

doi: 12.3969/j.issn.1672-0598.2014.04.019

农村自娱文化与互动文化对宗教的挤出效应差异

——基于河南48村345份农户调研数据的检验分析*

丁冬¹, 陈雪², 阮荣平¹, 郑风田¹

(1.中国人民大学农业与农村发展学院,北京100872;2.浙江师范大学农村研究中心,浙江金华321000)

摘要:根据世俗化理论、俱乐部模型、精神合作社假说,本文利用在河南农村的调研数据研究了自娱文化、互动文化供给与村民信教之间的关系。分析村级和农户调查数据可得:对于村庄而言,互动文化供给增加比自娱文化供给增加能够更显著地降低村庄内信教比例;对于农户而言,互动文化供给增加显著降低了农户宗教选择概率与参与程度,而自娱文化供给则与农户信教呈现共生性。这说明,农村互动文化供给比自娱文化供给对宗教信仰的挤出效应更强。

关键词:农村;自娱文化;互动文化;宗教;挤出效应

中图分类号:B91 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2014)04-0124-07

一、引言

近些年我国农村文化建设取得了很大成就,同时也存在着明显问题,其中问题之一即是农村公共文化供给贫乏,农民文化生活枯燥。从财政对文化投入的构成看,存在明显“城市偏向”,农村文化财政投入占比较低。农村地区的居民文化娱乐项目相对单一、内容相对单调,通常以自娱文化为主,看电视成了当前很多农村居民的唯一娱乐。

与此相对应的是,中国中东部农村地区宗教发展迅速,掀起了一股“宗教热”(谭飞等,2007)。关于农村文化与“宗教热”的关系问题,阮荣平等(2010)证明农村文化供给对宗教信仰具有挤出效应,江金启等(2010)指出农村居民的精神文化消费存在“私性不足,公性错位”的问题。实际上,江金启等(2010)并非最先提出“私性文化”与“公性文化”概念的学者,例如,吴理财和夏国锋(2007)曾对

* [收稿日期]2014-04-03

[基金项目]中国人民大学科学研究基金(中央高校基本科研业务费专项资金资助)项目(14XNH079);国家自然科学基金项目(71103006;70973132);中国博士后基金项目(20100480135;201104022);国家自然科学基金重大项目(08&ZD032)

[作者简介]丁冬(1987—),男,山东栖霞人;中国人民大学农业与农村发展学院博士研究生,主要从事农村发展研究。

陈雪(1987—),女,贵州六盘水人;浙江师范大学农村研究中心讲师,主要从事农村创业问题与文化问题研究。

阮荣平(1983—),男,河南开封市人;管理学博士,中国人民大学农业与农村发展学院讲师,主要从事宗教经济学研究。

郑风田(1965—),男,河南正阳人;中国人民大学农业与农村发展学院教授、博导、副院长,主要从事农村经济理论与政策研究。

“私性文化”与“公共文化”进行过阐释。但是,不论是“私性文化”“公性文化”或“公共文化”都是难以辨析、难以界定的概念,不如“自娱文化”“互动文化”直接且简单易懂。

人有两种基本的生存状态:“独处状态”与“人际交往状态”。相应地,本文将“独处状态”时人们的娱乐方式称之为“自娱文化”,例如看电视、读书;将“人际交往状态”时人们的娱乐方式称之为“互动文化”,互动文化带来的愉悦感需要他人活动的外部性直接作用,例如打篮球、搓麻将。

农村自娱文化和互动文化二者对于宗教信仰的挤出效应有差异吗?自娱文化对宗教信仰的挤出效应更大还是互动文化对宗教信仰的挤出效应更大?发展自娱文化与互动文化所需的农村公共文化设施大相径庭,因此有必要对二者作用加以辨析。

二、文献回顾

Iannoccone(1998)对经济学领域内的信仰研究进行了介绍、总结,Yang(2006)对中国宗教信仰研究的历程、阶段特点、成果进行了回顾。在此基础上,本文重点回顾两方面文献:一类文献反映自娱文化与宗教信仰之间的关系,另一类文献反映互动文化与宗教信仰之间的关系。

(一)自娱文化与宗教信仰之间的关系

关于自娱文化与宗教之间关系的文献目前并不多,但有一些文献资料可以从侧面对二者关系予以论证。例如,Putnam(1995)利用美国的资料研究社会资本的时间变化,认为美国社会资本下降的原因在于电视的兴起;Olken(2006)利用印尼的数据分析发现看电视时间的增加伴随着社会组织参与的下降,而社会组织参与包含宗教参与。与此同时,目前国内研究二者关系的文献大多缺乏理论和实证的系统分析,观点陈述型文章较多,结论大多认为农村文化(包含自娱文化、互动文化)贫瘠与农村宗教兴起之间具有负相关关系(吴理财,2007;谭飞等,2007)。

(二)互动文化与宗教信仰之间的关系

现有文献直接讨论互动文化与宗教关系的文

献也不多,但有关“世俗公共品”供给与宗教信仰关系的研究很多。Dehejia等(2007)发现受到收入冲击时参与宗教活动的人幸福感更稳定。Iannoccone提出了“宗教俱乐部”模型强调宗教在公共品供给中的效率。

宗教和世俗公共品供给间的替代关系研究与本文主题更为密切。事实上,大量研究表明政府公共开支与宗教组织的公共品供给间存在替代效应:政府公共品供给减少时,宗教组织的公共福利支出会相应增加(例如,1996年美国联邦福利法改革后,政府减少了公众福利供给,此时教堂慈善支出显著增加);当政府加大公共开支时,宗教公共福利支出却大幅减少(例如,罗斯福新政时较高的政府支出导致了较少的教堂慈善活动)。需指出的是,当前我国政府的公共物品供给,除了少数能带动自娱文化发展(如有线电视设施)之外,大部分属于能够带动互动文化的社会活动设施投资。

文化产品有其自身的特性,不论是自娱文化还是互动文化,均与精神福利有着密切关系。现有文献中,直接探讨自娱文化、互动文化与宗教间关系的研究不多,因此,本文对农村自娱文化、互动文化与农村宗教之间关系的实证研究,可为新农村建设中政府的公共品供给提供科学依据。

三、理论框架

该部分主要介绍世俗化理论、宗教俱乐部模型以及精神合作社假说,并提出假设。

(一)世俗化理论

马克思、弗洛伊德等人均支持世俗化理论^①。该理论认为,随着社会发展、人民受教育水平提高以及城市化推进,宗教将不断衰退直至消失。依据该理论,宗教起源于人们的“原始头脑”(斯达克、芬克,2006)与认识能力的不足,文化与宗教的关系是负向的。无论是自娱文化还是互动文化都具有很强的现代性和科普性,据此均应对宗教有挤出效应。

因此,本文研究假设1为:

自娱文化、互动文化均会降低宗教选择的

① 随着宗教经济学发展及许多地区并未出现世俗化理论所预期的事实,世俗化理论受到了广泛质疑,但这也不能说明世俗化理论毫无可取之处,它对很多现象仍有解释力。

概率。

(二) 宗教俱乐部理论和宗教“精神合作社”假说

如 Iannoccone(1998)所言,宗教经济学中简单的最大效用模型已被强调宗教商品生产专业化公司或俱乐部模型所替代。

俱乐部模型认为,宗教类似“俱乐部”,宗教聚会之作用类似互惠组织,热衷于崇拜服务、宗教教诲及其他准公共“俱乐部物品”生产。信教者从宗教礼仪中所获得的快乐和教化并非取决于参与者个体所带给教会的东西(参与、专注、歌咏等),而是取决于有多少其他人参与以及该个体受欢迎程度、歌唱水平、诵读和祈祷是否有激情、对教会的委身程度等。

关于互动文化与宗教信仰之间的关系,从另一观点中也可以进行推断,该观点认为人们信教主要是因为缺乏组织归属感(Yang,2006)。市场化改革导致村庄变化巨大。改革前,熟人社会具有较强社会整合功能,改革后人们自利的一面凸显,导致村庄成员原子化,村庄社会整合功能下降,成员组织归属感丧失。阮荣平等(2010)“精神合作社”假设强调了宗教参与的外部性,认为教会所宣扬的博爱、互助类似“精神合作社”,能提升人们的组织归属感。

显然,无论宗教俱乐部模型还是宗教“精神合作社”假说,均强调宗教参与者行为的正外部性以及由此产生的参与者互惠。值得注意的是,已有文献在讨论文化供给时忽略了“外部性”与“互惠”讨论,而是否因外部性互惠正是本文区分自娱文化和互动文化的重要标准。

由此本文可以提出如下假设2:

互动文化比自娱文化的宗教信仰挤出效应更显著,村民间互动文化较发达的村庄信教比重较低,参与互动文化活动较多的居民选择宗教的概率较低。

四、实证分析

(一) 自娱文化、互动文化与信教:村级数据

本文设定了OLS模型考察农村自娱文化、互

动文化供给与农村宗教之间的关系^①:

$$R = \alpha_0 + \alpha_1 P + \alpha_2 X + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$R = \alpha_3 + \alpha_4 C + \alpha_5 X + \varepsilon_2 \quad (2)$$

$$R = \alpha_6 + \alpha_7 P + \alpha_8 C + \alpha_9 X + \varepsilon_3 \quad (3)$$

其中, R 表示村庄信教比重,值为全村信教人数^②与村庄总人口之比。本文对于自娱文化、互动文化供给的指标选取分别为农村自娱文化设施(P)和互动文化设施(C)。自娱文化设施和互动文化设施的具体衡量指标分别是其各自的数量。自娱文化设施包括图书室、有线广播、有线电视、阅报栏、电影放映室、健身场地和设施、网吧等,村庄自娱文化设施数量之和为 P 。同时,互动文化设施包括文化大院、活动室、老年室、戏台、庄户剧团及设施、歌舞厅、游艺活动室等,村庄互动文化设施数量之和为 C 。

$\alpha_i(i=0, \dots, 9)$ 是待估参数。如果 $\alpha_1, \alpha_4, \alpha_7, \alpha_8$ 为负,则表明自娱文化、互动文化的宗教挤出效应存在。比较自娱文化和互动文化的系数正负和绝对值大小,可以判断互动文化的宗教信仰挤出效应是否更显著。 X 表示控制变量,包括有无村集体收入、最近公路到村中心的距离、五保户数量和村民借贷可得性。 ε_i 表示随机扰动项($i=1, 2, 3$)。

模型(1)(2)(3)可能存在内生性问题,这是因为宗教信仰与文化供给间可能存在联立,即可能因为宗教信仰者对世俗文化需求下降,从而导致文化设施供给缺乏。本文使用IV估计法解决内生性问题。借鉴阮荣平等(2010)的做法,本文选择“村庄到县政府所在地的距离”作为IV,这一变量能够代表村庄公共设施与交通条件,是基层政府进行文化供给决策时主要考虑的因素,同时,对于宗教信仰而言,该变量是外生的。

(二) 自娱文化、互动文化与信教:农户数据

本文使用Logit模型分析自娱文化、互动文化供给与农户个体宗教信仰的相关关系:

$$R = \beta_0 + \beta_1 P + \beta_2 X + \mu_1 \quad (4)$$

$$R = \beta_3 + \beta_4 C + \beta_5 X + \mu_2 \quad (5)$$

$$R = \beta_6 + \beta_7 P + \beta_8 C + \beta_9 X + \mu_3 \quad (6)$$

(4)(5)(6)中, R 表示是否信教(信教=1;不

① 本文所使用软件为stata10。

② 本文宗教仅包括基督教、天主教、佛教、道教和伊斯兰教,不含其他宗教;其中,信基督教者最多。

信教=0)。P 代表自娱文化参与,包括看电视、看书报杂志、听广播、玩电子游戏、上网、体育健身、看文艺演出等,农户每月参与以上活动时间之和为 P。C 代表互动文化参与,包括串门聊天、打麻将、打扑克、下棋、KTV 娱乐、参加文艺演出、逛集市等,农户每月参与以上活动时间之和为 C。X 为控制变量,包括性别、年龄、年龄的平方、受教育年限、家庭支出对数、是否户主、是否担任过村干部、本人健康情况、家人健康状况、家庭社会保障水平、家人信教状况等^①。 μ_i 为随机扰动。

为避免内生性问题,本部分选用“最近日用品集市距离”作为 IV 进行估计。

五、数据

本文数据取自河南嵩县的随机抽样调查。嵩县辖 318 个行政村,总人口 55 万。调查共计回收村级有效问卷 48 份、农户有效样本 345 份。嵩县位于于建嵘所言的基督教分布密集带,加之该县为国家级贫困县,具有一定的典型性。

模型(1)(2)(3)所使用村级变量和模型(4)(5)(6)所使用农户变量特征见表 1。

表 1 变量特征

	平均值	标准差	最小值	最大值	备注
村庄信教比重	0.061 4	0.059 9	0.006 0	0.272 0	
自娱文化设施数量	2.078 9	1.421 5	0	5	
互动文化设施数量	2.105 3	1.390 9	0	5	
有无村庄集体收入	0.447 4	0.503 9	0	1	有=1;没有=0
最近公路离村庄距离	0.752 6	2.063 3	0	12	单位:公里
村五保户数量	8.315 8	9.273 9	0	40	
借贷方便程度	2.473 7	0.861 7	1	3	方便=1;一般=2;不便=3
村中心到县城距离	32.960	28.980 1	0	110	单位:公里
村民是否信教	0.142 9	0.350 6	0	1	是=1;否=0
自娱文化时间	36.670	18.161 3	0	105	单位:小时
互动文化时间	15.504	14.438 5	0	77	单位:小时
是否户主	0.608 2	0.489 2	0	1	是=1;否=0
是否村干部	0.167 3	0.374 0	0	1	是=1;否=0
性别	0.636 7	0.481 9	0	1	男=1;女=0
年龄	44.832	12.446 3	17	86	
年龄平方	2 164.2	1 174.66	289	7 396	
受教育年限	6.657 1	3.759 8	0	16	
家庭支出对数	8.950 9	0.801 4	6.55	11.78	
身体状况一般	0.089 8	0.286 5	0	1	是=1;否=0
身体不太健康	0.155 1	0.362 7	0	1	是=1;否=0
家人身体状况	1.726 5	0.742 9	1	4	1=很健康;2=一般; 3=不太健康;4=很不健康
家人社会保障	1.429 8	0.523 3	0	5	注:保险个数
家人信教状况	0.314 3	0.685 9	0	3	注:信教人数
到集市距离	1.846 9	1.635 9	0	12	

① 有关控制变量的详细说明参见阮荣平等(2010)。

从表1中数据可以看出,不同村庄的信教比重、自娱文化设施以及互动文化设施数量差异较大,最近公路离村庄距离、村中心到县城距离以及五保户数量等同样存在较大差异,部分村庄存在集体收入,多数村庄借贷不便。

从表1中可以看出,样本村民的年龄分布区间为17岁至86岁,以中年人为主,受教育年限从0至16年不等,平均受教育水平为小学毕业(6

年)。此外,村民自娱文化时间与互动文化时间差异较大,自娱文化时间远远超过互动文化时间,村民家人社会保障状况和信教状况同样存在较大差异。

六、分析结果

利用村级问卷数据,对模型(1)(2)(3)分别进行回归分析,分析结果见表2。

表2 村级回归结果

	模型(1)	模型(2)	模型(3)
自娱文化设施	-0.019 7***(-2.91)	—	-0.005 06(-0.61)
互动文化设施	—	-0.027 0***(-4.11)	-0.023 4**(-2.62)
有无村集体收入	-0.026 4(-1.40)	-0.011 0(-0.62)	-0.012 9(-0.71)
最近公路离村庄距离	-0.006 13(-1.35)	-0.003 96(-0.98)	-0.004 54(-1.08)
村庄五保户数量	0.000 187(0.18)	0.000 507(0.54)	0.000 378(0.39)
借贷款方便程度	0.013 2(1.15)	-0.004 11(-0.40)	-0.000 823(-0.07)
常数项	0.107*** (3.42)	0.136*** (4.48)	0.136*** (4.42)
N	48	48	48
R ²	0.318 9	0.438 6	0.445 4
Adj-R ²	0.187 0	0.329 9	0.316 0

注:***表示在1%的水平上显著,**表示在5%的水平上显著,*表示在10%的水平上显著。下表同。

村级数据模型(1)中并未放入互动文化因子,由其回归结果可以看出,自娱文化设施和村庄离县城的距离显著负向影响了村庄的信教比重;村级数据模型(2)中并未放入自娱文化因子,由其结果可以看出互动文化设施对村庄信教比重也有显著负向影响,但需注意的是,模型(2)互动文化因子的影响系数绝对值要高于模型(1)的自娱文化因子影响系数绝对值;村级数据模型(3)同时放入了互动文化因子和自娱文化因子,结果显示仅互动文化设施显著负向影响村级信教比重。

从该结果中不难得出结论,互动文化设施比自娱文化设施对于村庄信教比重的负向影响程度更大,互动文化对于宗教的挤出效应更强,本文的假设成立。

利用农户问卷数据,对模型(4)、(5)、(6)分别进行回归分析,分析结果见表3。

农户数据模型(4)中并未放入互动文化因子,由其回归结果可以看出,自娱文化设施和家人健康情况、家人信教情况显著正向影响了村民信教,性别因素则对村民信教有负向影响;农户数据模型(5)中并未放入自娱文化因子,由其结果可以看出互动文化设施和性别因素对农户信教有显著负向影响,而家人信教情况则有正向影响;农户数据模型(6)同时放入了互动文化因子和自娱文化因子,结果显示自娱文化设施和家人信教情况、家人社会保障、家人健康因素对农户信教有显著正向影响,而互动文化设施和性别因素则对农户信教有负向影响。不难看出,在农户层面,互动文化对宗教信仰存在挤出效应,而自娱文化则与宗教信仰呈现共生性,本文假设仅部分成立,这一结论是对阮荣平等(2010)研究的有益补充。

表3 农户回归结果

	模型(4)	模型(5)	模型(6)
自娱文化时间	0.033** (2.09)	—	0.037** (2.35)
互动文化时间	—	-0.049** (-2.20)	-0.056** (-2.40)
户主	0.335(0.50)	0.402(0.58)	0.478(0.69)
村干部	-1.234(-1.25)	0.006(0.01)	-0.667(-0.70)
性别	-2.821*** (-3.89)	-3.026*** (0.46)	-3.088*** (-3.99)
年龄	0.076(0.61)	0.058(0.46)	0.054(0.42)
年龄平方	-0.001(-0.52)	-0.001(-0.43)	-0.001(-0.39)
受教育年限	-0.050(-0.63)	-0.010(-0.13)	-0.045(-0.55)
家庭支出对数	0.222(0.69)	0.157(0.49)	0.175(0.54)
家人健康	0.800** (2.12)	0.594(1.62)	0.718* (1.88)
家人社会保障	0.636(1.42)	0.822* (1.90)	0.767* (1.65)
家人信教情况	2.220*** (5.79)	2.282*** (5.76)	2.355*** (5.61)
身体健康状况			
一般	-0.333(-0.39)	-0.327(-0.37)	-0.366(-0.41)
不健康	-0.978(-1.09)	-1.038(-1.21)	-1.198(-1.30)
常数项	-8.420** (-1.99)	-5.586(-1.32)	-6.873(-1.57)
N	345	345	345
Wald chi2 值	83.78	85.10	90.60
P 值	0.000 0	0.000 0	0.000 0

七、结论

阮荣平等(2010)研究表明文化对于村民信教具有挤出效应,但其并未进一步分析互动文化与自娱文化挤出作用的差异,本文对此进行了进一步研究。

本文研究表明:对于村庄而言,互动文化供给增加比自娱文化供给增加能够更显著地降低村庄内的信教比重;对于农户而言,互动文化供给增加能够显著降低农户的宗教选择概率和宗教参与程度,但是,自娱文化供给的增加却使得农户宗教参与同样增加。这说明,若将农村文化供给进一步细分为互动文化供给和自娱文化供给,农村互动文化供给相对于自娱文化供给对宗教信仰的挤出效应更强。

本文的政策含义是:并非所有的农村文化供给都有助于减少村民信教,农村自娱文化供给增加未必能起到“挤出宗教”的作用,甚至可能适得

其反;为了缓解我国农村当前的“宗教热”现象,今后进行新农村文化设施建设时,应注重互动文化供给,加强村庄互动文化设施建设,亦即应增加农村文化大院、文化活动室、老年活动室、戏台、庄户剧团、游艺活动室等互动文化设施的供给。

[参考文献]

- [1] 谭飞,陈晓虎,刘书云.西部农村信仰流失警示[J].瞭望新闻周刊,2007(6):6-8.
- [2] 阮荣平,郑凤田,刘力.公共文化供给的宗教挤出效应检验——基于河南农村调查数据[J].中国农村观察,2010(6):72-85.
- [3] 江金启,郑凤田,刘杰.私性不足、公性错位:农村居民的精神文化消费现状及问题分析——基于河南省嵩县农村的调查[J].农业经济问题,2010(6):19-23.
- [4] 吴理财,夏国锋.农民的文化生活:兴衰与重建——以安徽省为例[J].中国农村观察,2007(2):62-69.

- [5] Laurence R. Iannaccone. Introduction to the Economics of Religion[J]. Journal of Economic Literature, 1998, 9: 1465-1496.
- [6] 杨凤岗. 中国宗教的三色市场[J]. 中国人民大学学报, 2006(6): 41-47.
- [7] Dehejia R, DeLeire T, Luttmer E. Insuring Consumption and Happiness through Religious Organizations [J]. Journal of Public Economics, 2007, 91(1—2): 259-279.
- [8] 罗德尼·斯达克, 罗杰尔·芬克. 信仰的法则——解释宗教之人的方面[M]. 杨凤岗, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [9] 于建嵘. 中国基督教家庭教会的现状和未来[C/OL]. 中国宗教与社会高峰论坛专题研讨会论文集, 2008. <http://www.purdue.edu/crc>.
- [10] Chen D. Club Goods and Group Identity: Evidence from Islamic Resurgence during the Indonesian Financial Crisis[J]. American Economic Review, 2008.
- [11] Bensen, M Donahue P, Erickson J. Adolescence and Religion: A Review of the Literature from 1970—1986 [R]. Research in the Social Scientific Study of Religion, 1989: 153-181.
- [12] Geoffrey C Layman. Religion and Political Behavior in The United States[J]. Public Opinion Quarterly, 1997, 61: 288.
- [13] 阮荣平, 郑风田. 中国农村“文明的冲突”[J]. 经济学, 2011(4): 845-868.
- [14] 任映红. 温州村落社区宗教文化及其影响[J]. 青海社会科学, 2007(4): 138-141.
- [15] 杨庆堃. 中国社会中的宗教——宗教的现代社会功能及其历史因素之研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 2007.
- [16] 魏德东. 从经济学角度看宗教[J]. 世界宗教文化, 2005(1): 1-4.
- [17] 吴俊. 论宗教信仰与宗教行为的分离——以“中国汉民族宗教体验调查”为例[J]. 世界宗教研究, 2008(4): 118-127.
- [18] 冯春风. 美国宗教与政治关系现状[J]. 外国宗教研究, 2000(3): 100-116.

(责任编辑: 夏东, 杨睿)

Self-Amusing Culture and Interactive Culture: Difference Test for Religious Squeezing-Out Effect

——Data Based on 345 Farmer Households of 48 Villages in Henan Province

DING Dong¹, CHEN Xue², RUAN Rong-ping¹, ZHENG Feng-tian¹

(1. School of Agricultural Economics and Rural Development, Renmin University of China, Beijing 100872, China; 2. Rural Research Center, Zhejiang Normal University, Zhejiang Jinhua 321000, China)

Abstract: Based on religious secularization theory, the theory of religious clubs and religious spirit of cooperatives, this paper studies the relationship between the supply of rural self-amusing culture or interactive culture and rural villager's religions based on the data of Henan Province, analyzes the results from the survey data of villages and rural households, which shows that, as for the villages, the interactive culture supply increase can reduce the proportion of religious followers in the villages more significantly than self-amusing culture supply, that with regard to rural households, the interactive culture supply increase can more significantly reduce religious choice probability and religious participation probability, however, self-amusing culture supply shows its intergrowth with religious believer, which indicates that rural interactive culture supply has stronger squeezing-out effect on religion believers than self-amusing culture.

Key words: rural areas; self-amusing culture; interactive culture; religion; squeezing-out effect