仅仅在概念上做本土化的转变,而是如下文“疑其论”一节所述的那样建立新的理论模型。实际上,斯达克等人狭窄的宗教定义正是源于当前理论模型只能涵盖基督宗教这类排他性、独立性的宗教。对宗教定义的拓展意味着对理论模型的前提假设做出更改,而这要求我们建立相应的新理论模型。

其次,斯达克等人对宗教实在性的重视使其过于关注宗教的现代性命运问题,即把宗教作为因变量,去看各种因素对宗教变迁的影响,但相对忽视了宗教作为自变量的情况;即使对宗教作为自变量的情况稍有关注,也主要是研究宗教

的正功能,比如宗教对精神健康、社会改革、社会稳定的正面影响(Barker, 1989; Stark & Bainbridge, 1997),几乎不涉及宗教的负功能。为了更加科学全面地理解宗教,我们必须客观地看待宗教的社会后果:例如宗教如何通过歧视性符号边界制造了刻板的家庭形式、性别观与性取向(Edgell, 2005),如何通过群体排斥成为社会的非整合力量(Edgell, 2012),以及马克思所论述的宗教作为“人民的鸦片”如何在历史上束缚了社会进步与变革(张志刚, 2021),等等。马克思主义宗教观能够很好地拓展宗教社会学的问题意识,我们既要正视宗教长期存在的客观事实,不忽视宗教的发展与作用,也不能陷入护教性质的宗教研究,而是要辩证地看待宗教在现代中国的命运以及宗教对现代中国社会的正反作用。

最后,斯达克等人对宗教系统性的强调使其忽视了宗教与外部世俗制度的关系,突出表现在过于强调宗教内部的信徒之间、组织之间以及信徒与组织之间的互动关系,而较为忽视宗教与外部的政治、经济、文化、道德制度的互动关系。这与上述宗教作为自变量或因变量的研究有所不同,即并非强调宗教单方面所产生或所受到的影响,而是强调宗教与外部系统的开放性关系。例如,宗教组织不只与其他宗教组织存在竞争关系,还与世俗组织存在竞争关系,体现在政府的公共福利支出对于教会的慈善捐献具有挤出效应(Hungerman, 2005)、宗教组织与市场组织之间存在替代效应(Hungerman, 2012)、世俗组织的参与机会与信徒的宗教参与存在负相关关系(Gruber & Hungerman, 2008),等等。又如,国家与宗教具有复杂的内生性关系,国家并不仅仅是一种通过宗教管制或支持政策来影响宗教市场供需关系的外生因素(Sun, 2017),还是一种本身就带有宗教性的内生因素,即国家与宗教并非“恺撒”与“上帝”的二分关系,而是一种互相影响的非二元关系(梁永佳, 2015)。宗教在现代民族国家建构中的作用非常值得研究,比如印度的宗教民族主义、神道教与日本现代民族国家建构之间的关系等,这恰恰是宗教经济模型所忽略的。基于此,我们必须超越仅仅关注宗教内部系统的问题意识,将研究视野拓展到宗教与外部系统的互动关系中,也就是将系统性的问题意识拓展到宗教所处的整个社会系统之中。

四、存其法:理论建模的逻辑与价值

“存其法”是指延续宗教经济模型的研究方法,并在此基础上对其进行超越。有学者认为,一门学科的研究方法本身不应陷入本土化与国际化的争议,只

要它遵循现代社会科学以逻辑推理和实证为基础的学科规范,就应被视为这门学科推动自身知识积累的手段,其中的标准和目标应该是基于学科的,而不是基于文化的,更不是基于国别的(谢宇,2018)。从这个意义上来说,宗教经济模型的理论建模方法就是一种无关国别的科学研究方法,正是这一方法扩展了传统宗教社会学的边界。

(一)理论建模的含义与逻辑

宗教经济模型致力于破除社会科学学习以为常的“隐喻思维”,从“社会有机体”这类模糊的隐喻式理论走向清晰的、简约的、科学的理论(Stark,1997)。其中,理论建模是宗教经济模型最根本的方法特征,这一方法强调在已有理论和经验研究的基础上,用规范语言(数学语言、图像语言或逻辑缜密的自然语言)抓住经验现象的最主要机制,然后以此为基础建立相对简约和精确的理论模型,并以这一模型来解释、模拟和预测经验现象,再根据经验检验结果不断做出修正(赵鼎新,2006;刘世定,2018)。理论建模具有简明性、整合性、可积累性的特点,即追求以简驭繁的解释,注重已有洞见的整合,强调一般性知识体系的累进。

从理论建模的角度而言,理性人假设本身并不是一种解释,而只是一个起点,它假设了一个行动逻辑链条:行动者“选择”一定的“行动”,是为了“最大化”某种“目标”,而这一“选择”又必然“受制于”某些“条件”。这一链条可以帮助我们将其复杂的经验现象抽象为一些似真的(plausible)一般性机制,然后在经验观察中验证这些机制,从而使理论得到评估和改进(Hechter,1997)。例如,在宗教家庭生产模型中,根据理性人假设,家庭成员选择分配给宗教活动和世俗活动的时间与金钱的比例,是为了最大化从世俗商品、宗教商品中获得的总效用,而这一选择又必然受制于家庭总资产的数量。据此,我们便可构建家庭成员在信教方面的“目标函数”(objective function)和“约束函数”(constraint function),也就是通过函数的方式来表达行动者的目标和约束条件,并通过数学方法得出可验证的推论,而后续研究可用经验资料和统计模型(经验建模)去验证这些推论,进而证实或证伪理论模型(Azzi & Ehrenberg,1975)。以“宗教家庭生产模型”为例,理论建模意味着,研究者需要首先根据已有研究界定模型中涉及的概念,然后构建理论模型并从中推论出研究假设,再从理论模型过渡到经验模型,即以经验模型检验所得出的研究假设,最终评估理论模型本身。这一过程可简述为四个步骤:概念界定(模型准备)——理论模型(模型设定)——研究假设(模型推论)——经验模型(模型检验)。

一个完整的理论建模包含了理论与经验之间的往复循环,既有理论层次的抽象化,也有经验层次的具体化,避免了从理论到理论的自说自话和从经验到经验的重复论证,同时为后续的研究指明方向,因而能真正推动一个研究议题在知识层面的进步。就此而言,理论建模是一套基于学科自身发展逻辑的科学方法。在运用该方法研究中国宗教时,当然要考虑其特殊性,但这绝不意味着要发明一套只适用于中国的学科规范。无论中国宗教有多么不同,它的研究意义仍在于推动学科整体的发展,而不在于成立一门只适用于中国的新学科。

(二)理论建模与视角转换——以供给侧模型为例

理论建模的方法思维允许我们跳出传统社会学习以为常的结构—主体(structure-agency)思维,不再只从结构位置和主体互动的角度去分析宗教组织和行动者之间的关系,而是将其转换为供给侧和需求侧的关系,将双方都视为理性行动者,进而建构相应的理论模型。这带来了视角的转换,即宗教不再是一种默认不变的公共品,而是一种受宗教组织供给水平影响的市场产品,因而理解宗教变迁不能仅仅从需求侧(个体的宗教偏好)的变化寻找答案,还应关注供给侧(宗教的产品质量)的变化,这就将宗教研究从需求侧转向了供给侧。

这一视角转换诞生了宗教经济模型最为知名的供给侧模型(也称“宗教市场理论”),它认为国家和社会对宗教经济的管制会影响宗教供给水平,进而影响宗教活力水平。在一个去管制化的宗教经济中,宗教组织的竞争不仅能提升宗教产品的质量,而且能使宗教产品更好地覆盖潜在的偏好区位,即满足更多的潜在需求,从而提高社会整体的宗教参与水平。在一个受支持的垄断宗教经济中,国家的干预使教会降低严格性水平,神职人员和信徒都会变得懒惰,前者缺乏吸引消费者的动力,后者缺乏委身的动力,因此宗教的供给水平就会下降。而在一个受压制的宗教经济中,宗教的供给受到限制,新宗教的进入成本太高,已有的宗教因缺乏竞争而失去创新的动力,因此宗教整体的参与水平不会很高(Finke,1997)。

(三)理论建模与动态研究——以教会—教派理论为例

理论建模以规范语言阐明了各因素之间的函数式关系,因而能够将类型学式的静态分析推向更具解释性的动态研究,宗教经济模型中的教会—教派理论模型就是典型的例子。它在既有的类型学基础上考察教会—教派演化的内在机制,继而利用严密的演绎逻辑将各种类型和连续统都整合在一个机制之中,将静

态的分析推向动态的研究(卢云峰,2013)。

斯达克等人指出,自特洛尔奇(Ernst Troeltsch)提出“教会”和“教派”的类型学概念后,很多学者据此构造了更复杂的类型学框架,例如威尔逊(John F. Wilson)先后提出了四种和七种教派,但这种类型学的细分意义不大,因为描述性概念没有太多分析性的意义,不能将概念当成理论(Stark & Finke,2000)。教会—教派理论的动态分析得益于宗教经济模型的系统性框架,从理性人假设出发,阐发了聚会型宗教组织严格性和信徒委身性的一体两面,揭示了教派在教会化过程中为何会降低与世俗社会的张力,从而将关于教派的类型学和连续统结合在一起,使教会—教派的区分不再是概念上的建构,而是从同一套假设和逻辑出发的演绎结果(Iannaccone,1988,1992b,1994)。这种方法的生命力在于不断推动理论解释的可积累性,避免过度的概念堆砌和“重复发明轮子”。

我们可以将这种动态的研究方法扩展到对中国宗教各种类型的“流动”,例如神灵流动、信徒流动和组织流动(卢云峰,2013)的研究之中。首先,在中国社会的信仰中,超自然存在可分为神、鬼、祖先三种类型,且三者相互之间可以发生转化(Wolf,1974)。如果我们用理论建模来分析这些类型的动态变化机制,就可以探寻人一神关系中神灵诞生与竞争的机制。其次,我们还可以从宗教偏好变化的角度来考察信徒的流动,即构造一个从“追求此世回报的灵验偏好”到“追求来世回报的超验偏好”的连续统,从而将信徒囊括在一个可动态定位的框架中。最后,中国社会的宗教组织和世俗组织会发生转化,我们可以用理论建模勾勒一个“世俗组织—宗教组织”的演化连续统,挖掘组织内世俗要素和宗教要素的消长逻辑,进而更好地理解类型边界变动背后的过程机制。

五、疑其论:理论模型的反思与超越

真正的超越应直面宗教经济模型的前提假设和逻辑方法。本文的“疑其论”部分即试图在此基础上对一些关键假设做出质疑和突破,以新的理论建模思路超越宗教经济模型,将宗教社会科学推向新的更具一般性的解释体系。

(一)排他性模型与兼容性模型

宗教经济模型主要关注排他性(exclusive)宗教所主导的宗教经济(Stark & Finke,2000),而对非排他的兼容性(inclusive)宗教则基本不加关注。艾纳孔

(Laurence R. Iannaccone)曾注意到这一问题,他论述了这两类宗教在理论建模上的异同,并指出后续的理论模型应重视兼容性宗教(Iannaccone,1995),只可惜这一倡导并未得到应有的重视。艾纳孔认为,排他性宗教和兼容性宗教都是理性人从“宗教回报的不确定性”这一前提出发进行理性选择的结果,只不过两者选择了不同的风险管理策略:前者选择了风险集中策略,从而走向了集体宗教(collective religion),又因集体产品的搭便车问题而必须提高收益的排他性;后者选择了风险分散策略,从而走向了个体宗教(private religion),又因个体产品的信息不对称问题而必须提高收益的多样性。可见,两类宗教体现了两种理论建模的逻辑链条,即“风险集中策略—集体宗教—排他性模型”和“风险分散策略—个体宗教—兼容性模型”。艾纳孔认为西方宗教(如基督宗教)多属于前者,当前的理论模型多聚焦于此;而东方宗教(如中国的民间信仰、^①日本的神道教)则多属于后者,其理论建模尚处于起步阶段(Iannaccone,1995)。

集体宗教将宗教视为一种准公共性的联合产品,即理性的信徒在自主选择的基础上,将彼此组织在一起形成教众/聚会(congregation)。神职人员和信徒共同参与到宗教产品的生产与消费中,通过成本和收益的集体性来集中管理风险,降低交易信息不对称所带来的不确定性。但这种集体性也使宗教组织(供给方)面临个体理性与集体理性的矛盾(如搭便车问题),因而必须提升自身的排他性,也就是提高成员资格所附带的代价(如奉献、牺牲和污名),从而形成以排他性为核心特征的宗教市场结构(Iannaccone,1992a,1997;Stark & Finke,2000)。个体宗教将宗教视为私人产品,可由一组个体生产并交易给另一组个体消费,其成本和收益具有天然的排他性,因此无需考虑搭便车等问题,但却必须处理信息不对称所带来的不确定性,而信徒的应对方式就是通过多样化的宗教投资/消费来分散管理风险。艾纳孔据此得出了一个命题:只要宗教公司提供的是私人产品,那么消费者为了规避风险就会同时光顾多家相互竞争的公司,从而使宗教投资组合呈现多样化的特征(Iannaccone,1995:289)。神职人员和普通信徒在此更接近商家与客户的关系,而非模糊了生产者和消费者边界的聚会成员关系,所以双方的理性考量都导向了兼容性,商家通过降低排他性来吸引客户,客户则通过提升多样性来分散风险。因此,以风险分散策略为起点对个体宗教的兼容性进行“理论模型(模型设定)”的构建,其首要任务就是对一些关键假设进行重构,也就是重新进行“概念界定(模型准备)”。

^① 例如算命、风水、占卜、巫医以及提供拜忏、法事等仪式服务的民间佛教等。

首先,从需求侧角度来说,排他性模型的一些核心概念(如委身性、成员资格等)并不适用于兼容性模型,因为信徒在此并不需要形成一个专门的、独立的组织来提升宗教回报的效用,这就使“排他性宗教身份”这一现有的宗教经济模型的关键前提不得不做出改变。一些学者很早就指出东亚的信徒大多数都无法识别自己的宗教身份,因为他们往往同时信奉祖先、佛陀、神道教等多种神灵(Morioka, 1975)。如图2所示,杜瑞乐(Joël Thoraval)曾形象地刻画出中国的排他性宗教归属观念只存在于神职人员,而对大量普通信徒来说,宗教身份可以是多样化的(Thoraval, 1996; 吴越, 2018)。

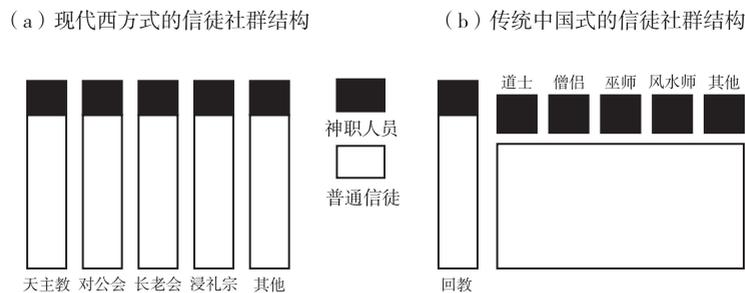


图2 中西方的信徒社群结构

从图2可以看出,本文所说的“兼容性”正是对宗教身份多样性的理论化推进。排他性模型关注神职人员和普通信徒一同构成聚会型组织的宗教,由于这种宗教的收益缺乏效用的可分割性,因而需要提升自身排他性来增强吸引力。而在兼容性模型中,神职人员仍具有排他性,其中道士和僧侣还会形成排他性组织,因而在历史上(尤其是唐朝以前)也曾发生激烈的宗教冲突,但这与本文的“兼容性”概念并不冲突。因为这里的兼容是指普通信徒(需求侧)与神职人员(供给侧)所形成的客户型关系具有内在的效用可分割性,也就是宗教产品所产生的收益具有天然的排他性,因而双方无需再合谋形成聚会型组织,这就使得普通信徒和神职人员都以兼容性为前提来最大化自身的收益。在排他性模型视角下,只有图2b(除回教外)的黑色部分(神职人员)属于中国传统宗教,这显然不符合中国宗教的历史与现状。而在兼容性模型的视角下,前面缺失的一大块白色部分(普通信徒)所代表的中国人最普遍的宗教行为才得以进入宗教社会学的分析框架中,并获得进一步理论化的可能。

为此,一些学者提出以“神灵本位”(deity-based)代替“宗派本位”(denomination-based)来测量中国人的宗教性,并在实践中证明了这一方案能够

更好地掌握中国宗教的真实状况(张春泥、卢云峰,2018;卢云峰等,2019;Zhang & Lu,2020)。这种强调信仰实践而非成员资格的方案之所以有效,就是因为它抓住了个体宗教需求侧的兼容性特征。普通信徒为了规避风险而选择了宗教投资的多样化,这使得他们无需向宗派这种中介集团效忠,而是直接从神灵那里获得宗教商品和服务。在此,“心诚”构成了一个与“委身”相对应的概念,它既涉及主观的宗教情感,也有一些客观的指标(供物、捐献等),但“心诚”强调的是坦诚、真诚、诚实,而不是“委身”意义上对宗派的排他性“忠诚”(卢云峰,2008)。在中国,除了在家修行,信徒“心诚”的代表性实践就是“进香”,也就是对各地庙宇的参拜。但与排他性的聚会型组织不同,进香所形成的是一种由香头、香客、烧香点(寺庙)构成的弱组织性、强兼容性的进香网络(Sangren,1987)。总之,兼容性模型在需求侧层面要注重围绕信徒与神灵的私人关系、信徒的自我组织方式和身份认同、信徒与神职人员的交换关系等特点进行概念化,从而突破排他性模型的理论预设。

其次,从供给侧角度来说,现有模型的一些关键假设也要做出改变,其中最重要的问题就是不同宗教如何在吸引信徒上展开竞争。在排他性模型中,组织的“严格性”是分析供给侧竞争策略的重要概念,它代表了组织为提升宗教回报而对加入者需付出的世俗代价的要求程度,不同宗教以不同的严格性进行差异化竞争,从而满足不同偏好的信徒群体(Montgomery,2003)。但对个体宗教来说,要求信徒为加入组织而付出高昂代价既无必要也不现实:一是因为个体宗教的神职人员大多并不形成专门的组织,且即使形成组织也几乎不吸纳普通信徒,无需面临搭便车问题;二是因为个体宗教的回报是私人性的,其风险降低依靠的是分散性策略而非集中性策略(Iannaccone,1995)。因此,个体宗教的竞争策略不是基于严格性,而是基于“灵验”,也就是更强调宗教回报的此世性。个体宗教面对的是投资多样化的信徒,虽然这些信徒也追求来世回报,但供给方无法通过集体生产的信息对称化来增强回报的可信度,而是只能采取增加此世回报的方式来增强信徒的投资信心,即通过灵验来塑造自身的“品牌效应”。

这一从兼容性到灵验的逻辑链条,也揭示了东方宗教为何注重生与死的连续性(Watson,1988),因为只有打通此世和来世,让人的灵魂和神、鬼、祖先一起自由流动,才能为灵验提供信仰基础。我们可从中国人的“果报观”来理解灵验,果报不仅与基督宗教的救赎之报(如永生)相似,还包含了现世报、轮回报、承负报等“因果报应”(Yang,1957),后三种分别指向自身、来生和后代子孙,都强调此岸世界的应验。在基于灵验而竞争的宗教市场中,即使集体宗教也必须

遵循这一原则,例如基督新教在近代中国的传播过程中就注重利用医病、驱鬼、经济机会、政治庇护等此世回报吸引信众(Klein,2011)。从对灵验的分析可以看出,这是理性化策略的不同而非理性与否的不同,虽然排他性模型将灵验视为非理性的巫术崇拜(Stark & Finke,2000),但兼容性模型却能帮助我们理解其中的逻辑链条,当然我们也还需进一步将这些逻辑链条概念化和模型化。

(二)独立性模型与混合性模型

艾纳孔正确指出了宗教经济模型的局限在于仅仅关注排他性模型而忽视了兼容性模型,但没有注意到现有理论模型的另一大弊端,即仅仅关注独立性模型而忽视了混合性模型。这里涉及的关键假设的出发点不是降低风险的理性化策略,而是宗教收益与世俗收益的关系:在独立性模型中,两者是非此即彼的对立关系,但在混合性模型中,两者却可以融合互补。与上文对兼容性模型的讨论一样,对混合性模型的讨论也涉及两类宗教(独立宗教与混合宗教)的逻辑链条差异,而这种差异要求我们提出新的概念和模型。

独立宗教(institutional religion)和混合宗教(diffused religion)的概念由杨庆堃提出,前者的宇宙观、仪式体系和成员身份独立于世俗制度,主要包括基督宗教、佛教、道教和巫筮职业等,而后者的宇宙观、仪式体系和成员身份则混合于世俗制度,主要包括祖先崇拜、社区神崇拜、行业神崇拜和国家神崇拜等(Yang,1961)。在中国社会,混合宗教长期占据主导地位,而独立宗教只占次要地位。原因在于混合宗教与儒家政权的社会—政治—伦理体系相辅相成,是传统中国国家国—体结构的组成部分,而独立宗教则面临着世俗政权的管制(Yang,1961;卢云峰,2019)。在宗教经济模型中,“张力”概念占据着核心位置,这一概念预设了宗教收益和世俗收益的零和博弈关系,也是其核心理论模型教会—教派理论的基础;教会—教派理论认为宗教会随着其组织规范与世俗规范的偏离程度而在“低张力—教会”和“高张力—教派”之间来回运动(Iannaccone,1988)。然而,从上述两种宗教的性质可以看出,其实只有独立宗教才面临着与世俗社会的张力问题;而在混合宗教中,宗教与社会是融合在一起的非零和关系,如祖先崇拜与家族、社区神崇拜与村庄都共享着同一套观念体系和组织体系,因而并不存在组织规范或成员身份上的张力。

从理论建模的角度来说,混合宗教与世俗社会的非零和关系要求我们考虑宗教收益和世俗收益相互促进的情况,这就涉及对独立性模型的目标函数与约束函数进行重构。由于宗教消费和世俗消费在混合性模型中不再相互独立,因

而目标函数(总效用)需要新的构建方式,同时约束函数也不再遵从此消彼长的零和博弈逻辑。需要注意的是,这里的混合性与“嵌入性”(embeddedness)既有联系也有区别,谢卡特(Darren E. Sherkat)曾提出,宗教经济模型忽视了宗教生活在地方社群中的嵌入性,即信众的宗教生活与其世俗生活是紧密结合在一起的,而不是相互分离的。因此,研究者需要借鉴经济社会学对古典经济学的修正,将宗教经济视为和市场经济一样具有嵌入性,将“脱嵌”(disembedding)的市场分析重新嵌入到社会与文化之中(Sherkat, 1997)。他据此提出新的理论模型,一方面将个体宗教偏好受到的社会文化制约作为嵌套因素放入宗教效用模型,另一方面也将个体宗教消费中的社会动机组建为社会效用模型,最后将两者联立为“嵌入性宗教选择模型”(embedding religious choice model)(Sherkat, 1997)。本文提出的混合性模型在未来的发展过程中可以借鉴谢卡特的建模思路,例如对嵌套模型和联立方程模型的使用,但也要注意混合性与嵌入性的关键区别,那就是嵌入性仍基于自主选择性,而混合性则是基于非选择性。

这种非选择性涉及混合宗教的本质特征,即宗教纽带与社会纽带的合一性(卢云峰、吴越, 2018),例如祖先崇拜、社神崇拜与血缘、地缘纽带一致,行业神崇拜与业缘纽带一致,国家崇拜(如天/天命)与民族纽带一致。这种天然的圣俗统一性使混合宗教成为一种非选择的宗教,成员因社会身份而自动获得宗教身份,且几乎不可更改。从这一点来说,混合宗教实际上是一种非选择性的集体宗教,而西方基督宗教则是选择性的集体宗教。沙罗特(Sharot, 2002)据此指出了艾纳孔等人仅仅将东方宗教视为个体宗教的谬误,认为混合宗教也是一种集体生产的宗教产品,但与基督宗教不同,它的“聚会型组织”就是家族、社区、行会、民族等社会共同体。因此,混合宗教也具有集体宗教的排他性,比如一个家族不会祭拜另一个家族的祖先,再比如使用奖惩手段来处理搭便车问题,但这种排他性并不是来自理性选择,而是来自非选择性,故而混合性模型的构建也需要考虑这种非选择排他性。

除上述的非零和博弈性与非选择排他性这两个特质外,混合性模型还有一个关键的特质,那就是它与兼容性模型相结合的可能性。杜瑞乐和沙罗特都提到,中国混合宗教的成员由氏族、地缘、职业等社会纽带组织在一起,但他们的信仰和仪轨大量吸收了佛教、道教、巫筮等独立宗教的元素(Thoraval, 1996; Sharot, 2002)。同时杨庆堃还指出,混合宗教的集体性使其关注公众利益而非个体利益,例如祖先崇拜主要是为了促进家族整体利益而存在,因而个体在满足自身特殊需求时就不得求助于独立宗教(Yang, 1961: 301)。可见,混合宗教虽然具

有集体宗教的排他性,但它排斥的只是成员资格,而对信仰和仪轨则具有兼容性,同时它也不反对成员通过其他宗教获得满足,当然这些其他宗教往往具有个体性(佛道教对于普通信徒来说也可视为一种个体宗教)。换言之,混合宗教的成员因非选择的集体性而需要通过加入其他宗教来分散风险,而对个体宗教的兼容就是这种理性选择的结果。混合性模型与兼容性模型相结合的可能性也体现了理论建模通过模型推论得出命题假设的能力。以中国宗教经验为对象,上述推论可以得出“混合宗教与个体宗教具有兼容性,但与独立性集体宗教(如基督教、伊斯兰教)具有排他性”的命题。后续的研究可借助经验数据对其加以验证,推动理论建模的完善。

六、结论与讨论

综上所述,若要真正超越宗教经济模型,我们必须“拓其问、存其法、疑其论”,即保留并拓展其问题意识、学习其理论建模的研究方法、质疑其理论观点,并提出新的理论模型。同时,这一借助理论建模方法的超越方式也为我们提供了关于宗教社会学理论本土化的新思考。所谓的本土化在本质上仍是宗教社会学整体发展的一部分,我们对本土的关怀应基于学科视野而非国别视野。从中国宗教经验出发的理论超越应指向完善这门学科的知识体系,而非指向创造只适用于中国的特殊知识。这与中国化的马克思主义宗教观是相通的,即以辩证唯物主义看待宗教的社会存在,以科学取向的方法来分析宗教发展及其与社会的真实关系。

我们应该正视宗教经济模型的问题意识和研究方法。为此,“拓其问”澄清了理性人假设对宗教实在性的捍卫,肯定了宗教经济模型对宗教微观、中观和宏观系统的打通,同时也注意到它对宗教定义的窄化以及对宗教影响的片面化理解等问题。“存其法”呈现了宗教经济模型的理论建模方法,这是该范式最为关键的特征。理论建模方法强调用规范语言和演绎逻辑建立理论模型,再以经验模型予以修正,既有理论层次的抽象化,也有经验层次的具体化,同时也为后续的研究指明方向。与此同时,我们认为宗教经济模型对供给侧视角和动态研究的重视也能为中国宗教研究提供新的启示。

本文将理论建模放在核心位置,并不是一种方法本质主义,也不是以方法的本土化应用来代替理论的创新。因为本文所定义的“超越”是一种积累性的学

科知识体系演进,而非不断地推倒重来。在此意义上,理论建模的简明性、整合性和可积累性正契合了这一目标。在宗教研究领域,宗教经济模型作为科学取向的理论范式长期以来一直受到人文取向理论范式的批判,在国内学界尤其如此。这些批判并非没有意义,它们确实指出了该范式的很多不足,但我们一直缺少一种科学取向的批判视角。在这一范式传入中国的时候,梁景文等人运用定性研究的方法尝试对其进行超越,取得了一定的成果(Lang & Ragvald, 1998; Lang et al., 2005; Chan & Lang, 2011; Lu & Lang, 2006, 2010),但依然缺乏对其关键的理论建模方法的掌握,因而没有实现科学意义上的超越。因此,本文认为,对宗教经济模型的超越,其根本目标在于积累和拓展已有的一般性知识体系,从而推动宗教研究范式的革新和学科进步。

在“拓其问”“存其法”的基础上,“疑其论”阐述了如何通过关键假设和理论模型的突破实现对宗教经济模型的真正超越,尤其揭示了中国宗教研究在此所具有的重大潜力。首先,现有理论模型仅关注排他性模型而忽视了兼容性模型。前者针对采取风险集中策略的集体宗教,后者针对采取风险分散策略的个体宗教。由于逻辑链条的不同,兼容性模型不适合采用委身性、改教、严格性等排他性模型的核心概念,而是需要围绕神灵本位、心诚、灵验等新的前提假设进行理论建模。其次,现有理论模型仅关注独立性模型而忽视了混合性模型。前者强调独立宗教与世俗社会的张力,后者强调混合宗教与世俗社会的非零和博弈关系,因而混合性模型需要构建新的目标函数和约束函数,同时还需要考虑非选择性这一特质。最后,混合性模型与兼容性模型还具有相互结合的可能,混合宗教的非零和性和非选择性促使信徒将个体宗教作为降低风险的理性选择,这充分体现于中国混合宗教与独立宗教(佛道教及巫筮信仰)的密切关系上,两种模型的内在关系也是今后理论建模的重点。

本文所强调的超越正是对理论的前提条件和关键假设进行识别和分析,进而构建新的理论模型。例如,对中国个体宗教中人神关系和组织归属的非排他性的强调,是对个体宗教作为私人产品而非集体宗教那样的准公共品的识别,也有助于揭示其信徒为何采取分散风险的效用最大化策略。再如,对中国混合宗教的强调是对混合宗教与世俗社会的嵌入性关系的识别。与脱嵌性的独立宗教相比,混合宗教的信徒采取了兼容宗教收益与世俗收益的效用构成逻辑。当然,这种基于中国经验的理论建模并不是为了强调中国与西方的二元分立,毕竟中国与西方都同时存在上述的四种宗教类型,只不过内部占主导的类型有所不同。我们真正想强调的是:理论建模的本质在于不断提升理论模型的一般性,并在识

别不同的前提假设过程中诞生新的中层理论,而这些中层理论的积累有助于我们理解新的经验事实。

实际上,以理论建模超越宗教经济模型不仅是为了推动中国宗教研究的发展,更是为了促进社会学本土化与国际化两种视角的统合,也就是走向理论的一般化而非特殊化。在此过程中,我们不应将国别本身理解为一种区分理论根据,而是应当将各个国家所承载的历史、文化、民族等因素理解为理论的前提、条件和假设,对这些要素的识别和分析才是超越旧理论之局限、重构新理论之基础的关键。在这种统一的社会科学框架中,已经没有一套只属于本土的理论,也没有一套无条件的国际化理论,无论是以发展“本土”理论拒斥国际化,还是以引进“国际”理论否定本土化,本质上都是以“特殊”取代“一般”,因而都是不恰当的。故此,本文认为“坚持本土关怀、立足学科视野”是破解本土化与国际化之争的有力方式。当我们以这种方式来看待基于中国经验的理论建模时,这一建构理论的过程就不再只是一种理论的本土化,而是一般化知识体系的完善,即本土理论本身就是学科理论累进式发展的一部分。

参考文献:

- 贝格尔,彼得,1991,《神圣的帷幕——宗教社会学理论之要素》,高师宁译,上海:上海人民出版社。
- 曹南来,2023,《都市宗教的区域生态:反思基督教研究的方法论》,陈进国主编《宗教人类学》第八辑,北京:社会科学文献出版社。
- 汲喆,2009,《礼物交换作为宗教生活的基本形式》,《社会学研究》第3期。
- 李华伟,2023,《寻找宗教市场论与宗教生态论的“神同”之处》,陈进国主编《宗教人类学》第八辑,北京:社会科学文献出版社。
- 李向平、杨林霞,2011,《宗教、社会与权力关系——“宗教市场论”的社会学解读》,《华东师范大学学报(哲学社会科学版)》第5期。
- 梁永佳,2015,《中国农村宗教复兴与“宗教”的中国命运》,《社会》第1期。
- 刘世定,2018,《社会学研究中的理论建模》,北京大学社会学系春季学期课程讲义。
- 卢云峰,2008,《超越基督宗教社会学——兼论宗教市场理论在华人社会的适用性问题》,《社会学研究》第5期。
- ,2013,《从类型学到动态研究:兼论信仰的流动》,《社会》第2期。
- ,2019,《论“混合宗教”与“独立宗教”——兼论〈中国社会中的宗教〉之经典性》,《社会学研究》第2期。
- 卢云峰、吴越,2018,《略论瓦哈对杨庆堃之宗教社会学研究的影响》,《北京大学学报(哲学社会科学版)》第6期。
- 卢云峰、吴越、张春泥,2019,《中国到底有多少基督徒?——基于中国家庭追踪调查的估计》,《开放时代》第1期。

- 渠敬东、卢云峰、梁永佳等,2014,《有关“宗教市场理论”的一次圆桌讨论》,《中国研究》第19期。
- 斯达克,罗德尼·罗杰尔·芬克,2004,《信仰的法则:解释宗教之人的方面》,杨凤岗译,北京:中国人民大学出版社。
- 魏德东,2010,《宗教社会学的范式转换及其影响》,《中国人民大学学报》第3期。
- 吴越,2018,《宗教性的测量:历史与脉络》,《世界宗教文化》第6期。
- ,2020,《“宗教礼物论”的可能性:礼物与宗教的内在联系》,《社会》第5期。
- 吴越、卢云峰,2019,《宗教信仰:生态论和中国化》,张静主编《中国社会学四十年》,北京:商务印书馆。
- ,2022,《宗教理性选择理论:经济隐喻还是理论建模?》,《开放时代》第1期。
- 谢宇,2018,《走出中国社会学本土化讨论的误区》,《社会学研究》第2期。
- 翟学伟,2018,《社会学本土化是个伪问题吗》,《探索与争鸣》第9期。
- 张春泥、卢云峰,2018,《如何在社会调查中更好地测量中国人的宗教信仰?》,《社会》第5期。
- 张志刚,2021,《中国宗教学建构的问题意识与学术使命》,《宗教学研究》第1期。
- 赵鼎新,2006,《集体行动、搭便车理论与形式社会学方法》,《社会学研究》第1期。
- 周晓虹,2020,《社会学本土化:狭义或广义,伪问题或真现实——兼与谢宇和翟学伟两位教授商榷》,《社会学研究》第1期。
- Azzi, Corry & Ronald Ehrenberg 1975, “Household Allocation of Time and Church Attendance.” *Journal of Political Economy* 83(1).
- Bankston III, Carl L. 2003, “Rationality, Choice, and the Religious Economy: Individual and Collective Rationality in Supply and Demand.” *Review of Religious Research* 45 (2).
- Barker, Eileen 1989, *The Making of a Moonie: Choice or Brainwashing?* Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Bruce, Steve 1993, “Religion and Rational Choice: A Critique of Economic Explanations of Religious Behavior.” *Sociology of Religion* 54(2).
- 2000, “The Supply-Side Model of Religion: The Nordic and Baltic States.” *Journal for the Scientific Study of Religion* 39(1).
- Chan, Selina Ching & Graeme Lang 2011, “Temples as Enterprises.” In Adam Yuet Chau (ed.), *Religion in Contemporary China: Revitalization and Innovation*. New York: Routledge.
- Edgell, Penny 2005, *Religion and Family in a Changing Society*. Princeton: Princeton University Press.
- 2012, “A Cultural Sociology of Religion: New Directions.” *Annual Review of Sociology* 38.
- Finke, Roger 1997, “The Consequences of Religious Competition: Supply-Side Explanations for Religious Change.” In Lawrence A. Young (ed.), *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge.
- Finke, Roger & Rodney Stark 1992, *The Churching of America, 1776 – 1990: Winners and Losers in Our Religious Economy*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- 2003, “The Dynamics of Religious Economies.” In Michele Dillon (ed.), *Handbook of the Sociology of Religion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gruber, Jonathan & Daniel M. Hungerman 2008, “The Church Versus the Mall: What Happens When Religion Faces Increased Secular Competition?” *The Quarterly Journal of Economics* 123 (2).
- Hamilton, Malcolm 2011, “Rational Choice Theory: A Critique.” In Peter B. Clarke (ed.), *The Oxford*

- Handbook of the Sociology of Religion*. Oxford: Oxford University Press.
- Hechter, Michael 1997, "Religion and Rational Choice Theory." In Lawrence A. Young (ed.), *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge.
- Hungerman, Daniel M. 2005, "Are Church and State Substitutes? Evidence From the 1996 Welfare Reform." *Journal of Public Economics* 89.
- 2012, "Rethinking the Study of Religious Markets." In Rachel M. McCleary (ed.), *The Oxford Handbook of the Economics of Religion*. Oxford: Oxford University Press.
- Iannaccone, Laurence R. 1988, "A Formal Model of Church and Sect." *American Journal of Sociology* 94.
- 1992a, "Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and Other Collectives." *Journal of Political Economy* 100(2).
- 1992b, "Religious Markets and the Economics of Religion." *Social Compass* 39(1).
- 1994, "Why Strict Churches Are Strong." *American Journal of Sociology* 99(5).
- 1995, "Risk, Rationality, and Religious Portfolios." *Economic Inquiry* 33(2).
- 1997, "Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion." In Lawrence A. Young (ed.), *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge.
- 1998, "Introduction to the Economics of Religion." *Journal of Economic Literature* 36(3).
- Klein, Thoralf 2011, "Conversion to Protestant Christianity in China and the 'Supply-Side Model': Explaining Changes in the Chinese Religious Field." *Religion* 41(4).
- Klein, Thoralf & Christian Meyer 2011, "Beyond the Market: Exploring the Religious Field in Modern China." *Religion* 41(4).
- Lang, Graeme & Lars Ragvald 1998, "Spirit-Writing and the Development of Chinese Cults." *Sociology of Religion* 59(4).
- Lang, Graeme, Selina Ching Chan & Lars Ragvald 2005, "Folk Temples and the Chinese Religious Economy." *Interdisciplinary Journal of Research on Religion* 1.
- Lechner, Frank J. 1996, "Secularization in the Netherlands?" *Journal for the Scientific Study of Religion* 35(3).
- Lu, Yunfeng & Graeme Lang 2006, "Impact of the State on the Evolution of a Sect." *Sociology of Religion* 67(3).
- 2010, "Beyond Exclusive Religions: Challenges for the Sociology of Religion in China." *Social Sciences in China* 31(1).
- Montgomery, James D. 2003, "A Formalization and Test of the Religious Economies Model." *American Sociological Review* 68(5).
- Morioka, Kiyomi 1975, *Religion in Changing Japanese Society*. Tokyo: University of Tokyo Press.
- Palmer, David A. 2011, "Gift and Market in the Chinese Religious Economy." *Religion* 41(4).
- Sangren, Paul 1987, *History and Magical Power in a Chinese Community*. Stanford: Stanford University Press.
- Sharot, Stephen 2002, "Beyond Christianity: A Critique of the Rational Choice Theory of Religion from a Weberian and Comparative Religions Perspective." *Sociology of Religion* 63(4).
- Sherkat, Darren E. 1997, "Embedding Religious Choices: Integrating Preferences and Social Constraints into

- Rational Choice Theories of Religious Behavior.” In Lawrence A. Young (ed.), *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge.
- Stark, Rodney 1997, “Bring Theory Back in.” In Lawrence A. Young (ed.), *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge.
- Stark, Rodney & Roger Finke 2000, *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: University of California Press.
- Stark, Rodney & William Sims Bainbridge 1997, *Religion, Deviance, and Social Control*. New York: Routledge.
- Stark, Rodney & Xiuhua Wang 2015, *A Star in the East: The Rise of Christianity in China*. West Conshohocken: Templeton Press.
- Sun, Yanfei 2017, “The Rise of Protestantism in Post-Mao China: State and Religion in Historical Perspective.” *American Journal of Sociology* 122(6).
- Thoraval, Joël 1996, “The Western Misconception of Chinese Religion: A Hong Kong Example.” *China Perspectives* 3.
- Warner, R. Stephen 1993, “Work in Progress Toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States.” *American Journal of Sociology* 98(5).
- Watson, James L. 1988, “The Structure of Chinese Funerary Rites: Elementary Forms, Ritual Sequence, and the Primacy of Performance.” In James L. Watson & Evelyn Sakakida Rawski (eds.), *Death Ritual in Late Imperial and Modern China*. Berkeley: University of California Press.
- Wolf, Arthur P. 1974, “Gods, Ghosts and Ancestors.” In Arthur P. Wolf (ed.), *Religion and Ritual in Chinese Society*. Stanford: Stanford University Press.
- Yang, C. K. 1961, *Religion in Chinese Society: A Study of Contemporary Social Functions of Religion and Some of Their Historical Factors*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Yang, Lien-sheng 1957, “The Concept of ‘Pao’ as a Basis for Social Relations in China.” In John K. Fairbank (ed.), *Chinese Thought and Institutions*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Zhang, Chunni & Yunfeng Lu 2020, “The Measure of Chinese Religions: Denomination-Based or Deity-Based?” *Chinese Journal of Sociology* 6(3).

作者单位: 贵州民族大学社会学院、北京大学社会学系(卢云峰)
北京工业大学文法学院、北京社会管理研究基地(吴越)
责任编辑: 向静林

MARXIST SOCIOLOGY

Chinese Experience and Autonomous Knowledge System in Chinese Sociology

The Road of Human Rights with Chinese Characteristics in the Vision of Livelihood Protection: Concept, System and Paradigm *Jing Tiankui & Diao Pengfei* 1

Abstract: Both Chinese and Western sociology probe the issue of human rights. This study examines China’s livelihood protection through the dialogue and convergence between Chinese and Western sociology. At the conceptual level, China’s concept of people’s livelihood (*minsheng*) has enriched the connotation of the concept of human rights. At the institutional level, China’s livelihood protection system has realized the unity of comprehensive rights and primary rights, individual rights and collective rights, universal rights and special rights, and ideal rights and realistic rights. At the practical level, China’s practice of building people’s livelihoods has created a new paradigm in human rights theory, characterized by its adherence to the people-centered concept, its institutional advantages, and its manifestation of Chinese wisdom in resolving the difficulties of fairness, efficiency, and system.

Transcending the Religious Economy Model: Theoretical Modeling Based on Chinese Experience *Lu Yunfeng & Wu Yue* 23

Abstract: The religious economy model is the most influential and controversial paradigm in the sociology of religion in recent years. This paper focuses on how Chinese experiences can transcend this paradigm. To this end, we first sort out the origin and contribution of this paradigm and its application in China, and then put forward “expanding its research questions, preserving its research methods, and doubting its theoretical perspectives”. The core is to inherit its theoretical modeling approach. This can not only broaden research questions, but also take the characteristics of Chinese religions as new assumptions and propose new theoretical models, such as the inclusive

model and the diffused model. In the theoretical construction of disciplinary horizons, localization and internationalization of the sociology of religion theories are not conflicting but complementary, working together to promote the progressive development of the disciplinary knowledge system.

MONOGRAPHIC STUDIES

Economy and Society

Relational Work and Insurance Marketing: The Inter-construction of “Socio-Economic” Relations and Their Boundaries *Sheng Zhiming & Li Shuhua* 45

Abstract: In a market economy, how are social and economic relations interconstructed and what are their boundaries? Based on the case of Chinese life insurance’s operation, this paper applies the perspective of “relational work” to examine the types of relations and interactions between actors in the life insurance marketing and recruiting processes, and their impacts on insurance transaction and team recruitment. This paper finds that the relationship boundaries between actors in the insurance marketing process vary according to the type, strength, and medium of relationship. Trust-oriented embedding mechanisms help establish, maintain and expand relationships, blurring the boundaries of socio-economic relationships and facilitating smooth business, whereas interest-oriented de-embedding mechanisms may lead to relationship tension, conflict and termination, making the boundaries of socio-economic relationships sharp and hindering business.

Mutual Benefits, Social Relationships and Peer Credits: An Example of Building Material Market Operation *Wang Maofu & Shi Fengyuan* 67

Abstract: The credit discussed in academia is actually cascading credit. This study proposes the concept of “peer credit”. Peer credit refers to credit transaction in which counterparts in a market with a shortage of goods in stock allocate goods at a price lower than the market price and settle payment according to the social time. Using the Ming Sheng Building Materials Market in Yunbei City as a field site for peer credit study, this paper finds that merchants in the market are driven by self-interest to construct relationships with their peers to achieve mutual benefits and win-win situations, resulting in peer credit transactions. Mutual benefits and social relationships are the social mechanisms that ensure the operation and reproduction of peer credit. In contrast to cascading credit, social time mechanisms play a role in peer credit, but market power mechanisms are not present.