

摘要

本文在信息经济的意义上揭示了宗教的信仰在规模生产和个性需求中对于“意义空缺”的填补作用，运用该结论，本文进而探讨了一般信仰组织针对单一需求和多种需求“意义空缺”填补的不同策略。

Abstract:

This article discloses the information economical function of religious faith in the cultural gap, which exists between the scale production and personalized demands. With this result, this article discusses different strategies of common belief organizations on the single demand or multiple demands cultural gaps.

关键词

意义空缺 宗教信仰

Keywords:

Cultural Gap

一、引言

1. 从信息时代基督教传播引出的

作为资本主义文明的主流信仰，基督教曾经随着西方资本主义经济的迅猛发展而迅速传播到世界每一个角落。在今天的中国，即使是最为偏远的地方，在林林总总的当地宗教的庙宇和信仰各异的信徒中，总是会发现基督教堂和基督教徒。

这是一场跨越洲际、跨越种族和跨越世纪的运动。成千上万虔敬的基督徒，来自不同教派，从欧洲出发向全球最为偏远和“蒙昧”的角落行进，把上帝的声音带到那里。这一过程显然是建立在西方文明的另一个产物科学技术的狂飙突进的基础上的。在这一个运动中，信仰的传播和特定生活文化的蔓延导致了西方文明在全球的主流地位。过去，对于这一文化现象的价值探讨和历史描述与批判一直是学者研究的焦点和争论的主题，从而也引发了东西方文化的比较和对话。

又是一个千年盛世。

我们生活的时代今天被称为信息时代：人们对奇迹已经习以为常。

基督教已经和它刚刚产生时大不相同。构成这些差异的，除了基督教本身的诸要素以外，还有它作为一个信仰组织生存的环境。

首先，宗教本来作为科学主义的对立面，而今却不得不在科学主义构建的世界中生存。根植于西方理性文化中的“去魅”倾向使得主流宗教必须重新定位自己在人们生活中的位置，并寻找到自己在信息时代存在的意义。从人的生活心理需求出发与某种伦理道德结合而重新解释经典教条和教义成为当下基督教诸多新兴教派或团体获得崛起的主要机会，这些教派或团体甚至通过大量的世俗化娱乐活动以增强自己教派的吸引力和受众的接收程度。

其次，在信息时代的传播结构中，宗教作为一种信仰，需要在新的语言环境和思维环境构造的伦理和生活心态下找到自己合适的传播语言和方式，以达到自己的传播目标。

最后，作为信仰方式之一，在这个知识扁平化、权威结构扁平化的时代，一种倾向的信仰如何与另外一种信仰倾向共存——亦即占据相对稳定的受众，这成为一种成功传播的传统宗教在如今奔腾汹涌的现代宗教潮流中寻求持续繁荣的重要解决课题。

今天的基督教作为一种在全球势力广泛的传统宗教，面临的问题很具有典型

性。

本文从信息传播和信息经济的角度尝试对以上问题的探讨。并试图解决以下一些问题：

1. 宗教信仰在现实生活中的意义何在？
2. 宗教传播的目的应该怎样设定？
3. 面对不同的需求差异，宗教的传播怎样定位才是合适的？

在具体研究方法上，本文遵循的是实证的原则并结合基本数理描述和推理的方法。伽利略的革命已经经历了几个世纪，数理的精神今天已经渗透到即使是最普通的研究行为中。基督教的精神原本与一种寻求统一真理的精神互为相生，今天，它的传播也必须借助实证技术的方法来获得现实的解决方案。

2. 宗教组织作为一种信仰组织的必要预设

在开始本文的讨论之前，有必要澄清一个重要的假设，即我们在什么领域讨论宗教的问题。我们关心的是宗教作为一种信仰在人们生活中的经济意义，以及遵循这个意义，它怎样传播给尽可能多的受众。在传播机制上，宗教虽然有自己独特的方式，但是这些方式与以科学主义或者其它信仰为主导的社会结构在本质上没有什么不同；事实上它们也经常互相借鉴彼此的方法，这些借鉴活动包括现代的营销学从宗教的某些“洗脑术”（传教方式）中发展出现代的广告传播技术，以及宗教组织运用现代电视和网络科技构造自己的传播工具同时也借鉴广告学的市场传播策略。

事实上，从广义的角度去说，科学的、宗教的以及其它可能存在的任何形式的意识形态，都以某种信仰为核心，即有一个核心的信条或者核心教义（价值）。同时它们又与特定的人与人之间权力的组织结构联系，他们用自己的行为特征以把自己与组织外的群体区分开来，继而形成一定的文化边界。从这种意义上来说，我们对于宗教的简约也并不违背宗教本身的特性。

作为一种信仰组织的宗教，从组织和传播的角度，我们关注以下一些特征：

1. 有核心的教义和信仰。

这些核心的教义或者信仰往往被认为是宗教的精神，同时也是一种宗教存在的标志。教义的差异直接导致宗教与宗教的区分以及新兴教派和传统教派的分歧。

在四大传统宗教中，这一特性是十分显而易见的。

在基督教教义中，对于耶稣的信仰是最重要的教义。然而由于对耶稣不同的理解，构成了新教、天主教和东正教三大分支。这三大分支由于信

仰内容的差异，对于圣经内容的侧重都有很大的不同，同时这些信仰差异又和他们各自组织行为上的差异相匹配。

从犹太教脱胎的基督教，因为对于“末世拯救”教义的根本分歧而与犹太教分道扬镳，或者说得更为准确一些，犹太教正是在“末世拯救”观念上与早期基督教的信条格格不入，才致使其痛下决心与基督教划清界限。犹太教强调上帝的人格作用，墨守旧约以及诸先知书的教义；认为人类应该等待上帝末世审判的到来；而对于基督教来说，这种毫无指望的等待根本不能符合当时人们的文化心理。所以早期的基督教的耶稣基督强调末世已经到来，人们即在现世获得审判。于是千年审判的观念遂被提出。对于圣经的重新理解加上耶稣的神迹和历史被作为上帝的希望传达给人类的声音形成了新的教义核心，产生了新约以及以新约为主要教义的基督教。

在这场分裂中，宗教的某些本质特性被呈现：首先，作为一种宗教区别与其它宗教的最本质区别在于核心信条和教条——如果这个有所改变，那么由此联系的一系列宗教行为和组织的差别，将导致两种不同信仰的差别。其次，从发生学和实证科学的立场，新兴宗教发端于社会心理的变革，新兴宗教的发生历史直接揭示了宗教教义与社会心理的紧密关系。这种紧密关系可以从一个实证的立场上被理解为：宗教的信仰是为了满足社会心理，或者避免用一种单项决定论的隐义，我们表述为宗教信仰的存在与社会心理存在着必然的暗合。

2. 有核心的组织以及相应的权力结构。

核心组织是围绕教义和信仰直接组成的权力核心。以宗教的语言说，核心组织的目的是为了维护信仰和教义在尘世中得以贯彻。

核心组织的任务一般有以下几点：

a) 发展核心教义。

几乎所有的宗教核心组织都承担了把宗教的教义在现世生活中重新解释的任务。历代著名的宗教核心组织领袖往往根据当时的形势，敏锐地感觉到当时的社会心理并且根据核心教义阐发自己的理解和主张，往往成为一个时代重要的次经。

b) 传播教义和发展信徒。

宗教核心组织往往根据形势，采取不同的传播策略，以使得自己的核心教义能够迅速传播，并且获得更多的教众。几乎所有的宗教都具有如此的特征。在某些比较封闭的宗教（如某些部族的某些原始信仰和宗教）中，宗教核心组织的这一职能似乎并不明显。有一些信仰或者教派只不过在部落内部流传，以增加部族的文化统一性，比如犹太教。

然而对于部族内部而言，这些宗教的核心组织，仍然以社会教化的形式，传播教义和发展信徒（尽管是部族内部）。

c) 维持教派内部秩序。

这是宗教最为世俗化的功能。一般而言，作为一个具有众多教徒的宗教，在一个统一教义以下，必然形成许多子信仰组织。这些子信仰组织因教条、权力和资源的占有而彼此排斥和冲突。宗教核心组织总是担任协调这些权力结构的工作。具体的协调方式视整个宗教组织结构的不同而不同。

3. 宗教内部的信徒有统一的行为特征和形象。

一定的信仰必定与特定的信仰行为相维系。信徒在生活中通过一定的仪式确立信仰在现实世界的边界。这些行为是在尘世世界中区别信徒与非信徒的标志。这些行为往往是可观察的和可以量度的。任何形式的宗教和信仰组织几乎无一例外地配套有相对应的行为规范。

在宗教的传播过程中，这种行为规范有时候是随着受众的文化习惯而有所调整的。依据仪式坚持的意志，保守派和革新派很容易被区分开来。这些意识导致的行为为宗教的实证研究提供了最基本的度量素材。

4. 有明确的传播定位

不管处于什么阶段，不同的宗教有不同的传播群定位。比较封闭的宗教往往局限于某一个地域的民众或者是某一个特定文化圈的人；而世界性的宗教往往把整个人类作为传播的对象。由于一个人在不同的年龄层次仍然具有不同的意义世界，所以我们同时也可以把传播的定位限定为同一群人不同的年龄层次。

3. 现代宗教的传播态势和宗教研究的趋向

现代宗教的一些素材为我们提供了丰富的研究材料。

在日本和欧美，宗教形态在 70 年代发生了巨变，各种新兴宗教的发展如同雨后春笋般迅速发展。这些宗教从信仰方式、传播途径和拓展模式上都和传统的宗教有很大差异。80 年代以后，许多新兴宗教导致的社会问题已经引起主流社会的关注。从已经掌握的大部分材料来看，社会媒体对于新兴宗教的关注往往在于其中一部分邪教对于社会造成的破坏作用。比较著名的一些邪教活动引起了媒体的广泛关注：其中有人民圣殿教¹、恢复上帝十诫运动²、大卫教³、日本的奥姆真理教⁴、太阳圣殿教⁵、统一教会⁶、天堂之门教⁷、科学教会⁸等等。自从上个世纪 70 年代开始，由于人民圣殿教大规模集体自焚运动，导致了美国从官方角度

正式对现代宗教开展研究，这些研究的主要目的是防止青少年误入邪教，因此，主要研究热点在于对青少年入教过程中的行为和心理特点，甚至导致了“反洗脑术”的学术进展；而日本自从1925年开始，学者们便开展了对于现代宗教教祖个人的精神病理研究，同时获得了不小的进展。⁹

对于著名邪教活动的细致考察由于这些活动本身极强的排外性而相当困难。然而，对于另外一些较小规模的半开放性非邪教性质的宗教组织的考察，却为我们提供了相当多的素材了解这些新兴宗教的行为机制和传播规律。

这样我们又留下一些问题：什么是决定一种信仰组织威胁主流信仰组织或者社会的必要条件？作为一个信仰组织的发起人和组织者如何控制一种信仰组织朝着预期的目标发展和如何控制它的风险？作为政府，在调控非主流信仰组织与主流信仰组织的关系中扮演了什么样的角色以及那些是有成效的？最后，如果政府处于倡导一种信仰或者价值的地位，可以采取哪些有效的策略？

对于这些问题的解答，都有赖于对宗教和信仰基本意义和机制的深入探讨。本文就试图从这些意义入手，揭示这些问题的内涵。

二、正文

1. 需求和信仰

A. 需求—供应四边形

今天人们的所有需求，都可以归入美国著名心理学家马斯洛的需求金字塔¹⁰中：

生理性需求——食欲、性欲；

安全欲求——追求安定和平的生活；

亲和保护欲求——与他人亲近的欲望及与他们做朋友的欲望，寻求社会归属感；

自我尊重的欲求——得到他人对自己的认可和尊重，在社会中获得满足的地位；

自我实现的欲求——希望实现自身的价值，体悟人的本质目标，与某种崇高相对应。

对于宗教信仰比较经典的理解方式是宗教往往对应于第五阶段的人的需求，亦即解决人的自我实现的欲求。这主要是因为宗教信仰本身提供价值。通过一种“意义世界的构造”¹¹，传统宗教带给人的不仅是一个基于某一种信仰的世界观，

而且是基于某一个故事或者信念的人生观，这样，宗教给人生提供价值，从而满足宗教组织中个体的自我实现欲求。然而，这样的理解仍然过于片面。因为，除去人的自我实现欲求，宗教在其它人类的需求中其实也扮演着重要角色——而且越是在古代，这种宗教的作用越是强烈：在至今存在的一些类原始部族中，宗教信仰担任的角色远远超出了仅仅提供价值——它同时担负着维持整个社会秩序、规范群体饮食的作用。如果从“宗教满足人的较高层次需求”这样的角度来看待这些问题，宗教在较低层次的人类需求中发挥的作用就会被遮蔽，同时许多现象，诸如现代宗教原教旨主义的兴盛（宗教的律令深入到现代人的基本生活饮食并且改变信徒原初的行为特征），新兴宗教中对于人的低级需求目标的信仰构造（有些新兴宗教以具体生活中的信仰为目标，这些生活需求包括：食欲、性欲等）的现象。因此，我们跳开这层古典意义，从另外一个角度揭示宗教本身的意义。

事实上，通过对于原始宗教、古典宗教和现代宗教的考察，我们可以发现，宗教活动本身对于人的这 5 种欲求都可以有所对应。特别是我们把宗教作为一种信仰组织考察时可以发现，这种信仰组织的诸种活动本身也是分层的。

我们从另一个角度理解马斯洛需求金字塔的塔状结构，亦即，该塔状结构其实提供了一个在一对多的“供应-需求”模型中，需求成本的堆积倾向；也就是说，该塔状结构应该理解为供应者如果需要满足一定层次的需求，其所涉及的成本层次。对于一个人群而言，由于每个人的兴趣和倾向不同（意义世界的差异导致），每个人都希望一个个性化的物质世界满足。在一对多的规模化供应中，为实现这些满足所涉及的成本是不同的。这主要是因为，在马斯洛需求金字塔中越是高层次的需求，个性化的差异越大，因此所要支付这些信息差异的协调成本越高（规模生产越是难以进行）。¹²

在讨论这个问题时，为了简化问题，我们忽略供应满足对于需求的促进效应，也就是说，我们是讨论一个瞬间的问题，即个体意义世界既定的情况下，一对多的供应-需求关系的规则。

这样，我们便把整个需求金字塔改述为以下四边形：借助这样的四边形，我们可以在左边的“马斯洛金字塔”中描述个体需求结构，同时又在右边的“个体需求供应成本”中对应了满足该需求的成本堆积图。（图 1）如果我们把“马斯洛金字塔”中每一段需求层次的底线称为 D-S 线（需求—供应线）的话，我们可

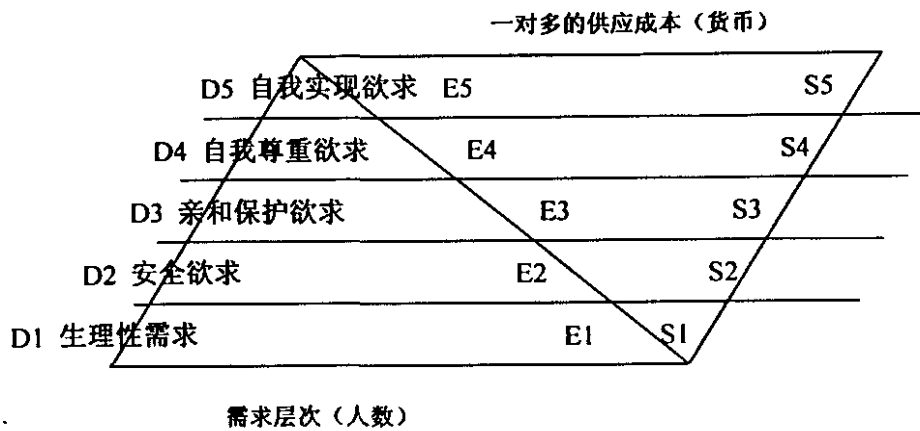


图 1

以得到 D1-S1, D2-S2, …D5-S5 等五条互相平行的直线。我们把这些直线与整个平行四边形对角线（分界个体需求供应成本三角形和“马斯洛金字塔”的那条）截得的交点分别成为 E1, E2, …E5。这样，我们获得的比例关系是这样的： $D1E1/E1S1$, $D2E2/E2S2$, … $D5E5/E5S5$ 。这些比例关系的大小体现了供应所需成本和可以满足需求的人数的比例，我们可以称之为“需求层次的货币效率”，进一步考察，当我们把这种供应成本理解“信息协调成本以后”，我们也可以把 DE/ES 理解为“一对多供应的信息协调成本的比例”，亦即信息协调成本和人数呈正比例关系。

我们如果把宗教也当作一种符合需求的手段，那么，我们可以把这个四边形当作宗教产品的“需求层次—成本”结构图。

上述四边形描述的需求规律，如果用公式表示则为：

$$D=S=\sum Si (i \in [1, 5] \cap N)^{13} \quad (\text{式 1-1})$$

在市场均衡状态，个人需求总量与个人需求的供应总量相等。

$$D1E1/E1S1 > D2E2/E2S2 > D3E3/E3S3 > D4E4/E4S4 > D5E5/E5S5 \quad (\text{式 1-2})$$

个人的五个阶段的需求层次，其需求层次的货币效率根据需求层次的提高而递减。

这就是马斯洛金字塔的信息经济学意义。

B. 需求层次供应效率递减的由来

在这里，我们不禁对式 1-2 的意义追本溯源。我们可以作这样的理解：马斯洛的金字塔反应了需求的五个层次，是从物质层面逐渐过渡到精神层面的。马斯洛根据人与自然的逐渐过渡到人与其他人乃至类本质和历史类本质之间的活动划分了这五个层次的需求。由于人与人之间意义世界的不同（下文成为“信息不均衡”或者“信息差异”），满足这五个层次需求的成本逐渐提高是因为越是精神性的领域，其“主体间性”¹⁴效应越是不明显。

在生理需求层次，人主要是与自然界或者说被人改造着的自然界打交道。其中，个体与物理性的自然关系比较突出，而由不同的个体形成的不同的意义世界基本上是在同一个介质中互相分享观念，因此其信息差异比较小，信息不均衡性也不明显。在这样的情况下，人们对于同一个生存层次的意见的分歧较小，因此，很容易形成规模生产以满足为数众多的个体的需求。这样，满足这些个体需求的供应成本就因为规模效应而大大降低，所以生理需求层次的货币效率比较高。

一个极端的例子就是，当 $DE/ES \rightarrow \infty$ 的时候（“马洛斯金字塔”的底线），类似“呼吸（空气）”、“解渴（水）”等需求要素，其供应成本为 0，因为这些要素是生命现象得以可能的必要条件，其中的个体需求差异为 0。

在安全需求和亲和保护需求以及自我尊重需求中，个体之间意义世界的差异问题就比生理层次需求显得突出。由于人们在同一个社会中对话，因此维系这些对话意义互相统一的，往往是某种社会权威，或者在“权威”陷入危机时，主要是“道德共识”在发挥主体间性效应。¹⁵营造一个社会文化或者消除两个意义世界在社会问题上的分歧的成本（使两个意义世界就伦理或者社会问题形成共识的信息协调成本¹⁶）明显高于在生理层次上消除两个意义世界的信息差异；从需求的供应角度来看，在这些层次的需求中，个性化的问题开始逐渐凸现并且阻碍了供应的生产规模，致使满足这些层次的个体需求的成本偏高。

随着在马斯洛金字塔中需求层次的不断提高，个性化的问题（或者说信息差异问题）越来越大，最为极端的例子是每一个个体都有一个自己的意义世界和体系，要达到这些信息与另一个意义世界的完全互通必须复制一个同样思维结构的意义世界以及和这个意义世界完全相同的经历。这样，处于金字塔最高层次的需求，为了满足这样的人群，所需要耗费的资源用货币衡量就相当巨大了。

由上面的分析可见，马斯洛金字塔的形成可以从信息经济学的角度加以研究和分析。信息协调的成本直接影响了个体需求层次的货币效率。这样，我们可以得到另一个公式：

$$S=f(C_i) \text{ (式 1-3)}$$

其中，S 是个体需求供应成本， C_i 是个体与个体之间的信息协调成本。本式的意义是个体需求的供给成本取决于个体与个体之间信息协调成本。我们在前面的讨论已经揭示，它们之间的关系是同向的。

C. 信仰

在供应和需求相匹配的均衡状态，根据式 1-1 和式 1-3，我们得到：

$$D=S=f(C_i) \quad (\text{式 1-4})$$

从式 1-4 中，我们已经得到了启示：马斯洛金字塔其实是它的一个定性描述。显而易见的是，在人的需求的任何一个层次上，都存在着意义世界之间的信息差异。只是这些信息差异有的时候小到可以被忽略（生理性需求层次）。

作为一种信仰组织的宗教，就是通过运用各种手段来增进信仰，使个体之间信息协调成本最低。从信息交换角度来考察信仰问题，我们可以把信仰的条件解释为：在一个或者多个领域中，信息之间差异降低到可以被忽略的程度。因此，从这样的角度定义信仰活动，我们就可以得到：信仰是追求信息之间差异降低到可以被忽略的程度的结果。

深入考察人的一切活动，我们会发现，大多数人的行为是在社会信仰（他人和整个组织带来的信仰）和个人经历导致的惯习的影响中进行的。也就是，信仰构成了大多数人的大多数生活行为。有两种信仰构成了我们大多数的活动：

第一，对于自己经历的信仰——由于对过往的经历做过细致考察，所以由此形成的个体知识对于个体而言通常具有较高的可靠性；同时，造成这种信仰的成本通常比较高。

第二，对于他人经历的信仰——通过交流符号与他人进行对话，从某种程度上共享知识。这对于个体而言具有相对低的可靠性，其可靠性的强弱取决于对话的一些属性；同时，造成这种信仰的成本比较第一种信仰而言往往比较低。

因此，在面对未知领域的活动时，人常常可以作这样两种选择：第一种选择是选择自我积累，即亲身经历或者考察以获得可靠性强的知识；第二种选择就是通过信仰他人的话语与他人共享知识以获取活动的经验。由于人类活动领域日趋广泛，我们不可能花费巨额的时间和风险在我们经历的所有活动中，所以我们生活中越来越多比重的知识来源于第二种选择。¹⁷

2. 现代生活中信仰的目标

A. “意义空缺”

社会化生产满足需求以降低成本是我们这个社会主要的需求满足方式。规模需要以下条件：

第一，生产、交换、消费“规模经营”，有“单位”可言。任何形式的规模生产必须强调一个标准化的度量，这样，重复生产和作业程序才成为可能。与此相对应地，在消费过程中，“规模”也是影响成本的主导要素。有了规模的生产、规模的消费，就势必涉及规模的交换。

这些规模化的活动是以对于个体之间的信息差异忽略为前提的。只要信息差异可以容忍，那么规模化的产品就仍然可以被消费的个体所接受，直到这些差异越来越大，新的产品机会出现。

值得注意的是，在信息差异的不同层次上，规模化的产品和服务也有不同的层次。有的产品和服务仅仅针对于个体需求金字塔中较低的层次，因此满足这些需求的成本很低，在一个自由竞争市场中，该低成本经营的壁垒很低，这就不得不迫使供应商用压低售价的方法来排除异己，争夺市场份额，导致产品平均利润率大幅度下降。由于资本追逐高利润，供应商自然而然把满足个体“生理性需求”的产品向其它更高层次的需求产品过渡。这也是现在我们所说的追逐“文化产品”的高附加值。可以说个性化产品的出现是对因为大规模生产出现的人们需求之间差异被忽略所造成的需求空缺的弥补。这也就是物质生产对于“意义空缺”的弥补机制。

社会产品的规整化的另一个结果是造就了人与人之间意义世界的规整化倾向；人的诸种个性被压缩成为单一维度。也造成了通常所说的“人的异化”。这种“异化”只是表面上的个性统一。事实上，人与人之间的信息不均衡仍然由于诸多因素（包括人们生活和工作空间的越来越割裂、人们之间通过对话和共享生活世界消除信息差异的成本越来越高阻碍了人们之间需要的交往和了解）而存在甚至加剧。这样，个体之渴望被了解的需求（马斯洛金字塔中较高阶段的需求）需要通过另外的方式得到满足。

第二，以统一方式调配资源，决策权力的集中。这导致了“霸权”成为必然的结果。人们生活在必然的权力结构中，同时也是资源调配的力量。

第三，社会成员组织成为团队，并分工。这加大了人与人之间的信息不对称。越是发达的物质条件，其背后支撑的科学技术就越是复杂——个人难以胜任如此浩大的工程，人们之间为集中力量进行的组织和分工就越是严密。这样，每个人

拥有的知识也越是难以和他人进行“经历”地共享。生活空间的不同，直接导致了不同的意义世界的分裂。

我们通过式 1-4 中的需求和供应的两个不同角度从供需平衡瞬间倾向来考察上述矛盾：

变化前均衡状态：

$$D=S=f(C_i) \quad (\text{式 1-4})$$

假设现代性的变化之前，每个个体的需求都有唯一的满足方式，即供应和需求符合，社会供给和社会需求之间的关系是一一对应。每一个供需之间的价格水平取决于供求和分配中信息的协调成本。

设： $C_i'' < C_i < C_i'$ (式 1-5)

现代化变化：

$$D'=f(C_i'); \quad (\text{式 1-6})$$

从需求方面，现代化生活导致分工的加剧、人与人之间意义世界的分割加剧，因此增加了信息交往的成本——也就是说，要维持同样的信息沟通，保证人的同等水平的需求满足，人们需要支付额外的成本即 $C_i' - C_i$ ，这主要是由于现代化生活中的“分工效应”；从另一个方面理解，由于现代生活对于人的基本需求的满足，人们往往追求更高层次的需求，更高层次的需求需要协调更多的信息差，这我们称之为“晋级效应”。

$$S' = f(C_i''); \quad (\text{式 1-7})$$

从供给来看，现代化生活的规模化生产倾向促使生产方对于需求者的满足是以忽略一部分个体之间信息差来实现规模生产的，这样，一对多的供应才成为可能，一对多的信息协调成本 C_i'' 总是低于一对一的供应成本 C_i ，这是现代化生活的“规模生产效应”。

现代化变化后的均衡状态：

$$D'=f(C_i')=S'+s \quad (\text{式 1-8})$$

$$s=f(C_i')-f(C_i'') \quad (\text{式 1-9})$$

一个以需求为主导的产品市场意味着需求对于供给来说总是过剩，因此，供给决定最终的价格和均衡状态。这样，我们得到现代化生活变化后的均衡状态。其中， s 就是现代化生活后，人们的需求和供给之间的缺口。这个缺口就是现代化规模生产以外需要填补的个体需求空间，我们可以称它为“意义空缺”。在现代化社会中的宗教信仰目标，就是应该填补个体需求和规模化供给之间的“意义空缺”。

B. 科学技术的推动作用

科学技术的飞速发展加速了现代化问题的发展。我们周围的生活正在变得和以前截然不同：

首先，科学技术导致了越来越快的生活节奏、分工细化、新产品推出速度和人类史无前例的巨大活动空间。它促使人们用“亲身经历”和“体验”的方式获取个体对于自己经历的信仰的成本越来越高。“什么事情都必须亲历亲为”已经不是人们认识世界和社会的主要方式。人们必须通过不同程度的信仰来彼此共享知识。

第二，随着信息技术的发展，人与人之间的信息交流成本构成发生了很大的变化。人类交往活动成本很大程度上决定人类社会的规模与人类认识世界的的能力。1000 年以前，发生在中国的重大历史事件要 100 年左右时间才会被传到欧洲，大约 100 年以前，发生在欧洲的重大变革要 10 年左右时间才能被传到中国；大约 10 年以前，发生在地球这一侧的事情要 10 天左右才能传到地球另一侧；而今天，发生在地球的几乎任何地方的事件，只要有人感兴趣，就可以在几秒钟内传达地球的几乎每一个角落。同样只要有兴趣，人和人都已经具备了去认识世界上几乎任何地方的任何事件的能力。信息传递速度的加快，降低了信息工具和媒介在信息成本中的影响力，相应地，在这样一种信息趋势中，人们的趣味（受到他们生活、工作环境的影响）、信息交流路径、信息检索技术和不同意义世界之间信息的差异大小成为影响信息交流成本的最主要因素。¹⁹蒙昧在某种程度上被扩大了——因为人们甚至都没有办法和实体性接触的生活圈中的其他个体交换意见，同时和他们能够自由分享知识或者信息（包括情感）的远在天边的人或许并没有如自己想象地那样在共享同样一份经历或者根本就是别有用心。

C. 现代生活下宗教信仰的目标受众

由于现代生活的这些特征，今天的宗教面对着信息时代的新受众。这些新新人类的生活环境是由电脑、电视媒体和互联网游戏构造的。

青年人，尤其是经过高学历的人，他们的入教动机已经和以前有很大的不同：

a. 寻求更佳的生活体验。这部分人群的通常意见为：“如同参加体育活动，如同站在流行风潮中…”、“单纯玩乐感到美中不足，参加弥撒心里充实。”、“越古老越新鲜，‘速效性’是得人心的秘诀”、“丢掉‘科学万能’之时，正是接近‘神秘’之始”、“向神话探求。”由于规模化生产营造的生活环境没有办法根据每个人不同的生活意义世界给予不同的意义，因此，宗教的密仪以及由此导致

的一系列体验是一种很好的填补“意义空缺”的东西。

b. 对超能力的追求。许多新兴的宗教往往以超能力的培养来吸引年轻人。这些超能力的许诺往往是满足青年人追求比别人更优秀的愿望。事实上，通过一些仪式使人心理发生的变化和兴奋感也确实从某种程度上满足了他们心理深层次的需求，并使他们获得了相对于别人的更多优越感。这样通过普通的生活供给，加上一定的宗教活动，这些人的“意义空缺”能够被填补。

c. 自我实现。许多人曾经试图去一心学习、读书、或者一味去玩乐，但是那样总不能使他们感到满足，他们渴望能具有比任何人都优秀的能力——这便是他们转而投热情于宗教的缘由。当然此中还有另一些因素，比如有些人是随大流，赶风潮而入教，也有的是听到宣传劝诱，抱着好奇心想入教试一试，结果感到很中意，很快活，于是正式成为信徒，等等。

d. 追求与他人的差别化。这种需求在前面已经直接做了细致的分析。这些人行为的主要形式为：“今天的年轻人为了突破眼前的考试竞争，不得不整天陷在这样那样的‘为什么’的疑问包围之中。好不容易进了大学，却发现对那些疑问自己仍然一个人独自解答不了。于是，某些偶然的机遇，或者碰到找上门来劝诱的人，听到‘我们相信上帝’，‘信仰可以排解烦恼’等等一类的话，不禁进一步细问几句。结果常会迎合己意，‘原来宗教是这么回事！’同时，又感到‘太妙了，我知道了别人还不知道的真理！’，‘嘿，流行 boat house 商标的 T 恤衫的情景你还记得吗？这虽然不是一回事儿，但是我那心里就象是比别人先搞到了一件新商标的 T 恤衫一样地怀有优越感。”¹⁹

另外根据入教者的社会地位区分（因为社会地位往往预示着受众面临的不同需求），宗教的受众可以分为：庶民阶层的宗教和特权阶层的宗教。按照现在掌握的情况看，包括为数众多的新兴宗教，庶民阶层的宗教数量和规模比较大。

3. 现代生活中宗教策略

A. 从日本的三次宗教热潮描述所对应的“意义空缺”

前面已经论述了宗教对于填补“意义空缺”的意义，在界定每一个宗教组织的发展战略目标时，有必要把教义或者信仰本身和他们的组织目标相区分。在这里，宗教组织的目标应当被抽去内容地理解。宗教的目标在其本来的意义上看，往往直接体现为教条：比如基督教的目标是让世人相信上帝并且因此而得到拯救，佛教的目标是让人达到涅槃的境界等等。这些目标本身是宗教教义的自然延伸和推理，然而，这却并不被定义为宗教组织的目标。作为一个理性的宗教组织，

要获得最健康的发展，应该把自己的目标定为满足人们需求的“意义空缺”上。

以日本为例，近代有三次宗教热潮值得引起注意²⁰：

所谓日本的“第一次宗教热”，起于19世纪末，即日本的江户时代末期到明治维新始期的一段时间。那时候，大本教、天理教、黑住教、金光教等等新宗教纷纷在日本诞生。恰是同一时期，日本社会正处于昔日的社会、宗教、国家等等组织全面崩溃的时代。这个动荡的时期使大多数人的生活基盘受到毁坏。于是，参神拜教，无目的的疯狂行动，狂歌乱舞等等现象应时而生。如果透过这种恍惚不清的表象看其内在本质的话，就会发现这其实意味着一个旧的社会、旧的价值体系和旧的文化正在全面土崩瓦解。而宗教则是做为一个新的事物自然而合理地降生了。一般来说，社会动乱时期宗教热情高涨可以说是历史的规律。欧美各国在19世纪末到20世纪初期也曾流行过神秘学。文学上、艺术上都出现过崇尚神秘形象的时期。

“第二次宗教热”发生在第二次世界大战以后。由于“国家神道”随着“天皇神圣”神话的破灭而解体，日本人的传统价值观发生了根本性的崩溃。于是宗教又遵循历史的规律兴盛起来，各种新兴宗教如雨后春笋，信徒们蜂拥而至。日本的灵友会、立正佼成会、创价学会等等宗教团体便都是在这个时期发展壮大起来的。被各种各样的不安所驱使的日本人试图通过宗教信仰来解除心里的混乱和失控。有很多文学作品描写了当时新兴宗教的活动情景，例如丹羽文雄的小说《蛇与鸽》，林英美子的小说《浮云》等等。

“第三次宗教热”则从上个世纪70年代开始，一直持续到本世纪初。与前两次相比，这一次的宗教热有以下一些特征：其一是本次宗教热表现出非常强烈的对密教，对超自然的志向性。例如一些宗教势力扩大比较迅猛的是具有密教式教义的宗教团体，象名为“真如苑”、“世界真光文明教团”、“阿含宗”等等的宗教组织。

其次，在第一次、第二次宗教热时期，随着宗教团体间的竞争出现过教团吞并小教团的情况。而第三次宗教热中没有这种情景。给人的感觉是“各个宗教团体共存共荣”。20世纪90年代初期在日本合法登记的宗教组织(宗教法人)总计185000个以上。这样的现象有世界性的倾向。美国自20世纪60年代到70年代，也曾风行过小型宗教团体，当时称小型宗教活动为“小派”、“崇拜活动”等等。这种倾向至今残留。从那时至今仍然维持存在的宗教团体中包括基督教内的保守的和通俗的一派以及以哈雷克利好为代表的印度教系。还有一个当时的新兴宗教在20世纪90年代的日本也开始出现了，那就是犹太—基督教系。

从这些史料可以印证，日本的第一次、第二次的宗教热潮是宗教响应了马斯洛金字塔中对于人的基本生理需求和基本社会需求（第一、第二、第三层次的需

求)的“意义空缺”。至于第三次宗教热潮,其对应的“意义空缺”特点就更为明显。

这样,我们就自然而然地导出了作为一种信仰组织的宗教如何在“意义空缺”中定位的问题。

B. 信仰的两重特性和信仰的衍生效应

让我们再回到前面讨论过的信仰问题。我们认为信仰是追求信息之间差异降低到可以被忽略的程度的结果。也就是说,当两个个体的意义世界中信息差减少到一定程度就可以导致信仰。然而,这其实只是信仰的一个方面。事实上,信仰并不总是担任从变量,由于信仰是人的一种自由选择,因此更多的时候,特别是在宗教领域中,信仰是担任自变量的角色。

一些有意义的宗教活动研究成果为我们考察宗教如何利用信仰提供了重要的参考²¹。在考察信仰案例的时候,我们发现个体 A 对于另一个意义世界的个体 B 在一个问题上的认同可以增进 A 和 B 在其它问题上的认同。也就是, A 和 B 在一个方面信息差异的降低有助于降低 A 和 B 在其它方面的信息差异。这也就是我们通常意义上的“信任”或者“信”。这种“信仰的衍生”我们用信息成本的方式表述如下:

$$C_{i1} \rightarrow C_{i2} \quad (\text{式 2-1})$$

$$\Sigma C_i = \max(C_{i1}, C_{i2}) \quad (\text{式 2-2})$$

这里, C_{i1} 表示一个方面的信息协调成本; C_{i2} 则表示另一个方面的信息协调成本。式 2-1 表示,对于同一起来源的各信息,其协调成本趋向于相等,这是信仰的结果。式 2-2 表示,达到一种宗教信仰总的信息协调成本等于达到各个子信仰的信息协调成本中最大值。²²

由于宗教教义系统往往是一个意义融贯的信仰系统,所以我们常常听到的“理解了核心问题以后,其它问题也就迎刃而解了”这样的话,正好印证了信仰的这种“衍生”性质。

几乎所有的宗教都运用“信仰的衍生效应”来进行拓展自己的意义体系。在一些新兴宗教中,由于宗教组织本身资源的限制和信息积累的局限,教祖们往往通过单一需求来加强信徒对于整个信仰系统的认同,然后通过“信仰的衍生效应”使自己的其它信条很容易被信徒接受。

C. 在单一需求“意义空缺”中的定位策略

新兴宗教热潮相比传统的宗教有着明显的区别：其中之一就是新兴宗教往往是从单一需求出发来定位自己的信仰。因此，和发展繁复有较长历史的传统宗教相比，这些宗教并不具有完备的世界观的宗教教义。比如，在日本有为了堕胎婴儿超度亡灵的专门宗教组织。

单一需求的宗教信仰定位，我们可以沿用式 1-9 进行拓展。

$$s=f(Ci')-f(Ci'') \quad (\text{式 1-9})$$

假设宗教信仰对于个体需求的满足供应为 S_r ，为达到填补“意义空缺”，单一需求的宗教信仰定位策略在理论上应该使个体需求的满足在边际上与“意义空缺”等值，也就是由宗教信仰来满足所有的“意义空缺”：

$$S_r=s \quad (\text{式 2-3})$$

从单一需求出发的现代宗教往往通过意义世界的构造并引导信徒信仰它来实现 S_r 的供给。也就是，对于信徒来说，生活中的物质条件什么也没有改变，供给的状况仍然不合自己的期望，但是，通过附加一种信仰产品，用信仰的力量，信徒得到了满足。但是，宗教构造的意义世界同样需要信息的协调成本。一般来说，单一需求的宗教的信息协调成本比较低因为宗教的信息协调并不需要物质生产的支持，它是一种意义附加产品。利用信仰同一个意义世界，宗教组织实现了用一种低于既有信息协调成本的方式满足较高信息协调水平的需求。

$$S_r=g(Ci_3) \quad (\text{式 2-4})$$

$$Ci_3 \leq Ci' - Ci'' \quad (\text{式 2-5})$$

其中， $g(Ci_3)$ 表示宗教创造的满足与相应的信息协调成本之间的关系。宗教与物质生产所构造满足的过程不同，因此它产生的满足与所需要的信息协调成本 Ci'' 之间的关系与物质生产的 $f(x)$ 是完全不同的，我们用 $g(x)$ 来表示。而 Ci_3 则表示为了弥补“意义空缺”，宗教所需要支付的信息协调成本。式 2-5 表示，宗教对于“意义空缺”的满足所需要支付的信息协调成本必须小于或者等于为了弥补“意义空缺”物质生产需要增加的额外信息协调成本。否则，我们会选择物质生产的方式来填补“意义空缺”。

D. 在多种需求“意义空缺”中的组合定位策略

类似基督教、佛教等传统宗教或者有相当发展历史的大宗教并不满足于实现对于单一需求的“意义空缺”的弥补。事实上，它们宣称自己是救世的宗教，同时需要迎合教徒多种需求的“意义空缺”。

在这种情况下，前面提到的“信仰的衍生效应”将发挥主要作用。

当一个宗教组织从一种需求的“意义空缺”的填补中获得突破以后，意义世界的其它信息对于信徒来说已经很容易接收。因为在第一种需求的“意义空缺”填补成功以后，信徒的其它需求的协调成本也几乎已经达到了。

这一过程用公式表达，我们假设第一类需求的信息协调成本是 C_{i3} ，该需求的“意义空缺”已经满足； C_{i3}' 指的是在物质生产方式下，第一类需求期望的满足水平所需要的信息协调成本， C_{i3}'' 指的是在物质生产方式下，第一类需求的供应水平对应的信息协调成本； Sr_4 指的是宗教对于第二类需求“意义空缺”的满足， C_{i4} 指的是满足第二类需求所需要的信息协调成本，相应的， C_{i4}' 和 C_{i4}'' 分别表示在物质生产条件下，第二类需求期望的满足水平所需要的信息协调成本以及第二类需求的供应水平对应的信息协调成本； ΣC_i 则表示为满足第一种和第二种需求的“意义空缺”宗教所需要支付的总的信息协调成本； $\Sigma C_i'$ 表示为满足第一种和第二种需求的“意义空缺”，物质生产所需要支付的总的信息协调成本。

$$s=Sr=g(C_{i3})=f(C_{i3}')-f(C_{i3}'') \quad (\text{式 2-6})$$

$$s=Sr_4=g(C_{i4})=f(C_{i4}')-f(C_{i4}'') \quad (\text{式 2-7})$$

$$C_{i3} \leq C_{i3}' - C_{i3}'' \quad (\text{式 2-8}), \quad C_{i4} \leq C_{i4}' - C_{i4}'' \quad (\text{式 2-9})$$

$$\text{设 } C_{i3} < C_{i4} \quad (\text{式 2-10})$$

$$\therefore \Sigma C_i = \max(C_{i3}, C_{i4}) = C_{i4} \quad (\text{式 2-11}), \quad \Sigma C_i' = C_{i3}' + C_{i4}' \quad (\text{式 2-12})$$

$$\therefore \Sigma C_i' - \Sigma C_i = C_{i3}' + C_{i4}' - C_{i4} \quad (\text{式 2-13})$$

又 \therefore 式 2-9

$$\therefore \Sigma C_i' - \Sigma C_i \geq C_{i3}' + C_{i4}' - (C_{i4}' - C_{i4}'') \quad (\text{式 2-13})$$

$$\therefore \Sigma C_i' - \Sigma C_i \geq C_{i3}' + C_{i4}'' \quad (\text{式 2-14})$$

从式 2-14 的结论看，宗教信仰在满足多种需求的“意义空缺”时所节约的信息协调成本边际上等于为满足较低水平的期望需求物质生产所需要支付的信息协调成本与为满足较高水平的实际需求物质生产所支付的信息协调成本之和。

在多种需求的“意义空缺”填补策略中，有一点值得注重的是“信仰的衍生效应”本身。事实上，式 2-1 和式 2-2 的机制还有待深入挖掘。因为在面对多种需求的“意义空缺”填补策略中，使得这两个式子成立的条件是信仰的作用。也就是，在填补了第一种需求的“意义空缺”以后，第二种需求的“意义空缺”作为不证自明的命题被信徒所接收。事实上，这接收程度还受宗教信仰体系本身融贯性的制约。在这里为了简化问题，我们就不再深究了。

三、结论和引申

以上，本文从人的需求出发，详细探讨了宗教信仰在现代生活中的机制和意义。由此可见，一个合理的宗教信仰，将有效地弥补物质生产对于人类期望需求的供应不足。同时，一个理性的宗教信仰在世俗社会传播的策略，必须从技术上遵照的法则正如本文揭示的那样，应该以填补“意义空缺”为目标。

在这一“意义空缺”的填补活动中，新兴宗教和传统宗教分别遵循单一需求“意义空缺”填补策略和多种需求“意义空缺”填补策略可以分别延伸出许多的方针和策略。

事实上，本文提到的一些基本数量关系的揭示仅仅揭开了从信息经济学角度探讨信仰意义和机制的一角帷幕。很多深入的探讨还有待于进一步揭示。

在附录中，我们将试图通过对于信仰的传播手段的探讨，揭示这样一个课题如何深入地开展下去的方式。

同时，在附录中，我们通过分析一个基督教网站的目录结构，从而揭示传统宗教的公众传播定位。

四、附录

1. 深入探讨 $Ci3$ 的意义和构成

在本文第三部分讨论宗教在单一需求的“意义空缺”中的定位策略问题时，我们涉及了宗教在填补“意义空缺”时的信息协调成本问题：

$$S_r = g(Ci3) \quad (\text{式 2-4}).$$

正如正文我们已经定义的， $g(x)$ 作为一种宗教特有的创造满足的方式，与物质生产的方式完全不同。现代的物质生产通过物欲迎合消费者的口味，从而创造由物质到精神的满足。在这样一种逻辑中，消费者需求被静态地理解，亦即，消费者的需求世界是不变的，其意义世界也就理所当然地被当作“上帝”保护起来。

而和所有其它的信息加工服务一样，宗教则直接试图在信息的整合中创造教徒的体验满足。宗教在经济学意义上的独特地位在于它运用信仰的两重性来激发信仰，从而付出更低的信息协调成本迎合较高的满足。在这里，个体的需求被动态地理解，信仰就是把这些个体需求集中在一个意义世界中加以满足的方式。具体来说，宗教创造了一个意义世界，并且使得各个不同的个体需求者信仰它，通过信仰的力量，使得各个不同需求个体之间的信息协调成本在需求的满足中的效用降低到一个可以被忽略的水平；而相应的，另一种信息协调成本却产生并且发

三、结论和引申

以上，本文从人的需求出发，详细探讨了宗教信仰在现代生活中的机制和意义。由此可见，一个合理的宗教信仰，将有效地弥补物质生产对于人类期望需求的供应不足。同时，一个理性的宗教信仰在世俗社会传播的策略，必须从技术上遵照的法则正如本文揭示的那样，应该以填补“意义空缺”为目标。

在这一“意义空缺”的填补活动中，新兴宗教和传统宗教分别遵循单一需求“意义空缺”填补策略和多种需求“意义空缺”填补策略可以分别延伸出许多的方针和策略。

事实上，本文提到的一些基本数量关系的揭示仅仅揭开了从信息经济学角度探讨信仰意义和机制的一角帷幕。很多深入的探讨还有待于进一步揭示。

在附录中，我们将试图通过对于信仰的传播手段的探讨，揭示这样一个课题如何深入地开展下去的方式。

同时，在附录中，我们通过分析一个基督教网站的目录结构，从而揭示传统宗教的公众传播定位。

四、附录

1. 深入探讨 $Ci3$ 的意义和构成

在本文第三部分讨论宗教在单一需求的“意义空缺”中的定位策略问题时，我们涉及了宗教在填补“意义空缺”时的信息协调成本问题：

$$S_r = g(Ci3) \quad (\text{式 } 2-4).$$

正如正文我们已经定义的， $g(x)$ 作为一种宗教特有的创造满足的方式，与物质生产的方式完全不同。现代的物质生产通过物欲迎合消费者的口味，从而创造由物质到精神的满足。在这样一种逻辑中，消费者需求被静态地理解，亦即，消费者的需求世界是不变的，其意义世界也就理所当然地被当作“上帝”保护起来。

而和所有其它的信息加工服务一样，宗教则直接试图在信息的整合中创造教徒的体验满足。宗教在经济学意义上的独特地位在于它运用信仰的两重性来激发信仰，从而付出更低的信息协调成本迎合较高的满足。在这里，个体的需求被动态地理解，信仰就是把这些个体需求集中在一个意义世界中加以满足的方式。具体来说，宗教创造了一个意义世界，并且使得各个不同的个体需求者信仰它，通过信仰的力量，使得各个不同需求个体之间的信息协调成本在需求的满足中的效用降低到一个可以被忽略的水平；而相应的，另一种信息协调成本却产生并且发

展了，那就是整个意义世界与单个的信徒之间的信息协调成本。这样，我们可以把 $Ci3$ 定义为宗教的信仰协调成本。

在单一需求的“意义空缺”定位策略中，宗教的信仰协调成本主要由信仰的转换成本 Cit （也是一种信息协调成本）和信仰的维护成本 Cim 构成。我们这样表示这种结构关系：

$$Ci3=Cit+Cim \quad (\text{式 } 3-3)$$

在这个关系中，我们深入探讨信仰的转换成本的结构和影响因素。

在传播信仰的方式上，传统宗教和新兴宗教有很大的不同，以下一段文字说明了这种趋势²³：

“旧的布教办法或是宗教的，或是政党组织的，都差不多一样，先向有入教志向的人赠送教义印刷物，然后吸收进教会团体或者政党组织，让他们听教义的讲解，并且扩大宣传物、报纸的发行。用这种方法扩大组织的实例很多，例如基督教组织，目前中国的佛教组织，以及各种社团组织等等。然而这种方式获得的传播效用正在呈递减的趋势。

在一些新兴宗教中，诸如“灵能开发的训练”、“皮肤传播”和“肉体接触”等传播方式成为传播的重要手段。比如，日本“真如苑”把灵能开发训练称为“接心训练”。也就是已经具有灵能的人将自己的灵能分一部分给尚未具有灵能的人的灵能施予过程。”

在这里，我们涉及到信息灌输式的传播方式和体验式的传播方式²⁴。这两种传播方式要达到既定的转换目标所产生的信仰转换成本是不同的。这样，我们就又涉及了信息传播技术在信仰转换成本中的影响问题。

2. 传统宗教在信息时代的传播问题

1) 案例：

网站名称：探索信仰组织

网址：<http://www.explorefaith.org>

主要目录：

1 God's Love 上帝之爱

Questions of Faith 信仰的问题

1.1 Explore God's Love 探索上帝之爱

1.1.1 What is meant by the "grace" of God? 上帝的“恩惠”意味着什么？

1.1.2 Why does God let bad things happen in the world? 为什么上帝允许世间有恶?

1.1.3 Where do I look to find God in this world of tragedy and pain? 在这悲苦世上我向何处发现上帝?

1.1.4 How can God love us when we consistently fail to follow His word? 当我们总是违背祂教诲的时候，上帝怎会爱我们?

1.1.5 How can Christianity be a religion of love when "Christians" so often condemn those whose lifestyle and views differ from their own? 既然“基督徒”那么频繁地责难那些生活方式和观念与他们不同的人，基督教怎么能成为爱的宗教呢?

1.2 Explore Your Faith 探索你的信仰

1.2.1 How can I know when it is God who is speaking to me? 我们如何得知这是上帝在和我说话?

1.2.2 Isn't searching for the God within just an excuse for narcissism? 在心中寻找上帝的行为难道不是一个自恋的理由吗?

1.2.3 What is the power of prayer? 祈祷的力量是什么?

1.2.4 What proof is there that Christianity is not a myth created to assuage our fears about death? 基督教不是一个为了减缓我们对死亡的恐惧而创造的神化的证据在哪里?

1.2.5 What if God doesn't answer my prayers? 如果上帝不回应我的祷告怎么办?

1.2.6 Do Christians believe that followers of other religions are doomed? 基督徒相信其它宗教的追随者是命定的吗?

1.2.7 Do I have to believe that Christ literally rose from the dead to be a Christian? 作为一名基督徒我必须相信基督真的从死亡中复活吗?

1.2.8 How can I know what God wants me to do with my life? 我怎么知道上帝需要我如何对待我的生命?

1.3 Explore The Church 探索教堂

1.3.1 Do I have to go to church to worship God? 我必须到教堂去膜拜上帝吗?

1.3.2 What is Holy Eucharist and why is it so significant? 什么是圣餐，为什么它那么重要?

1.3.3 Do Christians really believe they are eating the body and drinking the blood of Christ when they receive Communion? 基督徒在领圣

餐的时候是否真的相信他们在吃基督的血和肉？

1.3.4 What beliefs are Episcopalians expected to hold? 圣公会教徒期望持有怎样的信仰？

1.3.5 Why does the church put so much emphasis on the formal rites of worship? 为什么教堂那么注重正式的礼拜仪式？

1.3.6 How accepting is the Episcopal Church with regard to homosexuality? 关于同性恋圣公会教堂是怎样接收的？

2 Your Faith 你的信仰

3 The Church 教堂

4 Who we are 我们是谁

4.1 Who we are. 我们是谁

We are a community of faith dedicated to sharing our beliefs and experiences with anyone seeking answers to spiritual questions. Many, but not all of us, are affiliated with Calvary Church, a dynamic, vibrant Episcopal Church in downtown Memphis. Locally, our church is known for its many outreach and urban ministries and its inclusiveness of all people. We celebrate diversity and unity. We are deeply committed to ongoing faith formation for children and adults, and we seek to follow Christ's teachings in faith and action.

我们是一个信仰共同体，致力于把我们的信仰和体验与任何一个在寻找精神问题的人共享。我们中许多但不是所有人都属于 Calvary 教堂，一个在孟菲斯市区有吸引力、有活力的圣公会教堂。在本地，由于我们的众多施舍行为和市内的神职人员以及它的对所有人的开放性，我们的教堂拥有相当的知名度。我们赞美多样性和统一。我们深深地致力于对孩子和成人信仰的形成，并且我们寻求在信仰和行为中遵循基督的教诲。

4.2 We believe in grace. 我们信任恩典

We believe in an embracing, forgiving and merciful God whose chief characteristic is love. We believe God is constantly reaching out to us and that we can experience the heart of God through Jesus Christ. We believe Christ bridges the chasm of sin and brokenness that separates us from God.

我们相信一个宽宏慈悲的上帝，祂最重要的特质是爱。我们相信上帝不断地与我们交流并且我们可以从基督诞生中体验到上帝的心。我们相信基督是罪和我们与上帝之间的断层的桥。

4.3 Why are we doing this? 为什么我们这么做?

Our sole reason for being is to provide an open, non-judgmental, private place for ANYONE interested in exploring spiritual issues. Our simple goal is to help you move along your journey in faith.

This Internet ministry is dedicated to the glory of God. We hope that it will help you experience God's love for all of humanity.

我们做此行的唯一目的是为每一个有兴趣探索性灵问题的人提供一个开放的、非判断性的和私人的场所。我们唯一的目的是帮助你在你信仰的旅途中跋涉。

这个因特网的传道所献身于上帝的光辉。我们希望它将帮助体验上帝对全人类的爱。

4.4 What do we want from you? 我们需要你干什么?

If anything you experience here stimulates or interests you, e-mail us your thoughts. Though we do not have the resources to respond personally, we appreciate your input.

If you like what you experience on our Web site, please pass it on to a friend, through e-mail or word of mouth.

如果你在这里的经历激励了你或者使你发生了兴趣, 请把你的想法写在电子邮件里。尽管我们没有资源个人对个人地回答你, 我们还是很欣赏你的输入。

如果你喜欢在我们网站上的体验, 请把它通过电子邮件或者用口头语言传给你的朋友。

Thank you for visiting us. Please bookmark us and come back again. We will constantly be adding information and exploring additional spiritual issues.

感谢你访问我们, 把我们保存在收藏夹里并且再次访问我们。我们将持续更新信息并且探索其它的精神问题。

Explorefaith.org is dedicated to providing information, thoughts and insights about God, faith and spirituality. We are not equipped to handle crisis intervention. If you are experiencing a crisis in your life, please contact your local church and/or crisis intervention service for counseling and assistance.

Explorefaith.org 致力于提供关于上帝、信仰和灵性的信息、观点和洞见。我们并不介入危机的处理。如果你正在经历一场你生活中的危机, 请联系你的当

地教堂并且/或者危机处理服务处以获取咨询和援助。

2) 评析:

在案例中我们涉及的是一个传统的宗教如何借助新兴的信息工具“互联网”来进行一般信仰知识的传播。在目录中,我们看到构成这种一对多的传播的,主要是以下一些问题:

第一组,对于核心信仰的解释;

第二组,对于个体意义世界向整个核心信仰靠拢方法的阐述;

第三组,对于信仰组织活动方式(案例中主要是教堂场所)的阐述。

对于传统宗教而言,在信息技术发展之前,我们关注到大型的组织屡见不鲜。也就是,一个核心的信仰,主要依靠口传从严密而等级森严的科层式组织一层一层传递下去。诺贝尔奖得主肯尼斯·阿罗曾经论证过这种科层信息的最优结构特征。在这里我们关心的问题在于对于信仰性的信息,这种科层式的信息组织方式中产生的信息扭曲正好填补了个体意义世界之间的个性化差别。正是这种机制,使得人类在物质生产水平低下的短缺经济中,一对多的宗教仍然可以满足绝大多数人。在这里,信仰促使这些信息扭曲达到一种虚幻的统一,从而在每个个体意义世界的圆满中,宗教本身实现了规模化。

今天我们面临的情况与几百年前完全不同。信息的传播速度已经以指数的方式提高,在这样一种情况下,信息的传播方式逐渐由科层式而转向扁平化。广泛地域和广泛受众的精确信息传达在今天已经司空见惯,而在几百年以前,简直是一件不可思议的事情。在这样一种结构中,我们发现对于信息的扭曲逐步降低,这或许对于规模化的生产来说是一个福音——因为它可以导致规模生产朝着个性化的方向发展。然而,对于宗教来说,这却导致了传统宗教的巨大变革。从这种意义上来说,宗教本身至少需要一定量的信息扭曲以便教义可以和各个个体的意义世界相协调。

对于宗教来说,如果丧失了对于信仰本身的强调,那么它的经济意义也就不复存在,同时必然面临调整。由于信息技术的发展,宗教一方面可以在更广泛的范围内吸引信徒,另一方面却必须整合更广范围的知识以构造意义世界。现代宗教组织普遍规模偏小,即使是传统宗教也出现小教派此起彼伏的现象,这里面确实有信息技术对于信息通畅性的影响。

五、参考文献

《新教伦理和资本主义精神》马克思· 著，于晓、陈维纲等译，三联书店，1987年，第一版。

《儒教与道教》马克思· 著，洪天富译，江苏人民出版社，1997年，第一版。

《宗教生活的基本形式》涂尔干著，渠东汲喆译，上海人民出版社 1999年第一版。

《社会与宗教》[日]池田大作 [英] B. 威尔逊 梁鸿飞 王健译 四川人民出版社出版。

《神圣的帷幕》[美] 贝格尔 高师宁译 上海人民出版社

《当前之宗教情感》阿鲍茨特(F. Abauzit)主编, Vrin, 巴黎, 第97—105页、第142—142页。是1914年1月18日杜尔凯姆在巴黎出席一次由“自由思想者和自由信仰者协会”组织的会议时作的即兴演讲, 收录在《迪尔凯姆论宗教》(周秋良等译, 华夏出版社)中。

《信息规则：网络经济的策略指导》[美]卡尔· Shapiro, C.) 哈尔· Varian, H. R.) 著; 张帆译。北京: 中国人民大学出版社

《自由人的自由联合》汪丁丁, 鹭江出版社, 2000年第一版。

《心理学——一条整合的途径》M. 艾森克 主编 阎巩固 译

《博弈论与信息经济学》张维迎著 上海三联书店 上海人民出版社

www.explorefaith.com

<http://www.21sz.org>

<http://www.iscs.org.hk>

www.people.com.cn

六、后记

如同在本篇论文中看到的，本文运用了数理的讨论方法澄清信仰对于社会经济生活的意义。在这里，我们选取的仅仅是一个现代社会经济生活中的一组矛盾，亦即社会化规模生产和个性化需求差异之间的矛盾，借助宗教信仰在这组矛盾中的作用，我们意识到信仰是不可或缺的重要因素。正如涂尔干在著名的《宗教生活的基本形式》第七章中所讨论的图腾在原始宗教中的意义一样，选取宗教信仰在现代经济生活中的地位作为研究对象，主要是基于这样一种研究信念——亦即不管是原始的宗教还是现代的宗教，作为迎合人类需求的某种组织形式，总是在人类需求中承担一种满足的任务，因此对于社会具有一定的功能。本文试图用数学模型描述这种功能，并且希望为这种功能的某种定量研究提供参考基础。

现代社会的所有经济生活都是以人类的需求作为主要基础，然而在规模化满足需求的过程中，我们仍然发现以前未被重视或者根本就没有关注的人类需求的方面存在重大空缺。这种空缺强烈到一定程度，就会引起社会的问题，被公众的理性所不能理解。然而，这样的问题，正是忽略的需求的一种激烈释放。

今天的经济生活已经进入了信息时代。这个被我们指称为新经济的时代，光、电子作为技术推动的主要基石，已经和工业时代的机械推动有了根本的不同，我们的环境每天都在改变，并且强烈到足以让最麻木不仁的人有所知觉。然而，人性的需求转变却基于另一个缓慢得多的变化率的函数——或者说，我们对于人性认识的转变却是基于另一个缓慢的函数。这样，在需求和供给之间，只要规模化生产的机制仍然存在，就必然存在空缺。这个缺口的满足，在本文的意义上，宗教的信仰或者作为一般性质的信仰，可以填补它，并且这种填补本身是有章可寻的，遵从于一定的数理规律。对于这些数理规律的揭示，将有助于我们更为清晰地掌握宗教信仰的功能。

注释：

¹ 美国邪教组织，由吉姆·琼斯创立于1965年，全名为“人民圣殿基督徒（信徒）教会”。琼斯自喻为“天启”、“神示”的“弥塞亚”（基督教中对救世主的称呼）。他说自己就是耶稣基督，还说：“我早已生活在这个世界上。我来到世上是为了一种特殊的用处，追随我的你们是我的选民。你们中的大多数人在我化身之前就跟随我了。我在几千年前化身为佛，后来，我短期化身为巴布，即为建立巴哈信仰的人。我曾经在世上生为耶稣基督，我最后一次化身为俄国的弗拉基米尔·列宁。”他还编造出许多“奇迹”，自称是在“另一个星球上出生的，像超人一样，所以具有神力”；他的信徒相信他有“照相机一般的记忆力”；他“在狭窄而车辆拥挤的山路上，能奇迹般地把车超过去。开会的时候，他会从帽子里变出一只兔子来”。他的信徒们后来回忆说：“他只要告诉我们《圣经》是怎么样的一堆废话，然后再搞一套可怕的连《圣经》里也不敢写上的神迹，这样人们就会完全听他的话了。”琼斯通过各种形式来为自己制造神秘的光环，有了这种神圣光环，也就吸引了不少的崇拜者。在人民圣殿教派中，琼斯受到信徒们的狂热崇拜和信仰。1978年，琼斯率信徒转移到南美洲圭亚那丛林定居，建立“琼斯城”，追随者甚众。美国会议员列奥·赖恩带人前去调查，并试图解救其中一些人，遭到该组织成员的伏击，赖恩等五人被枪杀。圭亚那地方军警随即派人围剿。琼斯自知罪责难逃，于11月18日下令所有追随者集体自尽，900多名成员喝下掺有氰化物的葡萄糖饮料集体自杀。

² 乌干达邪教组织，由约瑟夫·基布维特尔和克利多尼亚·玛林达创立于1980年。克利多尼亚·玛林达甚至宣称其能够接收来自圣母的信息，能与圣母对话，是圣母玛利亚让她与约瑟夫·基布维特尔共同成立“恢复上帝十诫运动”来拯救人类。他们提出1999年12月31日是“世界末日”。他们还宣称有病不需治疗，而要相信“圣母玛利亚神奇的治愈力量”等歪理邪说。2000年3月17日，该教530名信徒在邪教教主的邪说蛊惑下集体自焚。随后又在邪教总部所在地挖出了几百名被杀害的信徒尸体。累计被谋杀的信徒超过1000名，其中包括近200名天真无邪的儿童。最近又发现多具被杀害的尸体。教主与少数骨干至今仍携巨款在逃。

³ 又译“大卫支派”，由美国人维克多·胡太佛创立于1934年，宣称世界末日来临，“天国”就要到来；认为世界末日就是一场同异教徒的血战，他们在这场“圣战”中将为之献身，从而得以升天。大卫教的最后一任教主为大卫·考雷什。他于1987年在一次邪教火并中，乘机排斥异己，牢牢抓住大卫教的控制权，成为这一教派的新教主。考雷什坐上教主宝座，便进一步神化自己，自称基督转世，降临人间揭示圣经新约《启示录》中七封书卷的秘密。他宣称：“如果《圣经》是真实的，那我就是耶稣基督。”他发展了大卫教派的世界末日的教义，利用教徒希望得到超凡能力的帮助来改变现状的心理，宣称自己有超凡能力，只有忠于他的信徒才能与他一起升入天堂。他还把自己说成是“战神”，掌握着通往天国的奥秘。为了加强对信徒的控制，大卫教派在远离闹市区的德克萨斯州韦科荒原修建了卡梅尔庄园，作为大卫教派的总部。整个庄园占地33公顷，由6幢相连的房屋组成建筑群，实际上成为一座堡垒，有岗楼般的瞭望塔，夜晚有人持枪巡逻，庄园内修有地下掩体。教徒在这里过着公社式的集体生活，集中训练教徒。1992年6月，考雷什把卡梅尔庄园改名为“天启牧场”。考雷什和他的大卫教派与其他的邪教组织一样，具有明显的反社会倾向，而且具有更大的破坏性。他向教徒们宣称，1993年将是世界末日。世界末日就是一场同异教徒的血战。他们只有团结一致，与撒旦世界的恶魔进行一场“圣战”，才能进入天堂，要求教徒们作好战斗准备。考雷什自从学生时代起，就十分崇尚武力，非常喜欢看险象环生的枪战片，特别是对越战片《野

战排》、《第一滴血》等百看不厌。为了迎接战斗，他分批购置了大量的军火武器，并买回《野战排》等几部战争影片，让信徒们反复观看，以提高信徒们的战斗素质和信心。考雷什及大卫教的这些异常举动，引起政府重视。1993年2月28日，美财政部烟酒和火器管理局派百人突击队前往卡梅尔庄园，执行搜查武器、拘捕考雷什的任务，遭到狙击，4人被打死，16人受伤。联邦调查局随即介入，出动400多名军警和数十辆坦克、装甲车及直升机，双方武装对峙达51天之久。其间，双方通过电话进行了多次谈判，考雷什陆续释放了老弱、儿童共37人，但他仍拒不投降。当局于4月19日采取突击行动，庄园被大火夷为一片焦土，考雷什也被烧死。此乃震惊世界的“韦科惨案”。

⁴ 日本邪教组织，由麻原彰晃（原名松本智津夫）创立于1985年。麻原心态阴暗，仇视社会，憎恨人类。在成立后短短数年里，他便网罗了近万名信徒，建立了30多个支部和道场，并在海外发展了四个支部。麻原彰晃拥有“尊师”、“最终解脱者”、“教主”和“代表”四个正式称号。麻原利用一切机会编造谎言，宣扬他的超自然能力，把自己打扮成“神”的形象，加强信徒对他的崇拜。说他在喜马拉雅山得到“佛祖真传”，所以不仅具有空中浮游，而且具有传心术（心灵感应）能力，他许诺凡是加入奥姆真理教的信徒都可以向他学习这些能力。一次，麻原在参观埃及金字塔的时候，对信徒们说：“这座金字塔是我很久以前设计的，我凭追溯以往的特异功能，知道我自己的前世是埃及宰相……”麻原把发布预言作为控制信徒、发展组织的主要手段之一。他在创立奥姆真理教之后就预言，第三次世界大战马上就要爆发，“世界末日已经逼近”；“世界最终战争要爆发，肯定在1997年至2001年之间”。麻原宣称：“在废墟上，让我们共同建立属于我们自己的天下--奥姆王国。”1990年4月，麻原预言“奥姆彗星将飞临地球，日本就因此而沉没”。于是，约有1200名信徒每天花费30万日元会聚冲绳石垣岛，听麻原的特别讲道。1992年，麻原干脆把自己说成是“基督再生”、“新的救世主”、“世纪最后一位救世主”，将用超凡能力使信徒们摆脱世界末日的毁灭。教团的骨干成员经常向信徒们发布教主的预言，如说富士山几天后会爆炸、东京将发生大地震、日本海面将上升、城市将被淹没，等等。如果麻原的预言落空，他们就强调这是因为教主的法力在起作用。麻原极富鼓动性地说：“信徒们，觉醒并协助我的时机握在你们手中，……我正等候你们成为我的双手、我的双腿、我的头脑，助我完成我的拯救世界的计划。让我们同心协力来完成它，虽死无憾。”因此，奥姆真理教的信徒们对麻原的崇拜达到了痴迷的程度。曾经在奥姆真理教中作为骨干的一位信徒说道：“在奥姆真理教中，只要是为了麻原彰晃，就是杀人也会有功德的，因为对于被杀的人来说，是不让坏事继续反复……”果真，奥姆真理教的信徒在麻原的策划、指挥下，开始杀人了。从1994年起，日本警方发现12起暗杀事件与奥姆真理教有关。特别是1994年6月松本市有人施放毒气致使6人死亡，200多人被送进医院。事后警方调查发现，毒气是从市郊的两幢公寓里散发出来的，在其100米以内的所有生命都死得一干二净。这两幢公寓正是奥姆真理教信徒的居住区。同年7月9日，在山梨县奥姆真理教大楼出现神秘烟雾，警方发现一些可以制造“沙林”的物质。此外，还出现多起不明毒气事件。在掌握了一定的证据的情况下，警方决定1995年初对奥姆真理教进行突击搜查。但是，由于发生了阪神大地震，将搜查日期改在3月22日。不料，奥姆真理教已对警方的计划了如指掌。当时深感危机逼近的麻原决定制造一起使首都中心陷入大混乱的事件。3月20日，在早晨上班的高峰时间，奥姆真理教的成员在东京地铁的几处施放了一种名叫“沙林”的毒气。东京地铁系统中的日比谷线、丸内线、千代田线上共有5辆列车、16个车站的乘客受到危害。这三条地铁线都从被称为“日本神经中枢”所在地的霞关通过，日本政府的外务省、法务省、通产省、警视厅、最高法院等部门都在此处。因此，这次袭击的主要目标是乘地铁上班的国家公务员，特别是针对警方。“沙林”被称为“穷国的原子弹”，是一种比空气重的毒气，比氰化物威力大出500多倍。它对接触到的东西可以产生永久的影响，对受害者的肺、眼睛和中枢神经系统产生长期的危害。“沙林”毒气能破坏神经系统，使受害者产生最终使其窒息的黏液，接着使人出现心脏和呼吸系统衰竭症状。“沙林”毒气是在第二次世界大战期间由德国纳粹研制的，但从未在战争中使用。在东京地铁发现的“沙林”残余物为无色液体，是一种罕见的“液体沙林”，这种毒液在常温下很容易挥发成无色气体。一位德国专家指出，沙林是疯子才会使用的东西”。这次东京特大毒气恐怖事件，共使12人丧生，5000多人受伤。事发后据东京警方说，当时有76人在医院处于危险状态，46人伤势严重，其中

大多数是呼吸系统的问题。总共有 4695 人因中毒而被送进 105 家医院治疗。事件发生后，麻原等主犯被捕。1995 年 6 月，东京地方检查厅以杀人和杀人未遂罪对麻原彰晃等 7 人提起公诉。到目前为止，地铁沙林事件的 5 名执行主犯中有 3 人被判死刑、两名被判无期徒刑。此案仍在审理之中。

⁵ 又名“国际太阳圣殿骑士团”、“玫瑰与十字会”，成立于 1984 年，主要领导人是教主吕克·茹雷和幕后智囊约瑟夫·迪·马布罗。太阳圣殿教的成员散布于法国、西班牙、瑞士、加拿大、比利时、荷兰、丹麦等国家，共有约 1000 余人。和其他邪教教派一样，太阳圣殿教的主要信念之一是所谓末日信仰。茹雷到处宣传世界将面临灭顶之灾，只有参加他的教派才能幸免。他的信念是：“现在世界上所发生的灾难绝非偶然，我们正在走近《圣经》启示录中那样恐怖的世界末日。”茹雷断言：世界末日到来的征兆已经无处不在，如臭氧层被破坏、艾滋病的传播、全球性种族冲突的爆发，如此等等。只有参加太阳圣殿教才能摆脱末日的灾难，因为太阳圣殿教能提供给信徒必要的超凡能力。他创建太阳圣殿教的目的，就是为了给相信世界末日即将到来的人建造一艘“诺亚方舟”。他作为教主，主要的责任是保护信徒在适当的时候奔赴圣地--天狼星。在古希腊罗马神话中，天狼星是众神汇聚之星，具有无边法力。他们说，“末日来临之前，新教徒与异教徒将发生最后的一次大决战，因此我们要拿起战斗的武器。”茹雷和马布罗大讲魔火将燃、灾难将发生、森林将毁灭、地球将爆炸，并要求信徒做好“以身殉教”的准备。茹雷对信徒们说：“死是生的一个重要阶段，是在另一个世界的生。”茹雷自称是上帝派来的人，是耶稣的再生。他的追随者们则自称是“耶稣的仆从”。信徒们对“教主”茹雷狂热地崇拜。一位女教徒后来回忆说：“信徒们对茹雷的崇拜已经到了着魔的程度，他们认为茹雷是新的救世主，只有他才能拯救全人类和全世界。”“世界正面临着末日之劫”。太阳圣殿教的信徒们为了避开这个大劫之日，相继离开地球，奔向他们的“圣地”--天狼星。茹雷多次向信徒们宣称，世界末日即将来临，惟一的解脱之路就是在他的帮助下，奔往天狼星。于是，他们开始了恐怖的天狼星之旅。这是从 1994 年 10 月 3 日这一天开始的。在加拿大距蒙特利尔市 50 英里处莫林高地的一座宽敞的别墅里，同时发现了 5 具尸体。其中有一个仅仅 3 个月的男婴，4 个成年人都穿着红色和金色的长袍，佩戴着双头鹰图案和太阳圣殿教的 T·S 徽章，他们的头朝向室内悬挂着的教主茹雷的画像。他们都是被刺死的。在遥远的瑞士，太阳圣殿教信徒们的天狼星之旅也开始起程。10 月 5 日凌晨 3 点半，萨尔旺河畔的格朗日村的 3 处别墅燃起大火。警方在废墟中找到了 25 具烧焦了的尸体，其中有 5 名儿童，最小的只有 4 岁。法医的检验报告显示，所有死者在死前都被注射了一种强烈的迄今尚未查明的毒药。警方还发现有人是被手枪击毙的，但是只发现了 3 支步枪和 52 个子弹壳，而没有找到用来杀人的手枪。在这里还发现了惨剧策划者马布罗的尸体。与此同时，在 50 英里以外的切伊里村，一座建在山坡上的别墅也燃起大火。在地下室的经过精心布置的祈祷间里发现了 23 具尸体，其中有 10 名男子、12 名妇女和一名 12 岁的男孩。许多死者穿着太阳圣殿教举行仪式时穿的长袍，长袍颜色不同，有红色、白色和黑色的，代表着信徒的不同等级。而妇女则穿着闪闪发光的白长袍。有些人双手被捆绑着，9 具尸体的头上紧绑着塑料袋，19 具尸体的头上或身上有枪眼。地上有卡宾枪和一些弹壳。这些尸体奇怪地环绕着一座三角形的祭坛，祭坛上面摆放着一只镀金圣餐杯。尸体的脚朝里，手朝外，他们的面孔都朝着一个方向--挂在墙上的教主茹雷的画像，画像上的茹雷身穿白色长袍，头发飘散，似乎是讲道的样子。警方还发现了一批遗书，是死者留给他们的亲属的，内容表明他们是自愿接受死亡的。一年以后，1995 年 12 月 23 日，在传统的圣诞节期间，太阳圣殿教的 16 名信徒在法国东部城市格勒诺布尔附近阿尔卑斯山区集体自杀。16 具尸体都已经烧焦了，其中有 3 名儿童。16 具尸体呈太阳状圆形摆放。现场发现了多支手枪，这些人可能也是被击毙而后焚烧的。在他们的住宅和亲属那里，警方找到了一些他们的遗书。他们表示：真正的“死亡不存在”，他们是“去寻找另一个极乐世界”。这一连串的自杀行动在法国、瑞士和加拿大引起极大震动。太阳圣殿教的天狼星之旅是去“寻找另一个极乐世界”，然而我们看到的只是一具具烧焦的尸体。

⁶ 1954 年由韩国起家，1971 年迁往美国发展起来的邪教团体，创建人文鲜明自称是新时代的基督，其使命是通过统一世界宗教和教派并建立世界家庭，挽救已经生活在“最后日子里”

的人类。该教是一个黑幕重重、等级森严、控制严格的专制“帝国”，对教徒实施思想控制，信徒至少第一年要在有组织的共同团体度过，教徒要为“真正的父亲”文鲜明献身。文鲜明不但利用传教之机玩弄女性，还大肆聚敛钱财，他在美国拥有 110 多家大小企业，年赢利达 7 亿美元。1975-1984 年间，仅日本的统一教会就向美国的“圣父”提供 8 亿美元资产。70 年代末，美国一些地方政府开始查处“统一教会”的不法行为，1981 年、1982 年还曾两次指控文鲜明偷税和制造假文件。1982 年，法国警方在巴黎等八大城市同时行动，逮捕了教会骨干 60 余人，英国、德国、挪威等国政府也对该教会采取警戒措施。

⁷ 又称“天门教”，正式名称为“全世界高级计算机宗教组织”。1975 年由美国人马歇尔·阿普尔怀特在美国俄勒冈创立，属于 UFO 类型的邪教。这一教派鼓吹外星人飞行体 UFO 是确实存在的。他们自称是外星人下凡，上帝派他们到人间来拯救人类。阿普尔怀特和他的“天门教”宣称，人的躯体不过是一个可以抛弃的容器或载体，任何追随他们的信徒必须摆脱尘世的羁绊，必要时甚至抛弃自己的躯壳，登上外星人前来迎接他们的外星人太空船，飞离地球，迈入人生的下一个阶段，登上天堂，升华到一个新的境界。和许多邪教组织的头目一样，阿普尔怀特也许诺把信徒们带入天堂。阿普尔怀特声称追随他们的信徒都可以进入天堂王国，而接他们升天的工具则是外星人的飞行体。阿普尔怀特告诫他的信徒，为了上天堂，他们必须抛弃“家庭、性欲、利己的愿望、思想甚至肉体”。因此，天堂之门教的教徒们捐出个人的全部财产，断绝各种社会关系，舍弃家庭儿女，为走向天堂之路作好准备。1996 年 10 月，阿普尔怀特在加利福尼亚州的圣迭戈郊区租了一套豪华别墅，作为天堂之门教派的最后营地。教徒们把这座别墅称作“我们的圣殿”，但不久这里就成了他们的“死亡殿堂”。1997 年 2 月，他们开始为登上太空船做准备。他们陆续辞去在外界所担负的工作，同时井井有条地做好了一切善后工作。他们还在“天堂之门”网页上登出红色警告的紧急通知，试图让人了解形势的紧迫性。3 月 21 日下午，天堂之门教派的全体成员到附近的一家有名的餐馆，进行他们“最后一次晚餐”。据餐厅的服务员回忆，这些人服装奇特，举止古怪，沉默寡言，表情严肃。所有的人都吃同样的食物。3 月 26 日，警方接到报案，说在一所别墅里可能发生了一起命案。当警察赶到那里时，竟发现了 39 具尸体。所有的死者都穿着无领长袖黑色上衣、黑色裤子和黑色球鞋。他们有的躺在床上，有的躺在铺在地板的床垫上。据尸检人员分析，这些死者临死曾服用了大量镇静药苯巴比妥和烈性伏特加酒，然后用塑料袋紧套在头上窒息而死。

⁸ 20 世纪 70—80 年代在美国和欧洲颇有影响的邪教，由美国人罗清·哈巴德创建。哈巴德 1944 年从军队退役后从事科幻小说的创作，据说曾出版了 550 部著作，1951 年创立了“精神治疗基金会”，1953 年创建“宗教精神疗法教会”，之后以“科学教会”的名称大行其道，在 65 个国家拥有 225 个分会，建立了 700 多个活动据点，该教直接以赚钱为目的。哈巴德有一句“名言”：“如果你真想成为百万富翁，最好是创立一个自己的宗教。”哈巴德不择手段地聚敛财富，迫使信徒奉献他们自己的个人财产。新信徒入教，首先要交纳 10 万法郎，各种心理治疗收费最高的达 20 万—40 万美元。80 年代初，美国警方逮捕了包括哈巴德妻子在内的 11 名头目，哈巴德将“科学教会”的领导权交给其助手大卫·密斯凯维茨，但每年收取 2000 万美元的转让费。80 年代后期，法国、西班牙、意大利、德国等国家先后查封了该教派的 50 多个活动据点，使之成为强弩之末。

⁹ 确切地说，欧美地区仍然有对于宗教教祖的病理学研究。如德国精神医学家 G·贝赛对“耶稣会”的组织者伊格纳切斯·罗尤拉进行过专项病理学研究；斯怀彻对基督教进行过宗教精神病理学研究。

¹⁰ 亚伯拉罕·马斯洛 (Abraham Maslow 1908-1970) 作为人本主义心理学家，基于存在主义的原理开创了社会心理学的一个研究新层面：他发展了人的行为受生理需要的激励和免除痛苦和焦虑的需要的观点，并且建立了马斯洛的五个层次的金字塔需求图。马斯洛坚持认为，基本的生理需求对决定人行为是很重要的，但并不是唯一重要的，这一点具有相当积极的意

义；然而，在心理学上，他假设了社会倾向对人们自我实现的努力产生负面影响，这一点引起了广泛的争论并且被视为过度偏激而偏离了存在主义的核心。

¹¹从社会学意义上，贝格尔（Peter L. Berger）曾经称宗教为“用神圣的方式来进行秩序化的人类活动”。在这里，“神圣”的定义采用：神秘、超验的意义。

¹²规模化生产的“信息协调成本”主要是指在规模化生产中，为了生产满足一定人群人需要的产品或者服务，进行调查、设计、生产以及分销等涉及的成本。为便于理解，我们可以假设生产者为了满足100个人的需求而决定生产一种鞋子，因此对这100个人进行普遍调查、需求分析归总并进行机械设备的购置和原材料的采购，然后生产、在人群中进行销售；而如果为了满足较高层次的需求，亦即为了满足更个性化的需求，可能生产者需要对这100个人中每10个人进行普遍调查、需求分析并设计10种不同的产品同时生产，再进行分销；在信息技术不变的情况下，第二种供应方式显然意味着更高的成本。用传统经济方式来理解，第二种供应方式生产的10种鞋子，除了对100人的基本需求“穿”的供应以外，还满足了这100个人的一定文化需求，因此定价的提高反应了“文化附加值”。如果我们从信息经济学的角度来看这个问题，含糊而不可度量的“文化附加值”可以被“信息的协调成本”清晰的度量 and 解释——这同时也是从信息经济学角度解释宗教满足文化需求属性的一个优势。

¹³ 这里采用电脑简化记法，相当于

$$D=S=\sum_{i=1}^5 S_i$$

以下为打印方便，都采用此记法。

¹⁴ 主体间有一种共通的性质和趋向。

¹⁵ 当社会陷入“权威”的危机时，唯一可以维系社会之为“社会”的，是被布坎南 James Buchanan, *Limits of Liberty*（和他的老师奈特）叫作“道德共识”的主体间性。

我们彼此的“生活世界”之间的重迭，任何两个人之间就任何一事物所分享的任何一种观点，都可以逐渐拓展为主体间的理解，形成“共识(consensus)”，这种共识是佛格森《文明社会史论》所说的“人的社会性”的认识论基础。共识是对话的诸种可能结果当中的一种，对话并不总是意味着主体间的理解。所以“社会”的延续并不具有必然性，所以社会科学的基本问题是“how is society possible”

形成共识的基本条件只有两个：

1. 主体间物质生活的互惠性（交易带来的好处）。
2. 主体间共享的基本伦理意识（尊重生命、基本自由、劳动与财产关系）。

这两个条件也提供了缓解信仰危机的最低社会条件。在这一基础上，理性、正义、自由，以及诸如此类的观念，都可以通过“对话的逻各斯”在具体社会环境里得到明确的演进主义的界定。（《启蒙死了，启蒙万岁！》汪丁丁）。

¹⁶ 此概念见于诺贝尔奖得主，加里·贝克尔 1994 年“分工、协调成本与知识”。其中论述到：“规模”仍然是降低生产成本的根本途径，但制约“规模”的，不再是亚当·斯密的“市场广度 (market extent)”，而是分工的协调成本——在市场经济中，最重要的协调成本是参与分工的人们之间的交流成本。

最充分的人际交流所必须支付的成本是参与交流的总人数的平方成正比的。

¹⁷人与人之间的交往活动是人类“社会”的基本存在方式（亚里士多德说的“政治”）也是人类得以认识世界的基本活动方式（赫拉克利特所说的“作为对话的逻各斯”）。

¹⁸假设人群人口规模保持不便，在 N 个社会成员之间就同一件事情达成协议需要以下几种方法：

- a. 召开全体公民大会交流意见：——成本最高，因为要求 $N(N-1)$ 条交往路线，最充分的交往。
- b. 将公民分为若干决策层次，逐层召开会议交流意见并在各层之间建立对话渠道以交流各个层次的意见：——存在一个“最优结构”，在最优结构下，各个层次所建立的交往渠道之总成本在边际上等于层次之间发生的信息扭曲的损失；（诺贝尔奖得主肯尼斯·阿罗曾经论证过以科层方式组织信息交流的最优结构特征）

将全体公民链接到互联网上交流意见。——是前两种交往方式的特例，只在交往成本足够小时才能实现。这一交往方式的信息交流的充分性，就目前看来，主要取决于我们每个人是否愿意支付足够的时间在互联网上与其他人交往。重大的信息检索技术突破才能实现信息充分交流。

¹⁹ 引自国外杂志的一段报到。来源：[日]小田晋著 公克 晨华译，《“现代宗教热”之谜》，1989年5月第1版，第24页。

²⁰ 详见：[日]小田晋著 公克 晨华译，《“现代宗教热”之谜》，1989年5月第1版，第9页。

²¹ 日本社会学家铃木广在他的《创价学会与都市世界》的论文中曾表述以下的研究成果：

“我在对创价学会宗教的信徒们之社会性格的考察过程中，首先发现了这样一个现象，即他们之中很多是在社会等级制度下的地位下降者，以及从地域制度上看的从农村移向都市者。这样的社会性移动因素带来了社会关系的丧失，以及对集团的疏外性等等后果。这些现实促使人仍体验集团对个人已经崩溃的感觉，并具有一种剥夺性的潜在机能。我从这种社会性移动所带来的环境状况的规定方法上的改观出发，分析了信徒们的态度改观过程，即皈依过程。我认为皈依过程可以表现为下面这样的阶段运动形态。

(1)环境状况规定 D1(即农民个体经营的价值态度型)——>(2)有组织地支持 D1 的客观条件的变化，都市化，及全面落层化(即急性社会性精神不安，急剧的社会移动性)——>(3)上述变动和移动的结果带来“第一次集团弱体化”，心的孤立和不安，紧张和欲求不满(即使 D1 无效化=趋于动摇和解体)。(4)“驱除邪恶”者的预言=有条件的观实问题解决方案(即 D2)的揭示(即有起伏的排除邪恶困扰，座谈会方式的争取团体支持者，D1 的崩溃与自我的萌发)——>(9)预言 D2 的再揭示——>(7)入信=预言 D2 的“模拟采用”——>(8)一时专心致志于与预言同步的创价学会的活动。——>(9)预言的实现(主要是“利益”方面)——>(10)被证实的预言 D2 进入“实际采用”阶段。——>(8)——>(9)——>(10)——>(11)态度改观巩固化(生活规律的确立，世界观的获得，健康的恢复，家庭的和解，贫困的若干改善，对自己的自信的形成，组织内部地位的上升，生活的社会化和社会适应性的增强……)。

(以上节选自岛茵进氏编著的《新宗教手册》)

²² 这里，我们实际上涉及了信息的分割问题，我们借助这个“信仰的衍生”效应可以了解在父信息分割称若干子信息以后，其协调成本之间的关系。

²³ 详细见《“现代宗教热”之谜》第128页。

²⁴ 体验式的传播（或者体验式营销）已经进入非宗教领域的运用。在这种新兴的营销方式中，传播者试图创造消费者满足的体验来达到单一产品或者服务营销和传播的目的。

论文独创性声明

本论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。论文中除了特别加以标注和致谢的地方外，不包含其他人或其它机构已经发表或撰写过的研究成果。其他同志对本研究的启发和所做的贡献均已在论文中作了明确的声明并表示了谢意。

作者签名：_____ 日期：_____

论文使用授权声明

本人完全了解复旦大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留送交论文的复印件，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布论文的全部或部分内容，可以采用影印、缩印或其它复制手段保存论文。保密的论文在解密后遵守此规定。

作者签名：_____ 导师签名：_____ 日期：_____