

迈向市场社会学的综合范式*

——评弗雷格斯坦《市场的结构》兼议其范式修正

符平

在论及理论的学术史时,周雪光(2003:67)说道“一个理论流派在积累了大量的实证研究以后长时期没有新的突破,它就面临着危机和衰落。一个好的理论也可能衰落,而且一个理论之所以衰退可能恰恰因为它过去的成功。”在市场社会学的研究领域,由社会网络分析范式推动起来的新经济社会学流派,历经上世纪70年代的理论准备和学人培养期、80年代的兴起和90年代的蓬勃发展期,^①到世纪之交已渐显颓势,有影响力和新意的成果开始锐减,其命运可谓正是如此。美国加州大学伯克利分校弗雷格斯坦(Neil Fligstein)教授于新世纪初出版的《市场的结构》一书博采众长,批判地继承了诸多学者的市场学说,并试图通过政治—文化方法构建起市场社会学的统一范式,颇有扭转局势、昭示新经济社会学开始迈入新时代的意味。该书不仅获得怀特、斯威德伯格等学者的极高赞誉,也荣膺美国社会学学会经济社会学分会2003年最佳图书奖。该书分两大部分,第一部分致力于发展理论,阐述作者对市场的社会学理论主张和分析范式。第二部分由作者于90年代对劳动力市场、公司治理、高新信息技术产业等所做的实证研究构成,旨在说明其理论和方法对现实经济现象的适用性和解释力。当然,这些实证研究只论证了其诸多理论命题中极少的一部分。由于该书的重点在于为社会学的市场研究提出统一的理论分析范式即政治—文化方法(political-cultural approach),而这一范式对中国的市场研究不无重要借鉴意义。本文将着重评介这一新范式,并就它的修正和完善做一简要探讨,将其市场的政治—文化分析拓展至政治—结构分析。

* 本文是作者主持的国家社科基金青年项目“市场秩序中的‘惯例’问题研究”(批准号:09CSH027)的阶段性成果。《市场的结构》一书中文版由上海人民出版社2008年出版,英文版于2001年由普林斯顿大学出版社出版。

① 关于这段历史的简要回顾,参见 Granovetter & Swedberg, 1992: 3-6。

一、背景与目的

新经济社会学市场研究的目标明确,即通过社会学视角来重新审视经济学传统意义上的市场,树立起社会学自己的市场观。迄今为止其研究业已在市场如何形成、怎样运作、受到哪些约束并如何结构化、怎样嵌入制度环境等诸多问题上都获得了卓有成效的成果和颇具新意的发现(较详尽的述评参见 Swedberg 2005;沈原 2007:19-91;Fligstein & Dauter 2007)。在卷帙浩繁的研究中,当属社会网络范式下的研究成果最令人瞩目(Smith-Doerr & Powell 2005)不过这一范式也因其理论固有的局限一直面临持续的批评和诘难(符平 2009)。

撇开学理的质疑,从学术史的角度来说,社会网络范式也面临着在达到辉煌顶峰后如何实现进一步提升的学术困境。原因正如周雪光所说,一是一个好的理论吸引很多人去做研究,可能把这个理论框架里可以解决的问题都解决了,如果这个领域中没有新问题的话,这个理论就不再具有吸引力了,人们就要离开这个领域了;二是一个好的理论可能会吸引很多人做各种这样的研究,学术活动十分活跃,久而久之就会出现千篇一律的重复劳动,贡献不大,到一定程度以后大家就觉得厌倦,希冀另择门户有所创新了(周雪光 2003:67)。以上两个方面,社会网络范式都有所体现。到90年代末,网络范式本身的局限和学术史的规律不仅导致它自身开始走下坡路,还导致以网络分析范式为金字招牌的新经济社会学逐渐式微。这是本书成形的大致背景。在经济社会学者正为新的学术出路而迷惘之时,弗雷格斯坦在网络范式之外另辟蹊径,可谓恰逢其时。

新经济社会学者对新古典经济学有着共同的敌视心理,在过去30年间对其进行了持之以恒的批判,并藉此形成了某种身份认同感。但除此之外,不同学术阵营里的学者事实上并无更多共同之处。虽然都是从社会学视角探讨经济与社会关系,但新经济社会学内部并无解释经济过程的统一范式,即便在嵌入性的统一旗帜下也是诸多视角百舸争流,不同理论视角从理论起点到研究方法都很不一样(符平 2009)。新经济社会学的现实状况与多元并存的社会学整体状况并无不同:虽然研究经济制度和经济行动的目标比较一致,但具体的研究方法和工具各异,不同视角下的研究常常得出截然不同的观点和结论。这样的

结果是,新经济社会学在面对经济学这个有着统一分析范式的强大学术敌人时,很难通过合力对其形成切实的挑战。因此,在分析范式上如何整合殊异的诸多方法和视角,便是一个摆在新经济社会学家面前的重任。新经济社会学的市场研究——我们称之为市场社会学,作为当今经济社会学最为重要的研究领域,同样面临这样的困境。而要整合多元化取向的市场社会学,首当其冲的任务是要在理论范式上发展出一套简洁有力、能解释市场社会学的核心问题并可为社会学者广泛认同的分析范式。这是弗雷格斯坦这本书试图达到的主要目标,而他提出的统一范式便是后来引起了广泛关注的政治—文化方法。

二、综合范式的尝试:弗雷格斯坦的政治—文化方法

(一) 政治—文化方法的提出

从弗雷格斯坦书中的理论探讨和经验研究中我们不难看出,政治—文化方法首先是建立在对网络范式的批评基础之上的。而弗雷格斯坦所倚重的政治和文化维度,在网络范式那里恰恰都缺乏关注。在弗雷格斯坦看来,网络范式忽视了社会关系在行动者的角色结构中所具有的更加广泛的政治意义,也没有将市场发展过程中的先决性因素和条件考虑进去,还不能解释政府为何在当今形形色色的各类市场中仍然非常重要的问题(Fligstein, 1996)。正是在这些方面,强调政治的维度能为深入分析甚至重新解释诸多市场问题提供洞见。而将文化视为形塑市场的重要力量,自韦伯以降就是经济社会学的一个强势传统,但这在网络学者那里同样缺乏关注。^① 所以经由他的新范式,市场被网络方法所遮蔽掉的特征和机制,有望能浮出水面,重新被人们认识并

^① 不过,我们不能据此就说弗雷格斯坦完全漠视社会网络分析的贡献,贬低社会关系网络在市场中的重要作用。只是为了引起学界对政治—文化范式的重视,他不得不较少论及原本已经被讨论得近乎白热化的网络分析范式。但弗雷格斯坦也认为,社会关系、权力与意义是社会学形成对市场的独特解释的三大核心要素(弗雷格斯坦, 2008: viii),而他基于场域的市场定义更表明他对市场中的社会关系相当重视。在他看来,正是不同行动者之间漫长的历史互动创造了产权制度、治理模式和非正式惯例等市场要素。但他与格兰诺维特的切入点有所不同。格氏主要关注微观层面行动者的关系网络和互动如何塑造了经济制度,遵循的是一种近因分析法,而弗雷格斯坦的分析起点是作为利益共同体的行动者(如资本家、工人、国家、企业管理者等)之间的互动关系,以及这种互动如何造就了市场的结构和秩序,因而他更偏向于从宏观到宏观的分析视角。

重视起来。其次,弗雷格斯坦的研究延续了社会学对经济学的批判:市场并非如新古典经济学所想象的那样在政治和文化缺席的真空中运转,也非演化经济学所描绘的那样自动产生和形成。但他超越了对经济学毫无建设性的心理敌视和表面批评,通过政治—文化方法构造了自己的社会学理论分析范式以与之抗衡。

弗雷格斯坦指出,一门真正的市场社会学需要重点关注一些业已证明是非常重要的因素:组织内和组织间的政治关系,以及界定行动者之间社会关系的文化构架(弗雷格斯坦 2008:140)。这正是政治—文化方法的题中之义。他声称“这种方法重点关注组织内部和组织之间的权力斗争”(弗雷格斯坦 2008:124),由于这些斗争的目标最终是要创造一套共享的、能保证稳定互动得以进行的意义系统即本土文化,因而文化必然要受到同等重视。何谓政治—文化方法?他在书中简明地写道“这一方法认为社会行动发生在各种活动之中,这些场所可以叫做场域、领域、部门或组织化的社会空间。场域内有集体行动者。集体行动者试图在场域中生产出一种支配系统,而要达到这一目的,需要生产出一种地方性文化来对行动者之间的地方性社会关系来加以界定”(弗雷格斯坦 2008:13)。可见,整合政治与文化维度并提出新的范式,弗雷格斯坦汲取了布迪厄场域理论的思想。他以“场域理论与市场形成问题”为题专辟一章,讨论了场域理论对市场研究的洞察力和有效性。作为一个极具隐喻意义和修辞色彩的理论,场域在方法论上对弗雷格斯坦的启示在于,它提供了一种从权力体系和关系主义视角考察和分析市场问题的思维模式。场域中行动者之间的关系就是不同位置和利益的关系。当弗雷格斯坦将市场视作一种场域时——“市场是一个这样的地位等级系统,即存在的主导销售商在其中得以持续进行自身再生产的场所”(弗雷格斯坦 2008:29),市场参与者的角色位置和结构关系就突显出了其重要性。在弗雷格斯坦眼里,因为不确定因素的存在,市场只有当政治与文化情景能为投资提供足够的稳定性时才会运转起来。

(二) 将政治带回分析的核心

在早期的一部著作中,弗雷格斯坦就令人信服地说明了为什么 20 世纪美国企业的策略和结构可以从权力斗争角度得到合理充分的阐释(Fligstein, 1990)。他后来更明确地指出,市场作为一种社会建构反映

的是企业和国家之间的独特互动 (Fligstein & Mara-Drita, 1996: 25)。在《市场的结构》一书中, 弗雷格斯坦总结并完善了早期不是很成熟的政治视角。概观全书, 政治—文化方法对政治维度的强调可总结为两个主要命题: 一是将作为经济范畴的市场建设视作国家建设的组成部分, 认为市场的形成和发展都是国家建构的结果, 我们姑且将此命题称作市场的“国家基石论”(state as bedrock); 二是把市场关系的结构化、市场参与者创造稳定市场环境的行动及形塑市场关系的规则生成过程统统纳入政治分析, 将市场领域的经济过程均视作政治过程, 我们可称之为“政治过程论”。这两个命题相辅相成, 都旨在表明市场社会学的综合范式离不开政治社会学的知识。其主要区别在于, 前者侧重于在宏观层面突出国家在市场中的地位和作用, 而后者则在更为宽泛的意义上将市场当作政治学的范畴来看待。

国家基石论着眼于现代国家在市场形成、稳定、发展和转型之中不可替代的重要作用, 认为政府是市场中一个永远在场的行动者。国家之所以在弗氏的理论中扮演了重要角色, 原因在于他认为市场对产权、治理结构、交换规则和控制观等制度安排有着强烈的诉求。在现代市场的建构和经济建设过程中, 卷入市场的诸多行动者如工人、资本家和国家之间的政治博弈, 既为稳定市场的形成创造了以上制度条件, 也促成了国家建设。可以说, 弗雷格斯坦的国家基石论继承并发扬了波兰尼市场社会如何形成的思路 (Polanyi, 1957/1944), 而他所做的推进则是将经济行动的政治过程论补充进对市场的结构化和制度化分析之中。

政治过程论的目的是在经验层面挖掘出行动者的能动性和权力关系在市场中的作用机制, 通过分析行动者的行为策略和经济过程, 阐明稳定的市场结构的形成和再生产正是韦伯意义上(而非马克思意义)的支配关系的形成和再生产。而且, 市场行动也是以政治性的、韦伯意义上的经济社会行动来看待和分析的。^①追随布迪厄, 弗雷格斯坦认为

① 弗雷格斯坦早年提出的“市场即政治”隐喻即创造一个市场行动的社会学视角。在其社会学的行动模型中, 市场参与者努力去创造一个稳定的世界, 找出市场竞争的社会解决之道。在市场形成阶段, 行动者会采取各种政治策略力争创造一个地位等级制以执行竞争的非竞争形式 (noncompetitive forms of competition); 在稳定的市场之中, 在位企业会捍卫他们的地位, 抵制挑战者和侵犯者; 而在市场转型阶段, 侵犯者又能重新引入更多不稳固的社会运动式的环境, 为自己进入市场、占据位置创造有利条件 (Fligstein, 1996)。

市场的场域里存在着不同行动者为了维系自身利益和地位的博弈和斗争,更存在着在位者与挑战者的权力关系,参与其中的行动者都试图去主宰场域的关系和规则,力争使“企业的身份和地位等级广为人知,并且指导企业领导者的控制观被市场参与者所共享”(弗雷格斯坦,2008:72)。稳定市场的出现,在他看来正是企业组织内部以及企业之间无法回避的市场斗争和权力斗争的结果。在稳定的市场中,场域关系和运作规则开始制度化,而权力支配者或者说在位者可通过大多数参与者都可接受的方式不断地再生产出他们在市场地位等级系统中的权力和地位。如此,作为场域的市场本质上就是政治性的。市场行动者都会试图利用政府权力去改进他们在场域中的地位,回避经济领域的竞争。^①从中我们可以管窥政治—文化方法所暗含的一个理论假设:市场中的竞争行为并不是一种纯粹的、基于“市场自由”的经济竞争,它是行动者运用政治策略,为获得自身在特定市场中的支配地位、稳定场域局势的政治行为。

当然,上述市场的政治学意义还只是针对企业组织或资本家内部之间的斗争而言,政治—文化方法所指涉的政治学意义还包括卷入市场建构中资方与其他不同行动者的博弈。弗雷格斯坦主要讨论了资本家、工人与作为行动者的国家这三个主体之间的互动和权力平衡关系如何建构相异的市场制度。不同行动主体都会为获得对己而言有优势的市场制度而努力,这主要通过争取对自身有利的产权规则、治理结构、交易规则和控制观而得以实现。从市场的支配群体角度来说,三方博弈的结果会呈现出六种理想类型的市场制度:国家主导模式、资本家主导模式、工人主导模式、资本家—国家联盟模式、工人—国家联盟模式、资本家—工人均衡模式。由不同群体支配的市场制度在产权、治理结构、交易规则和国家/市场干预的主导模式上也就体现出诸多差异。弗雷格斯坦以劳动力市场制度的政治建构分析为例,说明了由不同群体主导和控制的劳动力市场所带来的不同的社会结果(弗雷格斯坦,2008:97-117)。弗雷格斯坦指出,日本是资本家和政府官员共同控制着经济领域的国家,而美国则是资本家占主导地位的模式,斯堪的纳

^① 由于制度规则总的倾向是有利于支配群体的利益,也正是支配群体或在位者规定了特定市场如何运作、竞争如何开展的问题,因此市场的规则和关系通常情况下都会有助于大公司、大企业保持其优势。

维亚半岛的福利国家接近于工人在国家行动者帮助下占据主导地位的理想类型。德国的体制是资本家和工人在政治上力量对比均衡、劳方稍占优势，法国的情况与德国有些类似，资本家与工人相互僵持、国家中立，但法国有着经合组织(OECD)中最强有力的国家干预能力(弗雷格斯坦 2008:53-56)。

市场的政治学不仅发生在国内市场，还体现在国际竞争市场中。弗雷格斯坦对此的阐释主要放在第九章对全球化的分析中。经济全球化即意味着企业不仅要与国内同行竞争，还要与国外企业竞争。弗雷格斯坦通过翔实的数据和较为典型的事例阐明，经济全球化的论调不过是一种神话和政治措辞，真正卷入全球竞争的企业为数极少。市场作为一种政治建构的意义在于，政府不仅会努力保护那些没有参与全球市场且受到外国企业威胁的本土企业，还致力于打开本国跨国企业之竞争对手的市场，政府在贸易协定谈判中也会积极争取本国精英的利益。因此在所谓的经济全球化时代，政府在市场中所发挥的作用实际上是有增无减。在开拓国际市场进程中的许多方面，经济精英都要诉求于政府的作为。如果说存在一个完全意义上的世界性市场，那么国家角色在它的形成过程中必定也发挥了重要的作用。

由是观之，政治—文化方法从国家基石论和政治过程论的双重意义上突显了政治分析的维度，并以此挖掘市场形成和运作中国家和政治运作的重要性——在市场诞生、稳定和转型的不同阶段，国家推动的市场结构化过程都优先受到关注，贯穿经验分析的则是市场行为背后的政治过程分析。可以说，经过一个世纪的轮回，弗雷格斯坦又改头换面地回到了马克思和韦伯，重新回归到了对经济过程背后的政治与社会起源的分析。

(三) 作为文化之维的控制观

弗雷格斯坦的市场观还隐含这样一个理论假设，即市场中的行动者总是面临经济内部和外部的诸多冲突和不确定性，只有当市场行动者对彼此的行动形成了较稳定的预期，冲突和不确定性的风险才能够解决，因而市场制度需要某种协调机制。因此，政治—文化方法的文化之维是要挖掘出潜藏于经济行动背后的、能降低不确定性风险的某种共识。这种支撑经济行动的文化或者说经济的协调机制主要是指控制观，它为解决市场竞争与合作的问题提供了文化框架。

于是,市场的产生和运转既是政治过程,也是一个文化议程,“从两方面来说,市场制度的产生都是一种文化工程。产权、治理结构、控制观以及交换规则,界定了建构市场所必需的社会制度。这些组织技术为行动者参与市场活动提供了工具。市场领域是社会性领域,因而市场领域按照与其他社会领域一样的原则运转。行动者参与了涉及彼此的政治行动,这些行动是地方性文化的反映,并对社会关系以及谁是行动者,行动者怎样理解彼此的行动加以界定”(弗雷格斯坦,2008:66)。他认为,市场创造了嵌入于当地文化——限定了既定市场的竞争将如何开展——的控制观,即一系列关于市场如何运行的认知理念和惯例。他将控制观与产权、治理结构、交换规则捆绑在一起,视为建构市场的四大要素。它们被市场参与者广泛共享,共同促成了结构化交换的实现,是市场行动者开展竞争、追求利益和地位所依据的前提要素。

弗雷格斯坦认为基于共同理解的意义框架具有至关重要的地位,因而在市场的四大因素中,控制观尤受重视。控制观是吉尔兹意义上的“地方性知识”,它嵌入于地方文化并预先形成了一套关于特定市场如何运行的认知理念。市场关系及其游戏规则也部分地从控制观中建构起来。弗雷格斯坦将控制观界定为经由文化和历史形成,支配着供应商、顾客和工人之间关系的特定规则和惯例(弗雷格斯坦,2008:25)。这样定义的控制观无疑有着路径依赖的延续性机制,难以实现变迁和创新。但弗雷格斯坦在一项经验研究中又暗示,通过借鉴其他企业或市场的控制观,或者基于潜在的有效控制观在企业组织场域的扩散(相当于社会学新制度主义学派的组织间模仿机制),控制观也有实现转型的可能(弗雷格斯坦,2008:124-126)。

控制观的功效在于它提供了个体和企业行动者赖以理解和解释其他行动者行为的认知框架及解决企业内、外部问题的方法。行动者在竞争激烈的市场中正是利用了控制观的解释框架得以生存和发展、化解竞争和冲突。^①他在第五章深入讨论了雇佣系统的逻辑问题,并比较分析了德国、美国、法国和日本的雇佣系统和制度变迁。雇佣系统作

^① 市场的社会结构和公司的内部组织的主要目标之一是为试图缓和或控制竞争,这是弗雷格斯坦在市场问题上的基本洞见和独特贡献。可以说,他也正是在这个基础上推进了怀特“自我再生产的角色结构”的市场理论(White,1981)。

为特定市场中企业的劳动组织方式,不同类型也就是不同种类的控制观,意味着行动者就雇佣关系的结构达成了一种政治性的共识。稳定的雇佣系统一旦形成,冲突就可以在制度安排中得到妥善处理。

弗雷格斯坦认为,控制观之所以重要是因为它一方面界定了在位企业与进入企业之间的社会关系的本质——在位者与挑战者的共生关系迫使它们根据双方默认的准则开展竞争,另一方面也由于它是企业领导者借以理解其他企业行为的认知框架(弗雷格斯坦,2008:67)。弗雷格斯坦对控制观的探索并没有满足于在功能主义层面解释和论证其重要性,而是在把此因素挖掘出来后,将其作为一个重要变量予以考察。他以20世纪80年代美国大公司的合并为例,从控制观的角度分析了20世纪这次最大合并浪潮的原因及其意义。他认为,控制观的变化与合并浪潮之间存在密切关联。60年代中期开始在美国大公司中占据主导地位的财物控制观开始被公司股东价值观这样一种新式控制观所替代。而这种文化上的重新建构,成为了公司创造利润的强有力的工具(弗雷格斯坦,2008:118-141)。但弗雷格斯坦所要强调的重点并不在于控制观的变迁,而是旨在说明经济行动者的利益、观念和行动并不是经济学描绘的那样完全由市场力量形塑,事实上它们是嵌入于社会环境并受其决定的,具体来说是通过企业所在的组织场域及其与政府的互动而得以形成。如果说格兰诺维特那里经济制度是一种社会建构,弗雷格斯坦想要表达的观点则是市场形成本身也是社会建构的产物,无法独立于社会过程之外。但弗雷格斯坦显然更看重政治和文化的因素而不是社会关系对市场关系和经济过程的影响。

(四) 贡献及启示

弗雷格斯坦的研究揭示了市场结构如何在政治和文化的双重作用下形成、稳定并发生转型,展现了社会文化和政治力量如何对行动者在市场中的行为选择产生影响,从而否定了市场中存在“固有的经济逻辑”这一说法。在网络范式主导新经济社会学的背景下,他的政治—文化方法不失为一个均衡周全的重要补充性范式,可以探索市场在不同社会背景下由于政治、文化及社会结构差异所呈现出来的具体形态和运作逻辑。此外,运用政治—文化方法考察不同类型的市场(譬如工业市场、金融市场、劳动力市场、消费市场等),也会得出有差异的社会结构、文化观念和权力关系,从而为比较研究提供基础。因此不可否

认,弗雷格斯坦为统一多元化取向的市场社会学做出了有益的探索和尝试,他提出的这一综合范式可望为市场社会学提出新的研究议题或对已有问题形成新的解释。

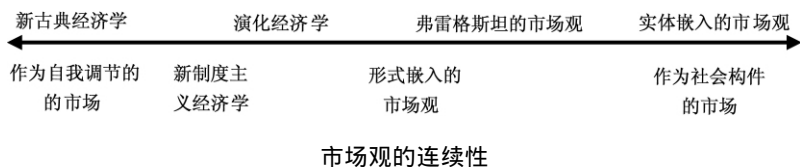
市场是中国转型社会面临的重大问题,而弗雷格斯坦的综合范式对中国的市场研究也不无启发。在中国语境下剖析政治和文化因素在市场经济中的角色、地位及作用机制,揭示市场结构与国家政治、社会文化结构之间的动态关系,具有重要的学术与实践价值。弗雷格斯坦的研究发现资本主义社会里的市场形成和发展是与国家建设和国家政治密切联系在一起的,于是他说“再怎样高估政府对于现代市场的重要性也不为过”(弗雷格斯坦 2008:2)。事实上,在现代社会任何形式的市场经济中,国家始终扮演了重要的角色。改革之初,中国市场向社会的普罗大众开启了大门,但后来的制度安排和社会环境实际上却为权力阶层和既得利益群体获得利益和地位提供了更为有利的制度化途径。换言之,市场结构在基于执政党和政府的权力运作、不同社会力量的博弈而得以稳定后,有着反过来将现有的社会结构进一步固定化的趋势。在当前金融危机的背景下,我们在经济领域又见证了与改革初期“国退民进”运动相反的“国进民退”现象。可以说,改革以来中国市场经济的每一步发展及其形成的经济社会后果,都离不开国家作为一个行动者的角色和政治运作。因此,有研究者将中国经济改革的逻辑归因于政治逻辑而不是经济逻辑(Shirk,1993)就不足为奇。显然,中国不同类型产业和市场的政治逻辑及其实践机制有待进一步挖掘。从文化维度来看,虽然中国的市场经济体制在30年的摸索中不断趋于完善,但各种经济惯例——市场行动者之间能相互理解、解释情景和谋划行动的共享并通常是默许的某种认知与行为实践,仍然以非正式做法、非制度运作、潜规则等各种形式大行其道,经济生活中的关系文化更是普遍盛行。一言以蔽之,经济的成功或失败都同政治、文化与市场之间特殊的结构关系有着重要关联,而这在中国极具探索的空间。

三、讨论:政治—结构范式—— 弗雷格斯坦范式的缺憾及其完善

当然,我们或有可能提出,政治—文化方法视野下的行动者过于抽

象,国家、企业、工人和资本家都不是铁板一块,不同层级的政府、不同规模和产业的企业、不同行业和类型的工人和资本家,其行动逻辑可能无法作为一个整体来加以理解、分析和解释。仅以市场中的国家角色而言,中央政府与地方政府无论对于美国还是中国来说都是一对非常重要而微妙的关系,地方政府的行动目标和逻辑与中央政府会呈现出较大差异,将“国家”作为统一的分析对象容易遮蔽很多问题。^① 弗雷格斯坦实际上没法回避诸如此类的质疑。但我以为,由于弗雷格斯坦的目标在于效仿经济学的“干净模型”,致力于发展一个扎根于经济现实、能与经济学范式分庭抗礼的社会学统一模型,藉此整合多元并存的“市场社会学”范式,所以我们也只有从弗雷格斯坦的出发点和理论目标上来进行质疑和批判才有意义。

弗雷格斯坦试图以其新范式为基础提出社会学替代经济学的市场理论。不过,政治—文化方法虽挖掘出了市场更多重要而具体的特征和机制,却仍没有对经济学的市场范畴实现彻底的社会学替代,而只是格兰诺维特取向的市场形式嵌入的延伸,但在市场观的知识连续统中,其市场观也最接近于作为社会构件的市场观(见下图)^②,尤其是其国家与市场关系的观点与波兰尼强调国家政治的思路可谓殊途同归,因而他的理论缺憾并不妨碍其给市场研究提供新的研究启示。而在实体嵌入视角的操作性方向极其模糊的情况下,政治—文化方法更不失为一个很好的替代框架。



就政治—文化方法本身而言,政治维度是没有问题的。但这一方法中的文化维度由于仅局限于控制观的因素而显得过于狭隘,因而也

① 譬如郑志鹏(2008)在将弗雷格斯坦的理论模型应用到中国出口导向型制鞋产业市场的研究时,就指出国家的行政层级必须被进一步厘清,并强调了将地方政府区别于中央政府的重要性。

② 两种市场观的区分和讨论以及这一观点的详细说明请参见拙文(符平,2009)。市场观的连续统问题在此不是重点,故不展开讨论。

很难说可以充当一种统一的综合范式。我们认为,如果将其文化的维度拓展至结构的维度,也就是用政治—结构分析替代政治—文化分析,可能要更接近于他的预期目标。事实上,弗雷格斯坦本人也是将控制观同时视为文化和结构要素予以看待的“控制观一方面是在构建着的新行动的文化模板,另一方面又是一套对行动的可能性加以限制的结构”(弗雷格斯坦 2008:124)。政治—结构分析范式中的结构,我们可以将其进一步区分为显结构和潜结构两种类型。^①显结构是指那些规范和影响经济的、在外部形态上表现为客观且真实的正式组织结构和制度,如科层制、政治体制、经济制度与经济政策、产业结构、产权制度、行业协会等都属于显结构的范畴。而潜结构是指经济生活中那些被经济行动者普遍认同和实践、集体特性很强、在外部形态上表现为主观而虚拟的要素,譬如经济惯例、经济习俗、经济理念、商业观、关系文化、未成文的行规、弗雷格斯坦意义上的控制观等等。两种类型的结构都是行动者相互理解、诠释市场情景和谋划经济行动的共享依据。显结构对经济生活和市场的影响和形塑显而易见,为我们所熟知,这里着重阐释潜结构的角色及其意义。

人类学家一般倾向于结构源自文化的观点,但社会学家多数不大愿意接受这一观点。政治—结构分析范式之所以要容纳人类学思维,将结构做出这样一个区分的组合,是因为这些源于文化的因素尽管更多地通过作用于行动者的心理、情感和道义感知来引导、规范他们的经济实践,但从其实践的效果来说,这些虚拟要素却与经济法规、科层制等具有理性特征的真实要素并无差别。而且,在现实的经济生活中,许多客观的显结构要素反而常常被行动者当作虚拟的符号予以看待、视为形式主义加以理解、通过诸如变通的机制进行选择利用,从而在经

① 显结构与潜结构的概念是对日本学者中根干枝的正规结构与非正规结构加以改造、重新界定并加以诠释的结果。但这对概念的创造者是中国社科院社会学所张宛丽老师,她在与我关于市场与社会关系的讨论中提出并区分了这对概念,也正是在张老师的点拨中我获得了很大的理论启发,特此说明并致谢。中根干枝将社会结构区分为正规结构(formal structure)和非正规结构(informal structure)两种类型。前者是指那些已经明确地被制度化、任何人都能明确掌握的共通的制度和组织,如学校、行政机关、官僚制、企业组织等等;后者是指那种对规范实际的人际关系会起重要作用而又无形的潜在的组织(未举例证)。在她看来,作为表现社会特点的组织,非正规结构才是该社会的职能的原动力(中根干枝,1994:98-99)。非正规结构也具有作者这里所论的潜结构的涵义,但中根干枝是从组织形态出发对结构进行的区分,依其旨意,非正规结构总归要以具有组织特征为其存在的前提,因而非组织形态的结构要素无法纳入结构范畴。

济实践中被虚拟化和主观化了。相反,尽管潜结构要素对人们的影响是非正式的,但在大多数的场景下往往被相当正式地执行着(无论其后果是增进了效率还是损害了效率)。潜结构通过社会化的途径、基于个体的文化图示渗透到行动者的心理和认知之中,并以此作用于他们的经济实践,于是,他们外部的经济行动体现出按图索骥的结构路径——这一过程实现了虚拟要素的客观化。而且,许多潜结构要素的“非正式性”(informality)恰恰孕育在正式的显结构之中(譬如说制度政策的“变通”),构成了显结构的内在要素,从而具备了正式性的特征。潜结构(譬如庇护关系网络)也存在于正式组织如政府和企业组织的内部或组织之间,虽然有时隐而不彰,但却与正式的显结构具有功能上的重叠部分,甚至有时还超越了组织制度结构,替代了显结构。所以,潜结构从其本质上来说不仅是一种结构,还因其被行动者当作“手头的知识”、“默会的共享知识”得到更普遍的遵从和运用,在现实经济生活中获得了更大范围的认同,对规范行动者的经济实践事实上起到更大、更切实的作用,因而潜结构对于行动者的意义更大于显结构。^①归纳起来,这两种结构在以下方面存在着差异,见下表。

显结构与潜结构的比较

	显结构	潜结构
形态	制度化了的客观正规组织与制度形式,以外在于行动者的形态存在	外在事实的内部化,认知的和主观的虚拟形式
生成机制	以权力为中心:政治博弈,谈判协商,民主决策	以权威为中心:群体的集体记忆和经验沉淀,群体反思与选择性延续,路径依赖
特征	制度化和合法化的;公开的;人为构造的;仪式化;形式主义	未制度化,但具有合法性(韦伯意义上);隐蔽的;默会的
约束方式	正式、强制——组织的、惩罚的	非正式、自省/悟/觉——舆论的、道义的
作用范围	市场范围内的所有行动者;不排除,具有普遍性	一定区域范围内的市场行动者;特定类型的潜结构具有地方性和排外特征
实践逻辑	在现实的经济实践中呈现出虚拟特征:客观结构的主观化	在现实的经济实践中呈现出“真实”特征:认知和主观结构的客观化

经济的文化解释虽然很重要,但单一的文化解释事实上没法让人

^① 从另一个角度来说,既然社会学的制度概念能容纳非正式制度,那么结构概念也理应将潜结构要素包含在内。

充分信服 (Redding, 1990:238), 经济中的潜结构也是如此。它在经济生活中固然占据着重要位置, 却是与显结构要素交织在一起发挥作用的。而且, 显结构要素对潜结构要素有影响、形塑的一面, 而一些潜结构要素经过特定的历史演变也有转变为显结构的可能。我们在政治—结构的范式中提出与显结构等量齐观的潜结构要素, 并不是要找出经济过程背后所有的结构要素, 而是要去探索在市场形成、稳定和转型中, 哪些要素经由怎样的互动、通过何种机制起到了最重要的作用。中国的市场经济模式及其运作方式在很多方面不同于西方的市场经济, 显结构在其中虽然起到了重要作用, 但潜结构的存在及其作用也不容忽视。也正是因为不同潜结构因素的强弱不均、内涵相异及其与显结构的不同关联方式, 中国形成了有鲜明地域特色的区域发展模式。

在政治—结构分析范式的具体运用中, 我们还需在二重性结构的意义上对结构加以分析。事实上, 这一范式中的“政治”作为一个过程性概念已经赋予了结构二重性特征, 所以这里的结构范畴也继承并拓展了吉登斯和斯维尔的结构思想^①: 它体现出深刻的动态性特征, 是在市场互动过程中逐步展开的结果, 行动者机敏的能动性通过政治过程能维持总体结构的再生产, 也有实现结构转型的可能——通过潜结构要素的变换和资源的重新调度。由此, 经由我们修正弗雷格斯坦范式而提出的政治—结构分析, 将市场的“结构”视作物理维度和文化维度的结合体。它既是真实的 (体现为显结构的存在和潜结构在实践中的客观化), 也是虚拟的 (体现为潜结构的存在和显结构在实践中的主观化), 是真实和虚拟的资源集合。这一范式所蕴涵的假设, 是经济和市场同时嵌入在显结构和潜结构中。市场行动者在其社会性地结构化了 (socially structured) 的背景当中有目的地行动、追求他们的利益和目标, 但处在目的性追求进程中的行动者既受显结构和潜结构约束, 也可以通过其机敏的能动行为和政治策略突破约束条件, 进而改变市场的结构和秩序。如此, 作为个体的行动者和作为组织的企业如何在结构

^① 吉登斯虽未对结构加以区分, 但他的结构理论却包含了潜结构的思想: “相对于个人而言, 结构并不是什么‘外在之物’: 从某种特定的意义上来说, 结构作为记忆痕迹, 具体体现在各种社会实践中, ‘内在于’人的活动, 而不像涂尔干所说的是‘外在的’” (吉登斯, 1998:89)。斯维尔对吉登斯的二重性结构提出了建设性的批判, 主张采用一种多元的、有条件的和裂变的社会观和结构观来修正吉氏理论中自相矛盾的地方 (Sewell, 1992), 但斯维尔最终给出的却仍旧还是一个统一的结构范畴。这也是本文要将结构区分为两种类型的缘由之一。

约束的背景下追求其目标的实现路径? 不同类型市场的形成、运作和转型过程中,显结构和潜结构分别通过何种方式起到了怎样的作用? 不同结构要素之间又体现出何种关联? 应该说,这些都是中国社会学需要结合本土经验深入研究的重要课题。

参考文献:

- 弗雷格斯坦 2008,《市场的结构》甄志宏译,上海:上海人民出版社。
- 符平 2009,《“嵌入性”:两种取向及其分歧》,《社会学研究》第5期。
- 吉登斯,1998,《社会的构成》李康、李猛译,北京:三联书店。
- 沈原 2007,《市场、阶级与社会》,北京:社会科学文献出版社。
- 郑志鹏 2008,《市场政治》,《台湾社会学》第15期。
- 中根千枝,1994,《纵向社会的人际关系》,陈成译,北京:商务印书馆。
- 周雪光 2003,《组织社会学十讲》,北京:社会科学文献出版社。
- Fligstein, N. 1990, *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge: Harvard University Press.
- 1996, “Market as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions.” *American Sociological Review* 61.
- Fligstein, N. & I. Mara-Drita 1996, “How to Make a Market: Reflections on the Attempt to Create a Single Market in the European Union.” *American Journal of Sociology* 102.
- Fligstein, N. & L. Dauter 2007, “Sociology of Market.” *Annual Review of Sociology* 33.
- Granovetter, M. & R. Swedberg (eds.) 1992, *The Sociology of Economic Life*. Boulder: Westview Press.
- Polanyi, K. 1957/1944, *The Great Transformation*. Boston: Beacon Press.
- Redding, S. G. 1990, *The Spirit of Chinese Capitalism*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Shirk, S. L. 1993, *The Political Logic of Economic Reform in China*. Berkeley: University of California Press.
- Sewell, W. H. 1992, “A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation.” *American Journal of Sociology* 98.
- Smith-Doerr, L. & W. W. Powell 2005, “Networks and Economic Life.” In N. J. Smelser & R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology*. (2nd ed.) Princeton: Princeton University Press.
- Swedberg, R. 2005, “Markets in Society.” In Smelser, N. J. & R. Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology*. (2nd ed.) Princeton: Princeton University Press.
- White, H. 1981, “Where Do Markets Come From?” *American Journal of Sociology* 87.

作者单位: 华中师范大学社会学院
责任编辑: 杨 可

the ruling elites resort more to legal channels than to party/government authorities. On the contrary , citizens of middle and lower classes trust and rely more on party/government authorities than to laws for dispute resolution. Furthermore , there is little evidence suggesting that , compared to other classes , the rising “middle class” prefer the legal resolution to civil disputes. Hence , the authors argue that we shall be cautious of optimistically linking a rising middle class to the rule of law in contemporary China under dramatic social and economic transitions.

COMMENTARY AND DEBATE

The Structure of Empirical Social Research *Peng Yusheng* 180

Abstract: With the rapid advances of social sciences in China , reaching international standards of excellence and publishing on top international journals have become a priority for many young scholars. The purpose of this paper is to outline the methodological paradigm of mainstream western social sciences. Analyzing exemplary work from top international journals , the author has generalized an eight-component structure , consisting of question , literature (theory) , hypothesis , data , measurement , methods , findings , and conclusion. This eight-component structure reflects the post-positivist philosophy and can be called “the American paradigm. ” This paper dissects and explicates each of the eight components , their individual functions and logical relationships. As the primary focus , the author discusses in detail the first three components (question , theory and hypothesis) , proposing tentative criteria for good questions and good literature review , emphasizing hypothesis as the bridge linking theory with empirical data , and outlining the different strategies for constructing hypothesis. The paper ends with a brief discussion of the integration of the American methodological paradigm with Chinese home-grown substantive theories.

BOOK REVIEW

Toward an Integrative Paradigm of Market Sociology:
A Review of N. Fligstein’ s *The Architecture of Markets* and Discussion
on Revising His Paradigm *Fu Ping* 211

Myths in an Old State:
Reading Maurice Freedman , *Chinese Lineage and Society: Fukien and
Kwangtung* and Other Writings *Shi Yunrui* 226