宗教市场论的理论危机分析

——以罗德尼·斯达克的宗教经济学为中心

闵 丽 毕聪聪

〔摘要〕 宗教经济学是从经济－社会进路研究宗教的社会科学范式。罗德尼·斯达克等人提出的宗教市场理论及宗教经济模型，作为宗教经济学的一种理论形态，存在着知识体系及结构要素的自明性不足、解释宗教经济系统的恰当性和有效性欠缺等情况。宗教市场论的知识体系危机与社会解释危机有其发生机制。对此进行深入分析，有助于优化宗教经济理论。

〔关键词〕 宗教市场论；知识体系危机；社会解释危机；宗教性

〔中图分类号〕B920 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1000－4769（2019）06－0126－09

罗德尼·斯达克[①]和罗杰尔·芬克[②]等宗教经济学者，在广泛观察世界宗教经济现象的基础上，采用经济学的理性选择理论与供求分析方法，对宗教进行经济学分析，创立了宗教市场理论。但当代世界主要宗教的复兴及非世俗化运动，对该理论提出了挑战，斯达克和芬克希望在中国进行的理论检验[③]，也引发诸多争论。[④]鉴于此，深入反思宗教市场论的理论不足及其与社会实践的偏差，是十分必要的。

一、宗教市场论及其理论危机界定

宗教市场论[⑤]是从经济－社会进路研究宗教的社会科学范式。斯达克和芬克认为，宗教经济是由社会中所有宗教活动及要素构成的，包括现有和潜在的信徒“市场”，吸引并维系信徒的宗教组织，以及组织所提供的宗教文化[⑥]，即宗教信仰的消费者、供给者以及被消费的“宗教产品”三部分，由此形成一个经济－社会活动系统。以宗教经济为研究对象的宗教市场论，运用社会系统分析方法，阐释宗教经济系统运行的规律、功能及后果，并力图揭示宗教现象的经济性本质。该做法一定程度上揭示了宗教的经济属性，但将宗教信仰作为独立的社会系统，并从经济学视角对其进行解读，不仅没有解决宗教经济系统在社会层面面临的危机，反而使宗教市场论这一解释体系也深陷险境。也就是说，宗教市场论在解释宗教经济现象时，面临着来自其内部和外部的风险。倘若这一风险未被认识及化解，那么，宗教市场论就可能成为与事实不相符合的私人意见，而不是有价值的宗教学或经济学理论。这里所述的风险即是宗教市场论所面临的危机。

所谓理论危机，即关于自然界或社会现象的某一诠释体系存在知识系统不周全，或与描述对

〔基金项目〕国家社会科学基金项目“新修订《宗教事务条例》与我国宗教治理现状研究”（18BZJ064）

〔作者简介〕闵 丽，四川大学道教与宗教文化研究所教授、博士生导师；
毕聪聪，四川大学道教与宗教文化研究所硕士研究生，四川 成都 610064。

象不吻合的情况，其解释力与科学性由此遭到质疑而面临能否继续存在、如何完善的节点。一般而论，理论危机或缺陷主要表现在两个方面：首先，理论系统的整合功能失调。理论形态作为知识系统，应因其内容自足、结构合理、逻辑自恰而显现其相对完备的系统整合功能。具体而言，理论形态应保持前置性知识的真实性，以及系统内各要素（包括基本范畴、主要观点与研究方法等）之间的内在一致性和协调性。如果该系统整合功能失调，则意味其科学性缺失；其次，理论系统对研究对象的解释出现偏差。针对具体对象而形成的理论解释体系，应与研究对象及关联要素、运行机制的实际状况相符合，否则便会导致其解释力不足的情况发生。据此分析斯达克的宗教经济学相关内容，不难发现，其宗教市场论也存在知识体系危机与社会解释危机。具体而言，宗教市场论的知识体系危机在于，具有实证性研究范式、主张理性选择原则的宗教经济学，难以建构关于信仰及精神心理现象的完整的解释体系，其研究范式难以显示研究对象的宗教性特质；宗教市场论的社会解释危机在于，作为宗教市场论研究对象的宗教经济，是社会系统中的一个独立部分，它有自己的界限。一旦宗教经济解释系统论及的范围偏离研究对象的界限，其危机就会产生。具体而言，在社会层面，用“宗教经济系统”和“宗教市场”等范畴规约信徒、宗教团体及组织之间的关系，既面临合法性危机（即社会认同危机）的压迫，又受到合理性危机（即宗教经济系统的投入/产出危机）的困扰。[⑦]能否从理论上提出解释和克服这些危机的方案，直接关乎宗教市场论对宗教经济系统做出的解释和评价的恰当性和有效性，关乎其理论价值。换言之，宗教经济学面临来自理论与实践层面的合法－合理性双重危机。如果对此漠视或解释失当，则可能导致宗教市场论的知识－社会分析的双重失败。对此，笔者拟予以详细论述。

二、宗教市场论危机的主要表现

宗教市场论的理论危机，主要通过自身的知识体系与社会解释过程表现出来。

1．宗教市场论的知识体系危机

理论体系的前置性知识[⑧]是否真实可靠，理论要素之间的逻辑关系是否合理，其解释系统是否自恰等问题，是衡量理论形态是否存在知识体系危机的标准和切入点。宗教市场论作为一个知识体系，具备应有的基本要素与结构。换言之，宗教市场论的主要范畴、研究对象、研究理路等，是由其预设的若干前提要素及构成方式所规定的。因此，考察宗教市场论的理论危机，需从这些前提要素入手。

首先，理性原则的普遍性、一致性，与自我确信及选择结果的非一致性之间存在张力。宗教市场论提出三大假设——“利益最大化行为”、“市场均衡”和“稳定的偏好”。其中，“最大化利益行为”和“稳定的偏好”假设皆建立在理性人及其行动[⑨]之上。关于理性原则，斯达克在做大量考察后提出如下表述：“在其信息和理解局限之内，在可行的选择的制约下，在其喜好和趣味的引导下，人们总是试图做理性选择。”[⑩]这里呈现的人类行为模式是：选择背景下的理解－理性选择行为，即理性人将自己的原则应用在选择情境中，得出“最可信的推测”。在此，理性及理性选择被赋予了普遍性特质。同时，按照斯达克的说法，人在做出选择时，基本条件是自我确信，也就是没有怀疑或最少程度的怀疑，并需要在可选范围内做到这一点。因此，人们在行动时，往往要考虑诸多影响因素，并确定某一决定是“最可信的推测”。这样，理性的程度就由自我确信的程度和得出“最可信的推测”的效率共同决定。因此，理性就不再具有内容及效果上的普遍一致性。[⑪]这样，理性原则带来的危机也就凸显出来：它的内容是不具普遍性的，即不同人的理性选择是不一致的，具有理性的每一个人都会做出符合自己理性的独特选择；同时，理性原则也无法保证个人信念始终如一，其自明性并不普遍，尽管它是实在的。这种不同个体或同一个体在不同生活情景中的信念的差异性表明，追求“利益最大化”的理性选择，无法致使选择“结果”（包括内容、目标、目的等方面）的一致性或趋同性。而这种非一致情况之所以发生，实质上是个人价值取向影响使然。而宗教市场论忽略了个人情感、意志等因素，其知识系统也因此在内容是否自足、逻辑是否自恰等方面遭遇质疑。宗教市场论的知识危机表现为输入危机（非宗教信念）与输出危机（非宗教经济系统），由此为其社会系统解释危机的出现埋下伏笔。

其次，将经济学作为基础理论的宗教市场论，其知识系统及各要素之间的协调整合功能有丧失的可能。宗教市场论本质上是一种经济学理论，它把宗教信仰行为作为研究对象，将之定义为经济性的人类行为，并假设宗教参与者的宗教活动

全部目的在于利用宗教实体获取利益。宗教市场论把信徒的来世信仰视为一种利益获得方式，认为来世信仰不过是现世信仰的延伸，始终具有经济获得物的特性。但这一假设并不能使人信服，因为它忽视了来世信仰的非经济性特征，也无法说明隐修者和苦行者远离宗教市场及交换行为的根由，无法说明尚未完成的宗教世俗化进程为什么被非世俗化趋势所阻碍的原因。因此，宗教市场论设定的宗教参与者，只能被视为经济行为主体，还不足以成为宗教行为主体。斯达克赞同亚当·斯密的观点，认为个人利益对神职人员的激励与对世俗生产者的激励没什么不同；市场力量对教会的约束也与对世俗企业的约束毫无二致；竞争的好处、垄断的危害和政府管制的灾难，对教会和对经济系统中的其他部门都是一样的。[12]这意味着，世俗人员和神职人员具有相同的经济行为。换言之，世俗人员在经济活动中的理性与非理性因素，在神职人员的经济活动中同样发挥重要作用。这恰恰说明，宗教市场论的理性假设是有缺陷的，它预设的理性过于理想化、纯粹化。此外，宗教市场论以纯粹经济学理论作为基础，试图用经济结构分析方法诠释宗教结构和社会结构，实际上超出了自身的解释范畴。这是因为，对个体的好恶等精神活动进行计量分析是困难的。上述诸种情况表明，宗教市场理论系统内各要素（包括研究对象、基本范畴、主要观点与研究方法等）之间的协调与内生性关系面临险境，以经济学为基础的宗教市场论，其知识系统的整合功能有丧失的危险。因此，将纯粹经济学作为宗教市场论的理论基础，确实不够恰当。

最后，宗教市场论及经济学研究范式难以保持信仰的宗教性和神圣性。斯达克建构宗教市场论，是在检视传统宗教研究范式及其诸多弊端的基础上完成的。他认为，研究宗教的传统范式主要存在以下弊端：其一，旧范式主要关注宗教信仰的真伪、功能、存在方式及其走向等问题，并将宗教视为一种错谬的、有害的，且注定衰亡的一种社会现象。[13]在斯达克看来，这些研究方法及观点都经不住检验。而其中的最大弊端，即陷入对宗教本质问题的探讨，甚至将其作为宗教社会学的最终目的，而这恰恰是社会科学所要避免的。按斯达克的说法，社会科学家的研究目的既不是为了贬损或褒扬宗教，也不应该将它奉为科学，而是应用社会科学工具，检验宗教信仰者与其所体验的神的关系。科学可以检查除了信仰对象真实性之外的其他任何方面。[14]在这里，宗教信仰对象的真实可靠性问题是悬置的，因为社会科学既无法确证它也无法反驳它。因此，新的研究范式的重点应是宗教现象而非宗教本质问题。其二，宗教还原论和宗教工具论等旧范式，有消解宗教实在性之嫌。无神论、弗洛伊德学派等宗教还原论者将宗教还原为身体的、或心理的、或集体的影像投射，宗教工具论者强调宗教的多种社会功能及工具价值。在此，宗教被非宗教化。即使宗教现实存在，也变成可以被控制或取消的社会进步副产品。其三，旧范式在研究宗教现象时的预设错误也应当避免。例如：将需求作为宗教市场的主导，认为信仰垄断优于多元宗教市场等。最后，斯达克指出了前人相关研究中缺乏数据分析和田野调查的缺点，并指出社会学研究中经验假设的弊端。

斯达克指出旧范式的诸多弊端，是为了在自己建构的新范式中避免这些不足，并推动新范式替代旧范式的进程。但事实上，新范式却仍然无法摆脱其内在危机。这一危机具体表现在对人－神关系的描述与检验如何可能的问题上。在悬置人－神关系真实性的前提下，描述的客观性如何得到保证这一难题亟待解决。人－神关系预设了人、神两端，其中，前端为描述人提供了前提，后端则确保了宗教性。按照辩证神学的观点，人－神关系总是未完成的人对完满的上帝的未完成的认识。人－神关系的精髓在于认识的流变，这种流变使认识形态不断转变，并将人自己推往上帝。换言之，人－神关系的关键，即是神圣性的获得。但是，宗教市场论无法保证信仰选择过程中的宗教性与神圣性。这是因为，经验科学始终脱离不开人的认识范围，作为在世的存在[15]，人试图以超越的客观性规定自身，这种方法难以令人信服。在神学家的眼里，宗教经济学并非根本性的东西，因为整个世界都是上帝的权能所致，经济活动无外乎是拥有上帝外形的被造物——人的行为使然。对此，我们可以不同意这种看法，却不能忽视信仰在人－神关系中的根本性作用，即除却信仰以及作为信仰核心的神圣性，宗教一无所剩。可见，如何把握信仰和神圣，如何保留其宗教性，的确是宗教市场论及经济学研究范式面临的关键问题。

综上，通过考察宗教市场论的理性原则、知识系统、研究范式等前提要素，笔者发现，该知识系统及各要素之间的协调整合功能有丧失的可能。而理论系统及各要素之间存在协调性与联动性不足的情况，必然在社会－理论互动过程中转变为社会解释危机。

2．宗教市场论的社会解释危机

宗教市场论的社会解释危机源于其知识体系危机（即知识建构的不完善），其具体表现为，宗教信仰系统的实际运行过程超出宗教市场论的解释范畴，换言之，宗教信仰系统的实际运行与宗教市场论的相关描述存在较大差异。因此，考察宗教市场论的社会解释危机，须从社会－宗教系统运行状态和结果着手。

社会系统在自身运转过程中面临一种危机：过程的不可控性使得认同行为和规范行为处于不断协调和再一致[16]的状态。系统自我调节的目标是使自身不致崩溃，社会制度的调整也是为了既存秩序的持存，它们指向的都是再一致状态。因此，系统整合和社会整合[17]的最终目的都是实现系统的自我控制和自我管理，从而继续存在下去。为此，社会系统在运转中需要不断地输入认同和输出规范。宗教市场论将宗教经济视为一种社会系统，自然也面临这个问题。但事实是，宗教市场论既没有做到输入的认同（即合法性），也没有做到输出的规范（即合理性），即宗教输入和宗教输出都带有明显的非宗教性，这就是宗教市场论的社会解释危机。下面，我们从三个方面分析宗教市场论的合法性－合理性危机。

（1）对宗教个体行为的分析不充分

斯达克认为，人类行为是从理性的觉醒开始的，原初的理性行为就是趋利避害。这种近乎本能的原初意识，在行动－结果－行动的反应模式中得到根本性重视，即人拥有记忆和智力，是有意识的存在物，能够形成关于如何取得回报和减少代价的解释。[18]这种解释奠定了有效意识的基础，并由此逐渐形成现代理性的核心——效率，即以最小的代价取得最大值的回报。而回报的有限供应直接导致对未来（可预期的，包括可达到和不可达到的）回报的需求。[19]而宗教就是建立在理性的、对回报的认识和追求之上的。

宗教市场论认为，追求回报的理性行为，其状态大致分为三种，即“理性行为的粗陋状态”“理性行为的一般状态”以及“理性行为的精致状态”。理性行动者一般处于“理性行为的一般状态”，并会逐渐向“理性行为的精致状态”靠拢。换言之，个体的理性行为并非始终如一。对此，斯达克将其解释为理性状态的波动和偏差。[20]事实上，处于“理性行为的一般状态”的信徒确实占多数，但处于“理性行为的精致状态”的信徒却未必多于处于“理性行为的粗陋状态”的信徒。三种理性状态下的不同个体，对信仰回报的可能性、可能性的验证和预期结果等因素的关注度是不同的。例如，信仰程度越深的信徒，其理性结构往往越简单化。对这类信徒而言，信仰回报的可能性是无需考虑的，对可能性的验证和预期结果的实现，则被交托给决定此事的神圣者。除理性之外，经验敬畏是宗教个体行为之所以发生的又一重要原因。与理性作用相比，经验敬畏在个人信仰行为中表现出更为原初和直接的作用。这是因为，经验敬畏总在理性行为的有效性缺失之处发挥作用，即在前理性时期和理性滑落时期发挥作用。更重要的是，经验敬畏总是在宗教领域维持着宗教观念的宗教性，并将神圣拉入人的关系范畴之中。[21]

借助上述背景性观念，检视宗教市场论对宗教个体行为的相关解释，不难发现，该理论面临合法性危机（即认同危机）与合理性危机（即规范危机）。

首先，宗教个体行为解释的合法性危机，即该理论没有完整、准确地解释宗教个体行为，理论与实际状态不一致的情况时有发生，由此致使该理论面临认同危机。其具体表现如下：其一，过于相信非信众[22]的理性作用，并忽视其经验敬畏的体验。处于“理性行为的一般状态”的非信众，几乎完全以预期结果为准则，并根据预期结果的有效程度向精致的或粗陋的理性模式转变。通常情况下，非信众会为宗教经济行为保留一些余地，即不完全否定宗教消费；而一旦遭遇重大事件，这些保留余地的做法便面临裁决，即宗教消费的结果是否符合预期。而裁决的后果往往极端化，即突然改信（其宗教消费的剧烈增长）或彻底不信（拒绝宗教经济活动）。这表明，理性在非信众宗教消费中所发挥的作用，并非如斯达克所述的那么凸显。此外，对于非信众而言，当且仅当预期结果得到印证时，敬畏才能发挥作用，换言之，此类人群在特殊情况下具有经验敬畏的经历。而斯达克却对此有所忽略；其二，过于相信信众的理性作用，忽视经验敬畏对其行为的影响。与非信众相比而言，信众的宗教消费模式反而更能体现理性和经验敬畏的双重影响。对于信徒而言，理性在日常宗教生活中的作用是巨大的，它不仅指导着信徒的宗教经济行为，而且对信仰负责。理性普遍存在于信众的宗教生活中。但经验敬畏并非如此，它与理性并列，即两者没有推导关系。经验敬畏发挥作用与否，能产生完全不同的结果：宗教性的完满或宗教性的丧失。前者表现为特蕾莎修女式的全然奉献，后者则表现为

宗教名义下的利己性。宗教性的完满或丧失，对宗教经济行为产生的影响是决定性的，甚至会改变宗教经济行为的根本性质。因此，宗教市场论以数量稀少为由，将奉献式的宗教信仰群体排除在宗教市场论之外的做法，是不客观、不公平的，更何况苦修和隐士始终发挥着作用[23]；其三，宗教性缺失带来的宗教腐败，同样说明宗教市场论的不完善。因为，若将宗教腐败视为宗教经济行为，那么它就应该成为被考察的对象，可宗教市场论并未论及；反之，若宗教腐败因神圣性的缺乏而不被视为宗教经济行为，那么整个宗教市场论的缺陷就更为凸显，这相当于承认自己只关心经济而非宗教。

其次，宗教个体行为解释的合理性危机，在于对宗教性期待的俗化和蔑视，即对宗教性期待的非宗教化。宗教市场论将宗教性期待转化为现世的利益及其替代品，并构建如下的效用函数：

$U = U\ (Z_1,\ Z_2,\ \cdots,\ Zn,\ A)$

$Zt = Z\ (Tzt,\ Xzt)$；$Rt = R\ (TRt,\ XRt)$；$A = A\ (R_1,\ \cdots,\ Rn)$[24]

斯达克及其合作者提出的来世报偿模型，在一定程度上阐释了处于“理性行为一般状态”的宗教个体所做的选择，尤其是宗教个体在改宗或改教时的行动。但是，该模型忽略了来世报偿的超越特征。事实上，把对天国的期待等同于对尘世的期待，这一做法显现出逻辑推论理路的模糊状况，其规范性因此遭到质疑。此之，斯达克声称自己反对将宗教定义为非宗教，并认为无神论和世俗化的神话不能取消宗教本身的宗教性[25]，但他将宗教信仰与经济活动混同的做法与此无异。从根本上讲，宗教市场论试图将宗教描述为一种纯粹的人类经济生活现象，从而否认了宗教系统所具备的独特价值。而宗教的基本属性应该是宗教性，任何缺失神圣维度的解释都是不恰当的。

（2）对宗教群体内部变化的分析不全面

所谓宗教群体，即持同一信仰的若干宗教徒进行宗教活动的共同体。关于宗教群体问题，宗教市场论的相关解释也存在合法性危机与合理性危机。

首先，关于宗教群体解释的合法性危机，在宗教群体发展变化的真实状况（包括个体的改宗、改派，成为信徒或者非信徒等情形）之中得到印证。斯达克认为，宗教群体的变化实质上是宗教个体的再集体化，而非对称宗教婚姻和双重委身是其最突出的情形。[26]

婚姻是宗教个体再集体化的形式之一。宗教徒的婚姻关系主要发生于同一信仰群体内。而在混合宗教婚姻中，“当较低委身的伴侣改宗或改教到更多委身的伴侣的宗教时，这对夫妇就最大化他们的宗教资源。”[27]在此，斯达克认为，宗教参与行为的状态变化是基于宗教资源最大化的理性选择。但斯达克忽略了一种情况，即宗教婚姻中，配偶成为信徒或者非信徒的情形。我们对此作出补充。非信徒因婚姻成为信徒的情况很常见，在非信徒成为信徒之前，他（她）的宗教资本近乎于零，而且只在乎社会资本。实际上，对非信徒来说，婚姻的目的就是增加社会资本。因此，这些因婚姻关系而成为信徒的人，他们之中的大多数在婚后关注的仍是社会资本，而不是宗教资本。接受家庭的宗教信仰，很大程度上是态度无所谓的一方对在意一方的妥协，这种家庭可以称为非对称宗教家庭。在非对称宗教家庭中，原来信仰者的理性行为往往是“精致”的，而被转化的信仰者则处于“一般状态”；而在信徒因婚姻关系转变为非信徒的情形中，发生信仰转变的人往往是处于“理性行为的一般状态”的个体。在非对称宗教家庭的婚姻关系中，倘若宗教信仰强势的一方无法得到宗教上的满足，持无所谓态度的一方就可能脱离宗教家庭，转变为非信徒。当然也存在相反的情况，即信徒对配偶的欲爱超过圣爱，导致家庭的宗教性质发生转变，这种情况在多神信仰的国家并不罕见。至于混合宗教婚姻，其情况就更复杂。这种婚姻以削弱宗教性为前提，尤其是双方的宗教信念不能妥协时，这种削弱往往是致命的。而斯达克忽视了混合婚姻导致的宗教弱化情形，也没有将被削弱的部分归入其宗教资本的计算模型[28]，这也是亟待补充的地方。

双重委身是宗教个体再集体化的另一重要形式。所谓宗教信徒的双重委身，即在委身宗教的同时也委身世俗。双重委身的形式有两种：其一，双重人格委身于神圣与世俗两个世界；其二，以其中的某一个世界为主。前者所具有的人格特性多表现在日本民族中，在文化基督徒中也较常见，且在神职人员群体中有日益增长态势。这种双重委身形式无疑是“理性行为的一般状态”者的最佳选择；后者呈现出不确定性，要么顺从世俗，要么归于宗教，选择的根据在于信徒自身。总体而言，两种形式的双重委身都带有非宗教因素。同时，做出双重委身的信徒，往往难以兼顾双重选择，因此其宗教信仰可能再次被弱化。如果我们在非信徒的转化中考虑这个问题，那么宗教性弱化的趋势就更加明显。入世型宗教信徒的增长，

跟双重委身的做法密不可分；出世型宗教信徒的转化率一向偏低，而且伴随着居高不下的还俗率。双重委身作为调和神圣世界和世俗世界的方式，在宗教经济系统中被模糊化了。这样，宗教经济系统似乎取代了整个社会系统。对此，宗教市场论并未进行较深入的分析，其对宗教群体解释的认同危机（或合法性危机）由此显现出来。

其次，宗教群体解释的合理性危机在于，忽略宗教非集体化过程能够消耗信仰的神圣性、弱化宗教市场影响的实情。宗教非集体化是宗教性自我偏离的过程，它的直接后果是原集体的分裂和私人宗教的产生。斯达克认为，宗教的非集体化是宗教组织增长到一定程度的必然结果[29]，并将不同宗教和宗派的形成视为市场经济的发展过程。但实际上，宗教群体的分裂和私人化，不仅导致信仰多元和选择多元格局，也削减了信仰整体的宗教性。这是因为，宗教经济系统内部的多元化倾向愈明显，宗教神圣性就会遭到更多的消耗。需要强调的是，宗教私人化程度与个体的委身程度相关，并影响着宗教群体的非集体化进程和宗教市场运行状况。这是因为，在一个宗教集体中，其成员的委身程度越高，该团体的非集体化程度就越低；相反，其成员的委身程度越低，该团体的非集体化程度就越高。从表面上看，宗教私人化可能导致不同宗派的形成，并为潜在的信仰者提供更加多元的选择，由此促进宗教经济系统的发展。但实际上，宗教个体不完全受宗教市场支配，他（她）可以在远离宗教市场的条件下，达成自己的宗教目的。换言之，宗教私人化不一定削弱神圣性，但一定会弱化宗教市场的影响，对宗教市场运行形成较大影响。这对宗教市场来说无疑是个坏消息。可见，对于宗教系统的发展而言，宗教的非集体化趋势（如宗教群体的分裂、宗教私人化等）并非总是有利。而这些情况说明，理性原则引导下的市场行为及效力诉求等，在宗教领域并不一定具有普遍性。

（3）对宗教组织行为的分析不准确

宗教市场论认为，在宗教群体中组建的宗教组织，像商业公司一样，是宗教市场竞争的主要参与者。宗教市场论将宗教组织设定为自足的宗教经济体，并据此构建宗教市场模型，用以描述宗教经济系统中不同的组织、团体、个体之间的互动情形。但是，由于忽略宗教经济体的宗教性特质，斯达克对宗教组织的相关论述，也没能避免其合法性－合理性危机的发生。

首先，宗教组织行为解释的合法性危机在于，仅从经济角度解释宗教组织中存在的非宗教性行为的成因。斯达克认为，在需要高度委身的宗教团体中，“搭便车”[30]所需付出的代价往往超出参与者预期的回报。一般而言，规模越大的宗教组织，越容易出现“搭便车”情况。对于一个宗教组织来说，其成员宗教性的获得形式就是牺牲，包括时间与金钱，无牺牲则无神圣性。因此，宗教组织一般都反对“搭便车”行为。斯达克发现了这一现象，但他没有认识到，宗教组织反对“搭便车”行为的根本原因，不仅仅在于参与者付出多少，还在于参与者宗教性的缺乏。事实上，就绝大部分宗教组织而言，其成员中必定有一部分人不是以宗教性为目的的。这种情况在大规模的宗教组织中尤其明显，甚至可能出现完全没有宗教目的的人。此外，将“搭便车”行为作为吸引信众的一种手段，常常出现在小教派扩大自身规模的时候。“搭便车”行为实质上是“理性行为的一般状态”者的基本选择，它是宗教组织中部分成员宗教性缺失的一种情形。而斯达克仅仅在经济成本上寻找该现象的成因。

其次，宗教组织行为解释的合理性危机，在宗教组织系统整合危机中得到印证。所谓宗教组织系统整合危机，即宗教组织的内在规定性在发展过程中发生根本性转变。在宗教组织系统整合问题上，斯达克从经济社会学角度解释了宗教组织权力的形成过程。[31]他认为，随着宗教组织发展及其管辖范围扩大，宗教组织的权力日益集中到教士手中。教士基于理性做出决断，必定选择回报比最高的发展方式。在宗教实践中，提高效率最显著的方法，即扩大可以带来最大利益的群体规模，增加处于“理性行为的精致状态”的信徒。具体来说，宗教组织会强化原有信众的信仰，并努力吸纳新信徒。教士阶层作为决策主体，在追求高效时往往忽视群众的多样化需求。这就意味着，教会发展的着力点会放在吸收非信众上，而有高张力倾向的信众则会遭到压制。宗教组织规模扩展的恶果在于，对回报比的追求会改变回报的性质。对教士阶层来说，追求现世回报的比重会逐渐超过来世回报，因而不可避免地滋生腐败。宗教组织系统在自身整合过程中出现的结构－功能转化危机，极大地削弱了宗教市场论所依存的社会基础。换言之，宗教组织系统的结构－功能转化危机，实际上是一个新的宗教－政治模型逐渐形成甚至替代宗教－经济模型的过程，而不仅仅是一个新的宗教－经济模型的形成过程。而在斯达克的相关解释中，宗教－政治结构明显

地被宗教—经济结构所遮蔽。

综上所述，宗教市场论的理论危机，既存在于它的内容、结构、逻辑等要素及由此构成的知识系统中，也反映在解释和评价宗教经济系统的恰当性和有效性方面。宗教市场论的知识体系危机与社会解释危机，两者之间具有内在的关联性，即知识系统缺陷必然导致该理论解释危机的形成。因此可以说，宗教市场论的理论危机具有系统性特征。深入分析这些危机的发生机制，有助于拓展宗教经济理论研究的深度。

三、宗教市场论理论危机的发生机制

宗教市场论的知识体系危机，源于其知识要素的虚假性或组织结构的不稳固性。[32]在知识要素的实在性方面，斯达克及其合作者拥有深厚的社会学研究功底，他们不仅指出了前人在宗教社会学研究方面存在的诸多弊端[33]，而且论证了作为社会科学的宗教市场论在实证规范层面的可证伪性，因此避免了运用虚假知识要素的可能。在知识体系的组织结构方面，其中的逻辑结构部分也是无可争议的——宗教市场论学者提出了足够规范的命题和定义[34]，并据此合理地证明了论题的一致性。但在根基结构部分，宗教市场论存在稳固性不足的问题，其知识体系危机就是由此产生的。这是因为，宗教市场论把自己建立在相当普遍的假设之上，而假设越普遍，其根基结构就会越松散，因而其逻辑结构的有效性会不可避免地遭到削减。[35]也就是说，宗教市场论用以论证自身合理的基本原则过于宽泛，它将人类行为整体而不是宗教行为作为前提。在此意义上，宗教作为特殊研究对象的差异性和个体性被淡化，以至宗教不再以追求神圣的形象出现，而是被简单化为宗教信仰产品、买卖者之间的交易行为。具体而言，宗教市场论将宗教信仰视为理性经济人的谋划，从理性角度解释宗教个体与集体行为，却忽视了主体经验层面的敬畏，否认敬畏赖以发生的个体心理根源。就本质而言，这种考察方式是将宗教及神圣性这一特殊研究对象置换为一般性对象，由此导致宗教市场论中知识要素的虚假性及前结构要素的自明性不足的情况，即宗教市场论根基结构的不稳固性。因此，宗教市场论的知识体系需要在此进行修改完善。

与知识体系的危机不同，对宗教经济系统的解释危机，本质上是解释过程危机，表现为输入合法条件、输出非合理结果，或输入非合法条件、输出合理结果。[36]对于一个理论系统来说，其解释过程的正当和稳固是必需的，而危机则是指这一解释过程中存在不稳定转化的情况。[37]过程危机的外在表现，就在于输入函值和输出函值[38]性质的不一致。对此类情况的成因，大致有以下两种解释：系统故障或人间奇迹。前者意味着系统没有正常运行，需要修复；后者则被理解为全然的意外。但以上两种情况都是理论解释过程中应尽力避免的，因为无效预期和偶然真值都不足以确证过程的适当性。解释过程危机的实质，即是输入、输出的异质化。这一危机在宗教经济系统解释过程中，就体现为非宗教性的输入和非宗教性的输出，二者分别对应着宗教性输出的结果和宗教性输入的前提。[39]宗教经济系统作为独立且完整的系统，意味着建立在持续的供应动力和稳定的基础需求之上的宗教经济，可以规范自身并持续存在，而不是将自身转换为系统之外的要素。根据宗教经济系统要素的结构层次，我们把宗教经济分为宗教个体、宗教群体、宗教组织三个方面。这样，宗教经济系统的社会解释危机就可以被相应地归类到合法－合理性危机模型之中。

表 1[40]

危机类型 / 层次要素	宗教个体	宗教群体	宗教组织
合法性危机：非宗教性输入－宗教性输出	对理性的偏见和对经验敬畏的忽视	非对称宗教婚姻和双重委身（commitment）	“搭便车”和非信徒的需求响应
合理性危机：宗教性输入－非宗教性输出	回报期望的世俗化	私人宗教与去集体化	系统的转型危机——行政和权力的觉醒

将宗教现象置于社会学视角之下，从社会结构的若干层次分析、解读人与神以及人与人的关系，并最终以现成结构的合理性证明宗教的宗教性，这是宗教市场论的旨趣所在。然而，宗教市场论所论证的宗教性，只在发生结构和价值结构上成立，并且此处的神圣价值已被还原为世俗价值，宗教性的本体结构遭到忽略。因此，宗教市场论实际上是把宗教性非宗教化[41]了，当然这也是社会学的目的所在。宗教市场论的合法－合理性危机，正是在这种情况下发生的。宗教性本体结构的缺失，使宗教市场论构建的宗教经济系统失去了部分规范，因而被理性经济原则左右的宗教市场论，总是脱离自己的领域范畴。宗教市场

论的理论危机便是在上述情形下发生的。

结语

按照宗教市场论的观点，基于个人理性进行的以最大化利益为目的的宗教活动，在供给稳定、多元的宗教市场环境中，自由且持久地构建了整个宗教经济系统。斯达克据此建构的宗教经济模型，较好地诠释了信众个体、教团和宗教组织的行为模式。正是这一经济－社会学的辉煌成果，常常令人忽略其理论缺陷。而忽视这一理论缺陷，并不能稳固该理论系统本身。因此，宗教市场论能走多远，在于其理论缺陷能否得到认识和有效解决。

---

① Rodney Stark，贝勒大学社会学教授。

② Roger Finke，宾夕法尼亚大学社会学和宗教学教授。

③ ⑥ ⑩ ⑬ ⑭ ⑱ ⑲ ㉓ ㉕ ㉖ ㉗ ㉙ ㉛ ㉝〔美〕罗德尼·斯达克、罗杰尔·芬克：《信仰的法则》，杨凤岗译，北京：中国人民大学出版社，2004 年，第 2、237、46、34－37、27、106、107、48、70－97、142－171、156、347、199－201、34－37 页。

④ 杨凤岗提出的“三色市场模型”，从地缘方面对宗教市场论作出修正（杨凤岗：《中国宗教的三色市场》，《中国人民大学学报》2006 年第 6 期）；杨庆堃所述的中国弥散型宗教的存在，对宗教市场论的适用性与解释力形成冲击（杨庆堃：《中国社会中的宗教》，范丽珠译，上海：上海人民出版社，2007 年）；李向平认为，运用宗教市场论解释中国宗教现状，应把握中国宗教的非制度性特征，摆脱“基督教社会学”和“西方中心主义”的迷思（李向平、陈建明：《宗教问题与社会变迁的双重探索——宗教社会学在当代中国的发展轨迹》，《世界宗教文化》2010 年第 1 期）；卢云峰强调，运用宗教市场论分析中国宗教现象，一定要注意“华人宗教”的特点（卢云峰：《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》2008 年第 5 期）；张庆熊强调，宗教是“面向终极实在”的现象（转引自阮荣平、郑风田、刘力：《宗教信仰选择——一个西方宗教经济学的文献梳理》，《社会》2013 年第 4 期）。

⑤ 劳伦斯·R·伊纳库恩（Laurence R. Iannaccone）提出，宗教经济学研究大致包括三条路径：一是从经济学视角阐释个人、团体和文化中的宗教行为；二是研究宗教的经济后果；三是借助于神学信条和圣典来支持或批评经济政策（见劳伦斯·R·伊纳库恩、张清津：《宗教经济学导论》，《制度经济学研究》2006 年第 2 期）。笔者认为，与“宗教经济学”概念相比较，“宗教市场论”更为凸显理性选择与供求分析等经济学理论与方法，更直接地体现斯达克等人论及的 Economics of Religion 的内容与精神实质。

⑦ 在本文中，“合法性”范畴具有“普遍认同”含义，“合理性”范畴是指目的－工具理性。参阅〔德〕哈贝马斯：《合法化危机》，刘北成、曹卫东译，上海：上海人民出版社，2009 年，第 53 页。

⑧ 理论体系的前置性知识，即建构理论体系所需的前提条件。其真实程度直接影响推论结果的真伪程度。

⑨ 这里我们同意斯达克的做法，即将精神病患者和无法沟通的特殊群体排除在考察之外。

⑪ 普兰丁格等学者也强调理性对个人信念选择的主导作用。普兰丁格认为：首先，理性是“人的一个官能，通过这个官能，人类被假设与兽类区别开来，并且明显地远远超越于兽类”；其次，理性是我们借以能够辨别命题之间的宽泛的逻辑关系的能力。尤其是，通过采纳理性（归纳），我们区分命题之间的两种关系。理性对意见的调节在于：我必须以这样一种方式来调节我的意见，以至于我只是主张相对于对我确定的东西而言是可能的东西。在知识问题上我无法支配我的同意，因为知识是确定的；然而，在意见，在不确定的东西上，我确实能够支配我的同意。（〔美〕普兰丁格：《基督教信念的知识地位》，邢滔滔等译，北京：北京大学出版社，2005 年，第 117－118 页。）

⑫ 劳伦斯·R·伊纳库恩、张清津：《宗教经济学导论》，《制度经济学研究》2006 年第 2 期。

⑮ 在世的存在与隐藏于世的存在，前者指“人给予世界意义”，后者指人作为对象混杂在世界中。Jean-Paul Sartre, *L'Être et le Néant*, Paris: Éditions Gallimard, 1943.

⑯ 可控性作为一种原初谋划，并没有完全实现自身的功能，即社会认同和社会规范实际上并不是始终一致的。如果可控性独自存在或者完全实现了自身，那么一致状态就不会被打破。恰恰是过程的不可控性使得认同行为和规范行为的再一致得以可能。

⑰ 伯格（P. Berger）、卢克曼（Th. Luckmann）：《现实的社会建构》，Frankfurt am Main，1969。

⑳ 委身程度的加深和张力的加强实际上就是“理性行为的一般状态”的滑落。

㉑ 基于理性的信念，其性质是由内容决定的，通常构成复杂的命题。例如在命题 A：∃（X）（P（X）→Q（X））中〔P 表示作出牺牲行为，Q 表示获得预期利益。〕，由 P 得出 Q 就是理性的全部，即只要某一行为如此发生，那么这一行为就可以被定义为理性的。然而，信念的现实化，却不一定是复杂的，如命题 B：∀（X）P（X）。在命题 B 中，P 是唯一的原则，相比同时规定了预期结果和实现前提的命题 A，命题 B 直接取消了预期结果的实在性，将其作为隐藏的要素。命题 B 提供的行为样式虽然简单，却很有效，经验敬畏便属此类型。在经验敬畏中，被隐藏的预期结果体现为对未知之物的趋近和逃离这一双重运动，且这一运动于前理性时期和理性滑落时期占据主要地位。因此，我们可以说，考察信念的宗教性是至关重要的。所以，尽管很多宗教信念可以归为理性的判断，但许多更基本的信念却是理性之外的。

㉒ 考察非信众的根据在于，主张只有信众才能被作为研究对象的认识，是宗教研究中的一种偏见。

㉔ 家庭将不同时间的效用函数最大化。该效用函数既取决于每一个时段的（现世）消费 Zt，也取决于预期的来世消费 A。每一时段的世俗消费都是一个标准的家庭商品，它取决于家庭的时间投入 Tz 和已买入的物品 Xz。来世的奖赏取决于家庭的宗教活动的全部历史 R1…，Rn，而家庭的宗教活动史反过来又取决于每一时段所献给宗教的时间或物品。（Azzi，Corry and Ronald G. Ehernber，“Household Allocation of Time and Chucrh Attendanee，”*J. Polit. Econ.*，83：l，1975，pp. 27 – 56）

㉘ 家庭宗教生产函数变成了 Rt = R（TR，XR，SR，Q）。其中 Q 表示团体的质量，它反过来又是其他团体成员宗教投入的函数（Iannaccone，“Sacrifice and Stigma：Reducing Free-Riding in Cults，Commune，and Other Collectives，”*J. Polit. Econ.*，100：2，1992，pp. 271 – 279）

㉚ “搭便车”含义：宗教活动的参与者通过最少的付出获得最多的回报。

㉜ 知识体系由知识要素和组织结构组成。知识要素指来源于先天或后天的基本知识，表现为命题和判断；组织结构则是知识体系的构成方式。知识体系的组织结构可分为两种：根基结构和逻辑结构。根基结构指知识要素来源的合理性，根基结构的稳固性源自前结构要素的自明性和结构的实在性；逻辑结构则是知识要素间具体的构成形态。

㉞《信仰的法则》中 99 个命题和 36 个定义，构成了相当完备的论证体系。

㉟ 我们把论证的根基看作集束型：当假设越普遍时，前提的内涵扩大，所论证的命题内涵相应地扩大，此时论证处于相对稳定状态，其总体有效性保持不变；当假设的普遍性缩小时，前提的内涵缩小，所论证的命题内涵相应地缩小，此时论证同样处于相对稳定状态，其总体有效性亦保持不变。然而，若我们使用一个相当普遍的假设论证一个相对具体的问题，那么假设前提中包含的有效前提束在对应的位置就越稀疏，因而论证的总体有效性会下降。

㊱ 这里使用“输入”“输出”概念，是希望把各式各样的影响缩减成为基本上可以处理的若干指标。〔美〕伊斯顿：《政治生活的系统分析》，王浦劬等译，北京：华夏出版社，1998 年，第 30 页。

㊲ 在这里我们要区分系统的同质转化和异质转化，同质转化是基于自身结构的运转，异质转化是对自身规范的越界。

㊳ “输入函值”和“输出函值”是数学和逻辑学常用概念，系统论也使用这对概念，意思是输入值和输出值。

㊴ 此处不具体讨论输入的合法性来源问题和输出的合理性真值问题（这将是一个巨大工程，类似哈贝马斯《合法化危机》所描述的），而是基于系统一致原则，把非宗教输入视为非合法条件，同时把非宗教性输出视为非合理结果。

㊵ 在此表格中，我们省略了宗教性的输入和宗教性的输出。这里做一下说明，根据宗教市场论的三大前提——“最大化利益行为”“市场均衡”和“稳定的偏好”，任何可以由以上前提推出的关乎宗教的命题皆可作为宗教性输入，同时经由宗教经济体系运转必然得出的宗教性结果可作为宗教性输出。具体来说，有以下九个主要观点：（1）所有宗教的核心都是信念（教义）；（2）所有宗教习俗的基础都涉及与超自然的交换；（3）个体的宗教兴味沿一个张力谱系而变化；（4）人们所做的宗教选择和做世俗决策一样有理性；（5）宗教教义在激发人们的委身能力上有很大的差异；（6）宗教是一个社会性或集体性的事业；（7）吸收成员最多的宗教团体能够给予成员最多，因而能够使普通教众的委身维持在最高水平；（8）大多数新生的宗教团体都以高张力的信仰起步，比较成功的宗教团体将逐渐降低其信仰张力；（9）任何社会宗教组织之间的竞争都会刺激努力水平，从而增加宗教委身的总体水平，并导致缺乏足够市场吸引力的信仰消亡（九个观点，见罗德尼·斯达克、张清津：《宗教经济学》，《山东财政学院学报》2011 年第 6 期）。

㊶ 这里的“非宗教化”可被理解为“中立化和现象化”，而不是世俗化。

（责任编辑：谢　科）