

西方学界关于市场与道德关系的研究及中国展望*

陈 忱

提要:近年来,西方社会科学界对市场与道德关系的经验研究十分活跃。尽管现有经验研究尚以西方案例为主,但是中国的市场改革为推动这一领域的发展提供了很好的机遇。本篇述评从宏观、中观、微观三个层次展开,系统提炼每个层次的概念、中心问题、理论和方法、优势与局限,加以对比、反思,并在此基础上澄清贡献、分析不足。基于西方的研究成果,本文进一步分析了中国市场与道德关系研究可能借鉴的理论资源,讨论了与西方同主题研究的根本性分歧,并对未来可能开展的研究课题提出了进一步的思考。

关键词:市场 道德 中国

一、引 言

市场经济的发展带来物质需要的满足。与此同时,人们从未停止对道德文明的思考。市场经济发展是否会影响道德秩序的进步?以市场作为配置资源的方式如何改变人们对制度环境的道德评价?市场带来的货币激励如何改变人们的道德选择与行为?西方社会科学学界对这些问题的探索由来已久,然而学科之间由于研究思路、材料取舍、研究方法的不同,一直缺乏足够的交流。除理论层面之外,经验研究依然方兴未艾,其案例主要集中在以美国为主的西方社会。纵观东方,新中国的市场经济发展进程之迅速,影响范围之广阔,推进过程之深刻,都是当代世界舞台罕见的。中国的市场经济发展与道德的互动关系与西方有何异同?研究中国市场与道德的关系能够为中西比较研究提供怎样的理论视角?基于以上的问题,本文主要评述英文文献中市场与道

* 感谢谭康荣教授、江彦生教授、倪希、赖伟军、沈茜蓉、沈一帆等师友的评论和建议,尤其是吴菲博士的文字校对和详细点评。感谢匿名评审人对文章提出的意见,文责自负。

德关系研究的理论与经验研究成果,以期对中国日后的研究前景提出一些发展方向。

二、市场与道德的关系研究述评

(一) 市场与道德的概念界定

根据学者们对市场与道德概念界定的不同,可以把研究划分为宏观、中观、微观三个层次。其中,宏观层次指的是市场经济,即经济活动(包括投资、生产、分配等)及商品和服务的价格由市场的供求情况决定(Hirschman,1982;Fourcade & Healy,2007)。市场经济既不局限于生产资料所有者的身份,也不讨论国家的意识形态或执政阶级,只是作为一种经济形式的概念。宏观层次的道德指的是道德秩序(moral order),这是一个抽象化的概念,是文化的一个重要面向。道德秩序指向的是整个社会,而不是某个人或某个团体,因此讨论宏观层次道德的时候倾向于将道德等同于文明(Hirschman,1982)。

中观层次的市场指的是以市场作为配置资源的组织形式(Swedberg,2005;波兰尼,2007)。这里的市场立足点在于组织层面,而不去讨论其所处的政治、经济环境。换句话说,市场并非单单出现在市场经济形态下,原始社会也存在用来配置资源的市场。正如《说文解字》中对“市”的解释,“市,为买卖所之也”,其本意为买卖所去的地方。原始的市集贸易活动在阶级社会之前已经出现,之后发展为城邑内的市集,致使“城市”一词连用。而在城外较偏远的地方,因商业的需要自然形成的市称为“草市”。这些或大或小,或城或乡的“市”都是以市场进行资源配置的组织形式,也都隶属于中观层次的研究范畴。无独有偶,作为一种组织形式的市场在西方也是古来有之。“自石器时代后期以来,市场制度已经相当普遍,但对于经济生活而言,其作用只不过是附属性的”(波兰尼,2007:53)。此外,许多学者倾向于分析市场给个体带来的具体影响,比如激励、竞争、货币交易(Bowles & Polania-Reyes,2012;Falk & Szech,2013;Fehr & Gintis,2007)。这些由市场组织带来的具体结果可以归结为微观层次的市场。

阿本德(Abend,2011)讨论道德的概念时提出了稀薄理解(thin

understanding)与厚重理解(thick understanding)^①的两种含义。第一种道德含义是指某一具体(通常是假设的)情境下人们的选择,比如为了救五个人而杀死一个人是否是道德的?这通常是直接的对于善恶与好坏的判断。第二种道德含义是指长期状态下人们的道德认同,其对象不再是单一行动,而是推广到社会制度。这不只包括善恶评价,还包括尊严、虔诚、迷信等诸多带有情绪的态度。简言之,稀薄理解是指特定环境下人们应该做什么,而厚重理解是指一个好人、制度、社会应该是什么样的(Hitlin & Vaisey, 2013)。参考阿本德的分类,可以将中观层次的道德总结为道德的厚重理解,即人们判断以市场作为配置资源的形式是否是合宜的,笔者将之概括为“道德阐释”。而微观层次的道德主要指的是道德的稀薄理解,即某一具体情境下个人关乎好坏的道德选择与行为。

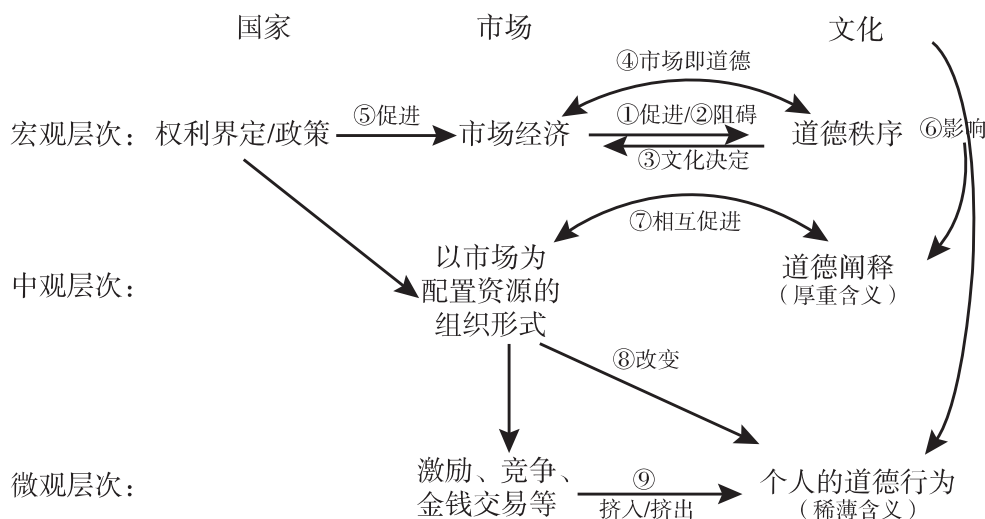


图1 市场与道德三个研究层次的关联机制

依据概念进行分类和述评既能更好地理解各个流派理论的差异,也有助于分析各个理论的贡献与局限性。^②图1归纳了三个层次的研究内容,后文将参照此图展开。^③从图1中可以看出,宏观层次讨论市场经济和道德秩序,中观层次研究市场的组织形式与道德阐释,微观层

① 也可以译作狭义理解与广义理解。

② 值得说明的是,本文的概念区分方法只是一种参考,帮助分析市场与道德的关系研究的异同之处。事实上,并无对市场与道德关系研究分类的绝对标准,也不应该把三个层次完全割裂。

③ 图1中市场与道德的关系是本文研究的重点。因为后面的讨论会涉及到一点国家与市场的关系,故图1中包含了国家,但不作为本文的重点。

次则分析激励、竞争、货币交易等如何影响具体情境下个人的道德选择。三种层次都把市场与道德看作是因果关系的两端,讨论二者之间相互的影响关系,只是指向的层次不同(分别指向社会、组织、个人)。

(二)市场与道德关系研究

1. 宏观层次

宏观层次的第一种观点是市场促进人类道德秩序的进步(如图1中的①)。支持这一论断的解释有两点:(1)市场经济使人们的需要得以满足,这种满足带来人类的自由,个人私利得到满足的同时,产生帮助他人与繁荣社会的结果(Smith, 1994; Boltanski & Thévenot, 2006);(2)自由、竞争的市场能够有效地反对政府的独裁专权以及寡头垄断,保障人们的基本权利,经济自由最终带来政治自由,促进人类文明的发展(Hayek, 1944; Freidman, 1962)。其中第一种解释可以追溯到早期的自由主义者,比如斯密(Smith, 1994: 15)认为市场经济带来的对私人利益的追求与道德并不对立:“我们所期盼的晚餐并不是靠博得肉贩、啤酒商或面包师傅的同情心而来的,而是他们对他们自己的利益追求而来”。

值得一提的是,从《国富论》中可以看出市场是一个兼具具体性和抽象性的概念。一方面,市场是地理上交换活动进行的场所,也蕴含了人与人的经济活动和社会关系,比如“分工的程度受到交换能力大小的限制,换言之受限于市场的广狭”(Smith, 1994: 13);另一方面,市场反映了抽象的价格机制的形成与可能趋势,比如“商品市场价格与自然价格时常是不一致的”(Smith, 1994: 13)。尽管古典经济学家从未忽视对市场与道德的关系研究,但是市场的概念在“边际革命”之后发生了改变,经济学家理解的“市场”不再指产品或服务进行买卖的有形市场,而是一个通过买卖双方自由交易,使得同一种商品的价格实现迅速等值的过程(惠特克, 1974)。由此可见,“边际革命”后的经济学将市场的抽象概念发挥到了极致(沈原, 2007),渐渐不再讨论市场经济与道德秩序、人与人的社会关系等话题,因此主流经济学对于市场与道德的关系研究罕有进展,直到20世纪70年代后期新制度经济学才开始重新审视这一问题。现在大多数学者已经转向中观和微观层次的经验研究。麦克洛斯基(McCloskey, 2006)是当今学界市场促进道德观点的积极捍卫者,她认为市场经济不仅促进了公共道德秩序,更有利于个人美德的培养,商业促进道德是由于陌生人之间通过市场建立商品交换

与人际联系,市场培养了许多资产阶级的美德(*bourgeois virtues*),包括正直、诚实、守时、创新、谦虚和责任。

第二种观点是市场经济阻碍道德秩序的发展(如图1中的②)。与经济学不同的是,马克思把市场作为一种社会机构,即“物的关系”背后折射出的“人的关系”。马克思进而讨论市场经济与道德的关系。他提出自由市场经济建立在生产资料私有制的基础之上,因而商品生产者无法单独实现对商品的控制,而商品化的过程将导致人与人之间的社会关系被物与物之间的经济关系所掩盖(Marx, 1992)。市场经济对社会关系的扭曲是马克思认为市场经济影响道德秩序进步的主要原因。及至20世纪中期,波兰尼进一步讨论了市场经济对道德的破坏力量。波兰尼(2007)指出,市场经济是只受市场控制、调节和指导的经济体制,其基本预期是人类以获取最大的货币所得为目标而行动,生产、货物的分配都由价格而控制,因此任何在市场上买卖的东西都是以交换为目的而生产的,然而诸如土地、货币、劳动力这些在市场上广为交换的商品本来不是为了交换而产生的。如果允许市场机制成为人的命运、自然环境、购买力数量和用途的惟一主宰,那么市场就会导致人类社会与道德秩序的毁灭,即“市场经济的扩张运动”。20世纪末期以来,公共知识领域继承了这一观点,并提供了新的视角与案例来支持它。比如桑德尔(Sandel, 2012)提出了对泛商品化的两个担忧:(1)它带来了更深更广的不平等,因为财富的不平等得以渗透到生活的方方面面,比如无需排队付高价就能买到演唱会前排的座位。(2)商品化腐蚀了美好的意涵,比如付钱给献血者削弱了其无偿奉献的精神。遗憾的是,这些公共知识领域的讨论学术影响力有限,大部分研究市场与道德关系的社会学学者或专注于中观层次的制度研究,或转向后文提到的第三或第四种观点。

上文两种对立的观点均形成于古典时期,由于经济学在主流研究中将道德摒弃,社会学对市场的研究又相对缺乏,所以在很长的时间里,市场与道德关系的研究相对停滞。20世纪70年代中期以后,这一沉寂终于被制度经济学与新经济社会学等打破,部分学者也转向对市场经济与道德动机的微观层次研究。^①制度经济学的代表学者诺斯率先对波兰尼的观点提出质疑。诺斯(North, 1977)认为“定价型市场(*price-making market*)存在的一个先决条件是明确定义和行使的交换

① 后文将会对微观层次研究加以具体讨论,可以参考图1中的⑨。

商品的产权……波兰尼对于市场的定义太过狭窄,其市场概念只是自愿的契约交换的一种形式”。王水雄(2015)一针见血地指出波兰尼错误地将生产要素的交易对象(劳动力、土地等)视为实物,而不是基于物的、人的行使一定实在行为的权利。科斯(Coase, 1960)对于权利的行使做了精当的表达,人们对于生产要素的错误理解是把它们当作生意人获得和使用的物质实体,而非行使某种实在行为的权利,比如一个人拥有土地并将其作为生产要素,但土地所有者实际上拥有的是被圈定的一系列行为的权利。所以笔者认为,劳动力对针对自身劳动力权利的自由支配,其实是得益于市场的发展与产权的界定,这恰恰反映了历史的进步。劳动者可以选择把支配自己劳动力的权利出售给 A 公司或者 B 公司,不断通过学习、进步以提高自己的谈判筹码,甚至拥有成为雇主的权利。从诺斯和科斯的论述中不难看出,只要国家将产权充分界定清楚(如图 1 中的⑤),波兰尼笔下的“源自市场的社会道德的毁灭”就不会出现,而个人的自由与权利却能够不断加强。这一论断强调了国家产权界定对于市场经济促进道德秩序的重要作用。

几乎在同一时间,新经济社会学的复苏促使一部分学者转向市场与道德关系的研究。新经济社会学学者继承了古典社会学“市场是一种社会现象,不能撇开社会谈市场”(Weber, 1978)的观点,更进一步分析文化、制度、习俗对市场的影响(Swedberg, 2005)。古典时期理论认为无论市场是促进还是阻碍道德的发展,市场都肯定具有强有力的影响(如图 1 中的①②)。然而新经济社会学的一些学者则认为市场是无力的(feible market)。市场归根结底仍嵌入于社会的文化、制度、习俗等社会要素中,而道德秩序也属于这些社会要素的一种,市场和经济结构反过来受到道德与文化的影响(如图 1 中的③)。这一派学者常用的研究方法和理论视角是历史比较研究方法。汉密尔顿和比加特(Hamilton & Biggart, 1988)指出,西方基督教世界新教教义的遗产使得个体对权威的服从主要来自于自我控制,而东方儒家思想里个体遵从权威则来自于对上级、长辈的服从。正是由于文化的不同,中国的市场发展呈现出不同于西方的形态,比如中国重视孝道,家族企业兴盛。此外,经济学家格里夫(Greif, 1994)运用历史及博弈论的理论分析文化传统如何决定市场的制度形式:中世纪的马格里布和热那亚都有长距离、大规模的贸易,然而两地由于文化的差别催生了迥然不同的贸易形式。格里夫的研究是一个典型的从宏观到中观、文化决定制度形式的

研究案例。

除此之外,一个最新的观点来自于富尔卡德和赫利(Fourcade & Healy,2007)。他们认为市场即道德,“市场是道德的产物,市场天然存在规范性”(Fourcade & Healy,2007:299),而道德是市场内在的逻辑。这种观点是把市场与道德看作两种动态的变化,二者相互促进,市场经济有利于建构特定的道德阐释,道德反过来促进市场繁荣,最终实现了相互融合(如图1中的④)。这种观点受到了涂尔干文化概念的启发,目前多用于中观层次研究,特别适用于解释一些新兴行业的发展,现已汇集了一部分研究成果。^① 宏观研究目前只停留在一些简单的观点陈述和政策性呼吁,是更为深入的理论建设目前尚待突破。

以上笔者总结了市场经济与道德秩序的几种主要的观点,其中部分归类和例子借鉴了前人的研究(Hirschman,1982;Fourcade & Healy,2007)。一些观点并不只局限于宏观层次,现已广泛地应用于其他层次,后文将会继续讨论不同层次之间观点的承继关系。

2. 中观层次

中观层次的市场是组织层面的。配置资源的主要形式是市场,而不是依靠国家行政指令等其他形式。中观层次的道德是人们判断一个好的社会或制度是否合宜的价值判定。这一判定受到制度环境(如图1中的⑦)和传统文化(如图1中的⑥)的影响。比方说,某个行业客观的市场化发展需要道德的建设,而人们逐渐在道德上认可该行业的商业化,反过来也会促进市场化进程(如图1中的⑦)。由图1可知,⑦的研究思路承继了宏观层次“市场即道德”的观点(如图1中的④)。学者们(Zelizer,1978;Chan,2009a;Livne,2014)主要讨论以市场作为配置资源的形式与其道德阐释是如何相互促进的,包括(1)以市场配置资源赋予商品交换新的文化含义和社会价值,改变人们对市场化道德的解释;(2)道德化阐释的实现反过来推动市场制度的建立。这两种力量处于动态的变化之中。此外,学者们(Reich,2014;Quinn,2008;Turco,2012)还研究了哪些因素影响这一动态过程及其成败。

这一流派主要的代表是泽利泽尔(Zelizer,1978),她研究的对象是20世纪初美国的人寿保险市场。人寿保险是将投保人的死亡作为一种获得经济补偿的方式,这与西方基督教义对死亡的理解产生了冲突。

^① 后文将会对中观层次研究加以具体讨论,可以参考图1中的⑦。

基督徒认为肉体死亡后,上帝将接引他们的灵魂上天堂。如何能够把这样的神圣之事作为获利的工具?然而,20 世纪初美国经历了快速的工业化、城市化和家庭核心化。一旦主要的养家糊口者因为意外过世,其家人及年幼的子女往往难以度日。人寿保险为这样的家庭提供了经济保障。在这种经济环境的推动下,人寿保险行业采取了改变寿险市场道德阐释的宣传策略:(1)保险无碍于灵魂上天堂,而是一种全新的沐浴恩典的宗教仪式,因此购买保险是神圣的,不单单是一种投机行为;(2)保险有利于实现善终(good death),表现了人的智慧与远见卓识,体现了对家庭的责任;(3)保险通过金钱补偿的形式体现了人的不朽(immortality),即便离开人世,依旧能对后人产生影响,为人铭记。通过这样的宣传,原本非道德的人寿保险实现了道德化(moralized),人们逐渐接受以市场的形式来对生老病死、疾病意外进行理性计算,从而推动了寿险行业的蓬勃发展。

利夫尼(Livne, 2014)利用类似的方式来解释 20 世纪末期美国临终关怀机构(hospice)的惊人增长。^①而美国医疗保险系统为临终关怀机构付费是按天计算的(不考虑机构的实际开支),病人开销最大的时期往往是刚刚入院和即将离世时,中间时期开支较小,因此为了平衡收支,临终关怀机构需要尽早接来垂危病人,同时降低病人的护理服务支出。这一经营策略很难被认为是道德的,然而临终关怀行业成功地赋予了这一策略新的解释,重塑了人们对临终关怀的道德化理解:(1)早一点接收病人能够使晚期病人免除去医院接受昂贵、破坏性大却收效甚微的治疗之苦,减轻病人的痛苦与经济负担;(2)减少医疗服务而辅以精神疏导能够鼓励病人平和地接受死亡,认识到死亡是不可避免的,这样的态度面对死亡才是真正的善终。

此外,学者们进一步讨论了制度及文化遗产(如图 1 中的⑥)对这一过程的影响(Reich, 2014; Quinn, 2008)。其中,奎因(Quinn, 2008)研究的是美国两种人寿二级市场,^②莱许(Reich, 2014)则讨论医疗市

① 其机构数目由 1984 年的零家增长到 2008 年的 3400 家左右,接受的病人数量从不到 10 万增长至 100 万左右(Livne, 2014)。

② 人寿保险的二级市场也称为保单贴现市场,即保单贴现人购买其他人的寿险保单而获得保单的收益权,以赚取买价和未来赔付保险的差额,保单转让者可以提前享用这笔贴现额。二级市场包括两种形式:临终者保单贴现(viatical settlement)与高额给付(life settlement)。

场化。二者观点继承宏观层次图 1 中③的思路,即市场的制度形式是嵌入于其所处的文化、制度等社会要素之中。这些研究不单单局限于市场的成立阶段,也扩展到了市场的运作与发展阶段。莱许(Reich, 2014)美国北卡罗来纳州三家医院的市场化进程,指出的道德阐释是由医院成立的历史背景及功能(制度遗产)决定的:(1)如果医院建立时是为了给穷人提供医疗服务,其本身是一种社会权利,市场化的道德挑战在于市场化运营可能会使得医疗服务成为稀缺且昂贵的商品,剥夺了穷人接受医疗服务的权利;(2)如果医院建立时是为了体现医疗服务职业化发展的需求,市场化的道德挑战焦点在于商品化进程可能会削弱医疗服务者高尚的职业精神;(3)如果医院建立时是为了在某一个群体里普及医疗服务,其本来是作为一种公共品而存在,市场运营的道德挑战在于为什么医疗服务成为个人可消费的商品,而不再作为公共服务。

上面的例子皆属于市场发展与道德阐释相互促进的例子,真实世界中,道德阐释可能是失败的,这种失败会进而影响市场制度的建立。托科(Turco, 2012)指出,一个行业的市场发展除了要使行业得到公众舆论认可、建立强劲的市场需求之外,必须同时得到其行业内部人员的认可,否则市场制度难以真正确立。托科以美国的“新妈妈互助成长公司”(Motherhood Inc)为例,总结了两种行业内部导致重塑道德判断失败的原因:其一,行业工作人员的职业兴趣及认同与行业非市场化时期的道德标准相一致;其二,行业原有的道德标准成为广为接受的组织文化。这两种条件下,行业内部容易出现反对市场建立的声音,从业人员普遍认为这一行业的市场化是不道德的,不支持行业的市场化发展。之前市场与道德阐释的研究集中在商品的生产者和消费者之间,而托科的研究转向了商品生产方内部的反对力量。

以上研究讨论了市场的组织形式与道德阐释的动态变化。这一部分研究继承了宏观层次④的思路,目前以质性研究方法为主,是社会学领域研究市场与道德关系的主流阵地。然而,研究范围的限制是这一流派的主要局限。从泽利泽尔开始,许多研究只局限在市场化过程中道德上受到挑战的企业,比如人寿保险行业(Zelizer, 1978; Quinn, 2008; Chan, 2009a)、血液及器官交易市场(Healy, 2000; Steiner, 2008)、临终关怀行业(Livne, 2014)、尸体交易市场(Anteby, 2010)。

事实上,这一局限性根源于市场社会学文化研究的一个经典二分法:是“市场即文化”(market as culture)还是“市场是有文化的”

(market have culture)? 莱文(Levin, 2008)指出“市场即文化”即“构成取向”,其研究起点是市场本身是一种文化现象,劳动要素、艺术、服务、人的身体等需要道德建设或法律认可才能成为市场上的具有经济价值的商品。宏观层次的第四种观点“市场即道德”以及中观层次的“市场化发展需要道德阐释”就是这一观点的延伸。“市场是有文化的”也称为“补充取向”,其研究起点是把文化看作外生于市场的,分析文化如何影响市场的构成、运作与发展(Levin, 2008)。这一取向的重点在于将文化的视角加入对市场的研究,而不否认市场本来作为一种配置资源的经济结构的属性,比如宏观层次的第三种观点“文化影响市场的组织形式”。

这样的概念区分对市场形成了一种截然二分的结果:一些市场天然地属于第一个范畴,比如血液、器官、污染指标、艺术、时尚等等,这些物品从带入市场的那一刻起就面临着商品化的道德阐释;另一些市场则属于第二种,比如金融市场、普通商品市场等高度制度化的市场,道德只是作为影响交换的一个因素,只要交换双方有意、价格合适,市场化可以顺利实现(Levin, 2008)。由于大多数中观层次研究只集中在第一个范畴,因此导致了这一流派的研究局限。

不过近来一些学者提出了“多维进路”(Levin, 2008)来突破研究的局限性。从理论上来看,莱文(Levin, 2008)指出了两种观点截然二分的错误假设:一是假设文化要么构建市场要么影响市场运行,二者不可得兼,二是假设市场一旦建立,就始终处于稳定的状态。事实上,每一种市场都同时存在文化的构成和补充两种机制,市场的建立可能是动态的过程,既没有明确的边界,也没有一成不变的制度形式,此外,一些经验研究成功应用“多维进路”,比如艺术定价市场(Velthuis, 2005)、医疗行业市场(Reich, 2014)、金融市场(MacKenzie, 2006)。莱许(Reich, 2014)一方面讨论了道德阐释有助于医疗服务实现商品化(构成取向),另一方面分析了制度、文化背景影响医疗机构市场化的经营策略与组织架构(补充取向)。另外一个金融市场的例子则是布莱克-舒尔茨模型(Black-Scholes Model, 简称BS模型)与期权交易市场(MacKenzie, 2006)。芝加哥期权交易所率先使用BS模型测算期权的价值,有力地推动了现代期权交易市场的形成(构成取向),同时这一模型也在期权定价的交易中作为估算价值的重要方法(补充取向)。莱文(Levin, 2008:127)指出这里的经济学理论模型可以看作一种文

化(知识),BS模型不仅推动了现代期权市场的形成,也成为了促进期权交易市场运作的重要力量。

不难看出,打破市场与文化概念的二分有利于扩展中观层次的研究范围。所以,这一流派的核心理论问题在于:当市场取代其他方式成为配置资源的组织形式时,道德上将会面临怎样的变化?道德的变化又会对市场的组织形式产生怎样的影响?其中第二个问题反映了道德不应该只影响市场制度构成这一面,过去的研究对这个问题的强调显然不够,也仅仅是莱许(2014)研究的医疗行业较为契合。因此未来学者应该不断从深度与广度上推进这一领域。

3. 微观层次

微观层次研究专注于市场与道德行为的关系。道德行为,即由道德动机(moral motive)外化的具体行为,是人的负载道德意识的现实活动。道德一词并不是价值中立的,而是一种带有肯定意义的规定,所以道德行为就是道德的行为(杨充霖 & 张晓楹,2004)。这些行为可以通过实验室行为实验、田野实验、抽样调查来经验观察。社会科学衡量道德行为主要考察由道德动机推动的可观察的行为,比如合作(Lopez et al., 2012)、信任(Fehr & Rockenbach, 2003)、互惠(Carpenter et al., 2009)、利他(Ariely et al., 2009)等。

希特林和韦西(Hitlin & Vaisey, 2013)指出,比起某单一情境的选择和虚构的环境,社会学学者更关注人们长期的行为与真实的制度设计。随着制度学派的兴起,部分学者尝试建立中观层次和微观层次的联系(如图1中的⑧),讨论市场组织形式对道德行为的影响:如果以市场作为配置资源的主要方式,将对人们的道德行为产生怎样的影响?制度学派强调人们因为市场组织形式的不同而对行为产生不同的理解方式,进而改变其道德选择与行动。道宾(Dobbin, 2001)指出制度会在潜移默化中塑造人们对其所处环境的理解,影响人们的偏好与选择,并且帮助人们通过心理建设来强化这样的认识,建立因果解释机制。弗雷格斯坦(Fligstein, 1996)提出了“控制理念”(conception of control)来解释市场的逻辑是如何帮助人们认识环境、解释环境并采取相应行动的。由于社会学学者的研究兴趣主要在于真实的而非实验室操纵的道德行为,他们格外地关注一种公认而典型的利他行为——献血。

蒂特马斯(Titmuss, 1970)通过比较英、美、日三国的献血制度和献

血行为,认为从血液安全、社会价值、成本控制等方面来比较,自愿无偿献血制度是最佳的选择。究其原因,第一,市场导向的政策会削弱人们的利他精神,破坏献血行为的纯洁性,削弱了部分志在无偿献血的人们的积极性;第二,由于当时检测血液安全的成本过高,以市场作为配置资源的方式降低了血液的质量(因为一些明知自己带有病毒的人们倾向于以次充好而获得经济利益),无偿献血制度以较低的成本挡住了那些明知自己带有病毒的人们。蒂特马斯指出市场化运营的采血机构扭曲了人们对利他行为的解释,削弱道德动机。

同样研究无偿献血行为,赫利(Healy, 2000)利用问卷调查讨论欧洲国家献血制度环境与献血行为的关系。赫利认为献血代表的利他行为是嵌入于献血制度中的,即嵌入式利他主义(embedded altruism)。以市场化运营血液机构的国家,比如丹麦、挪威、意大利,会给献血者提供更多的经济激励,如献血可以抵消一部分医疗保险支出。结果表明,这些国家的献血人群的人口学特征、人均献血率等各项指标差异最大。丹麦、挪威比非市场运营的国家更有效地鼓励献血者多次献血,进而维持了较高的人均献血量。国家运营的献血模式使得人们把献血理解为一生中不可错过的体验,但是较少人成为经常献血者,所以国家运营的献血人群中以单次献血为主,经常献血者比例最少。赫利指出,欧洲国家献血结果的不同不是由于这些国家人们利他主义精神有差别,而是由于不同的制度设计塑造了人们对献血行为的不同解释和参与方式。

各个国家献血制度的差异为我们讨论市场与道德的关系提供了基础。亨里奇等(Henrich et al., 2005, 2010)选择了15个小型社会来讨论市场化水平与道德行为的关系。现如今,市场在全球范围已经作为一种普遍的配置资源的组织形式,探究市场化水平的差异也显得比较困难,因此亨里奇等人选择的是未经历充分市场化的前工业社会。研究中,他们随机邀请15个地区的当地人参加最后通牒博弈实验(ultimatum game)^①。通过比较这些地区的市场整合度^②以及当地人在最后通牒博弈实验中的表现,研究者发现市场整合度水平越高,人们越倾向于公平

① 每组实验有两人,提议人和回应人。实验中,提议人提出分配一笔钱的方案,钱的数量约等于当地一天的平均劳动工资,回应人判断是否接受方案。如果接受,两人按照提议人的方案分配方法,如果不接受,两人什么都得不到。

② 文章中的计算方法是家用燃料从市场上购买的比重。

地分配钱(按照定义,公平分配属于道德的行为)。这一研究表明,市场的制度形式带来的有利于商业联系陌生人之间的信任,因此市场交易是培养人们维持互利商业联系的社会化过程,也因此促进了公平观念的形成。

真实世界中尽管存在市场化差异,但是其资料获取存在一定的困难。因此部分学者立足运用严格控制的实验室环境来分析市场与道德行为的关系。其中,圣塔菲学派^①是最主要的代表。这一流派是经济学学科内自20世纪70年代以来对新古典经济学范式反思的结果。理性人假设是新古典经济学的核心理论假设,但是随着经济学微观基础的博弈论转向,学者们发现在一些著名的博弈案例中,如囚徒困境、公地悲剧等,理性人假设往往无法实现帕累托最优。人们在经济活动中并非只有“个人偏好”,同时也有兼顾他人、群体的“社会偏好”。费尔和金迪斯(Fehr & Gintis, 2007)提出以信念—偏好—约束假设(behavior-preference-constraint hypothesis,简称BPC假设)代替理性假设来解释人们的行为动机,人类行为的动机不仅仅有自利性(self-regarding),还包括重视他人(other-regarding)、重视规范(norm-regarding)的动机。鲍尔斯和波拉尼亚—雷耶斯(Bowles & Polania-Reyes, 2012)认为推动个人道德行为的因素分为内在动机与外在激励,而外在的市场制度、规则、经济激励会对内在道德动机产生影响,笔者接下来重点介绍该文。

鲍尔斯和波拉尼亚—雷耶斯(Bowles & Polania-Reyes, 2012)提出从两个方面来看待经济激励对道德动机的影响。第一种是经济激励改变了人们的内生偏好(endogenous preference),即影响社会偏好的形成及变化过程,进而改变了群体中道德者与自利者的比例,这一机制称为偏好更新。比方说,当更多的人表现出道德倾向时,自利者更容易转为道德者,因为道德行为的收益更高。这里的道德者即表现出道德行为的人,而自利者是只追求个人利益最大化的人。偏好更新机制的重点在于改变的是人们对这两种人的比例的预期。人们的道德行为依赖于对群体道德者与自利者比例的判断。偏好更新过程往往需要长期的积累与互动,并伴随着人们的社会化过程。家庭环境、学校教育、时代背景、人与人的互动都会对这一过程产生影响,比如前文介绍的亨里奇等人关于15个社会的跨地区比较研究,即社会环境(市场化整合度)对人们内在道德动机(公平观念)形成的熏陶作用。

^① 由于几名代表性学者来自美国圣塔菲研究院,所以该学派被称为圣塔菲学派。

另一种是经济激励改变了人们即刻的偏好 (state-dependent preference), 即通过改变行动者对制度设计者及所处情境的判断而改变人们的道德行为。假设人们存在一个初始的内在道德动机, 当面临制度规则、市场激励等外在激励时, 二者共同影响了最终的道德选择。作者提出三种机制: 情境塑造、信息效应、自主性判断。具体而言, 情境塑造指的是市场制度, 比如大规模的市场交易、竞争传达了某种特殊的环境, 进而暗示着某些行为。一项要“小白鼠还是要钱”的实验^①结果表明, 当人们把小白鼠的生命看作可以交易的对象时, 人们倾向于诉诸经济利益, 降低道德感 (Falk & Szech, 2013)。信息效应指的是制度设计表达了多种信息, 包括任务本身、实验中其他参与者对自己的预期等等, 这些信息可能会影响人们的内在道德动机。当信任实验^②中能够惩罚同伴的不合作行为但是人们选择不惩罚时, 人们会倾向于互惠表现, 因为不惩罚的行为传递了信任对方的信息 (Fehr & Rockenbach, 2003)。自主性判断指的是人具有掌控自己选择的愿望, 不希望自己的决策被人为限制。当人们感觉自己无法自由地选择时, 会倾向于表现自私 (Falk & Kosfeld, 2006)。

接下来, 作者总结两种情况下的行为模型, 提出了经济激励促进 (削弱) 道德行为动机的条件和机制, 并对大量经验研究加以分类。这一研究反映了图 1 中的^③, 即激励挤入 (crowd in) 还是挤出 (crowd out) 道德行为,^③继承了宏观层次市场促进抑或阻碍道德发展的命题 (图 1 中的^{①②}), 运用数学模型回答学术界争论已久的经济激励促进还是削弱道德行为的问题。圣塔菲学派的模型研究丰富了古典学派理论争论所欠缺的模型推导, 更提供了大量的经验证据支持。

值得一提的是, 学术界对行为实验方法应用于真实世界时的参考价值尚存质疑, 比如“实验者知道自己在实验中是被人监督和观察的, 与真实世界的行为选择有出入” (Benz & Meier, 2008: 279), “进入实验的参与者本身具有一定的行为倾向, 会扭曲实验结果” (Doty &

① 此实验要求参与者在杀死小白鼠得到一笔钱或是救下小白鼠放弃钱之间选择, 并设计了个人选择、双人和多人通过类似市场讨价还价的形式。三种情况中, 个人选择时小白鼠存活的几率最高, 54% 的实验者选择放弃钱让小白鼠活下去, 而在多人讨价还价情况下, 只有 25% 的实验者选择让小白鼠活下去。

② 信任实验有两位参与人, 发起人决定给回应人一笔钱, 这笔钱将会乘以一个系数 $X (X > 1)$ 给回应人, 回应人再决定返还给发起人一笔钱, 这笔返还的钱也乘以系数 X 。

③ 激励挤入道德指的是经济激励推动道德行为, 而激励挤出道德则是经济激励削弱道德行为。

Silverthorne, 1975:139) 等等。尽管学者们对实验方法褒贬不一,但是行为实验具有随机性、控制条件可操作的优势,有利于确认因果关系 (Shadish et al., 2002),对市场与道德的关系研究具有重要借鉴意义。

制度学派与圣塔菲学派的因变量都是微观层面的道德行为,即人们在特定环境下会做出怎样的关乎道德的选择,比如真实世界中的献血或者是实验室中捐献实验报酬都属于利他行为的范畴,两派学者也都讨论到了经济激励对道德选择环境的影响。笔者总结出表 1 并加以提炼和对比。遗憾的是,这两派由于理论出发点、研究方法、学科背景等的不同,一直以来缺乏学术对话。为加深对微观层次市场与道德关系的理解,笔者认为应该取长补短,综合运用两种方法,一方面运用模型分析、实验的方法从理论和经验上研究市场对道德行为的影响及作用条件,另一方面加强对真实世界、长期状态下的市场与道德关系的考察。其中,田野实验 (field experiment) 可以作为一个重要的发展方向 (List & Gneezy, 2014),既保留了行为实验的优点,又立足于真实环境,提高了研究的外部效度。

表 1 制度学派与圣塔菲学派对比

学派	核心理论	批判对象	研究方法	研究优势	研究局限
制度学派	市场提供制度化的规范和准则,影响人们对所处环境的理解	经济学研究忽视规范、文化的要素	个案研究 问卷调查	来源于真实世界的案例,外部效度高; 研究长期状态中市场与道德的关系	真实的长期、跨国、跨组织研究资料难以获得; 缺乏抽象和一般化的理论与模型分析
圣塔菲学派	BPC 假设 行为博弈假设 演化均衡假设 ^①	理性人假设 经典博弈论 纳什均衡	行为实验 脑成像实验 模型研究	运用模型分析、脑成像分析,科学性较高,可以大量重复验证	道德选择局限于实验室条件,真实世界解释力尚存质疑

(三) 市场与道德的跨学科比较

通过上文的分析,我们可以看出市场与道德的关系研究具有高度

^① BPC 假设、行为博弈假设 (Smith, 1992) 与演化均衡假设 (Kreindler & Young, 2013) 是圣塔菲学派的重要理论假设,其批判的对象分别是新古典经济学的理性人假设、经典博弈论、纳什均衡。详细总结可以参考叶航等的论述 (2013:2-8)。

的跨学科特征。社会学把市场当作一种制度环境,分析人们在这种制度环境中对于道德、规范的判断,以及采取怎样的决策和行为。此外,社会学重视特定的历史、文化环境对这一过程的影响。社会学涉及的分支领域包括市场社会学、制度社会学和合作/亲社会行为研究。其中,市场社会学和制度社会学分别在中观和微观层面进行过阐述,合作/亲社会行为研究的重点在于当个人利益与集体理性冲突时,人们会做出怎样的选择? 辛普森和维勒(Simpson & Willer, 2015)提出了三点社会学的理论基础:规范与规则、声望与地位、关系与网络。本文提到的市场制度、规范、组织形式均隶属于第一点。

经济学把市场作为参数加入理性决策的模型(或 BPC 模型)中分析,以探究人类进行道德决策的发生条件(Fehr & Gintis, 2007; Bowles & Polania-Reyes, 2012)。心理学的研究主要集中分析情绪、性格、价值、直觉等对人类道德判断与行为的影响(Greene et al., 2001; Haidt, 2001),运用脑成像技术探讨道德行为的神经学依据(Greene et al., 2004)。其中,社会困境研究与社会学合作/亲社会行为研究类似,主要分析个人利益与集体理性冲突时人们的选择。心理学学者研究什么样的性格、情绪的人更容易表现出合作、利他等“损己利人”的行为,以及人们为什么会表现出不同的内在道德差异。而社会学更多关注制度设计等外界条件对道德行为的影响,把可能影响人类内在道德的因素加以控制,不讨论究竟是哪些原因导致这些内在差异。

表 2 市场与道德研究的跨学科视角

	社会学	经济学	心理学
理论视角	把市场作为制度环境,人们在这种制度环境中如何解释行为、决策行动	把市场条件作为参数加入模型分析、动态平衡分析	主要分析情绪、性格、直觉等对道德判断/行为的影响
研究领域	市场社会学 制度社会学 合作/亲社会行为研究	行为经济学 实验经济学 神经元经济学	社会困境研究 神经心理学 道德心理学
研究方法	访谈、田野观察 调查数据	模型研究 行为/田野实验 脑成像实验	行为实验 脑成像实验
研究贡献	重视文化、制度的影响;真实案例与田野观察外部效度高	科学性高,解释范围应用广泛	为道德提供神经学原理的支持

续表 2

	社会学	经济学	心理学
研究局限	缺乏抽象化和一般化的理论分析	实验方法外部效度受到质疑	过度强调道德产生的微观机制,缺乏对宏观因素的考察
跨学科视角	(1) 文化传播模型和平衡分析(经济学)与群体中的道德行为动机分布(心理学) (2) 经济激励改变偏好形成的过程(经济学)与社会化过程中精神的习得与改变、人与人之间互动关系(社会学) (3) 内在道德动机(心理学)与外在制度设计(社会学)的交互关系		

表 2 概括了三种学科在研究思路、研究方法、研究贡献、研究局限性上的差异性特征,并进一步总结了几种跨学科研究视角。(1)文化传播模型(Bowles, 1998)和平衡分析(Bowles & Polania-Reyes, 2012)有效地讨论了群体中的内在道德行为动机分布对个人道德行为的影响,借鉴了心理学对人类道德动机的研究成果。(2)经济激励对道德动机影响的第一种情况,与社会学提出的社会化过程类似,涉及到文化、精神的习得与改变(Bowles & Polania-Reyes, 2012)、人与人之间互动关系以及社会网络对道德行为的影响。随着经济学不断重视个人与环境、个人利他性、个人与规范等因素,经济学和社会学的进一步学科对话产生了极大的可能性。(3)越来越多的社会学学者现已转向研究推动道德行为的动机和神经学原理,比如维勒等(Willer et al., 2015)考察究竟是怎样的道德动机造成了两性利他行为的差异,两性利他行为的动机差异超越了以往权利、地位的社会学解释。随着脑神经科学的发展,脑神经成像技术^①为研究道德动机提供了进一步的支持(Greene et al., 2001, 2004),这为社会学与心理学、神经生物学的学科对话奠定了基础。

三、中国市场与道德关系的研究前景

自市场经济改革以来中国社会发生了迅速而深刻的变革。时至

^① 比如功能性磁共振成像(FMRI, functional magnetic resonance imaging),主要通过血液流动检测大脑活动,可以检查当人们做出道德判断时大脑的活动,以及这一过程是否可能受到情绪、直觉等影响。

30年后,中国政府依然强调要以更大的勇气和智慧积极稳妥地从广度和深度上全面推进市场化改革。我们既要借鉴前述研究成果,更需要了解中国与西方的根本性分歧。笔者在图1的基础上进行调整,结合图2来讨论中国与西方市场与道德关系研究的发展方向。

(一)国家角色与转变

针对中国市场经济与道德秩序的讨论,可以借鉴图1或2中①②③④的几种观点。一些伦理学学者对这些西方学术成果都有不同程度的继承和发扬(何中华,1994;杨充霖、张晓楹,2004),也涌现了一些研究中国市场经济与道德秩序的成果(龙静云,1998;龚爱林,2000)。不过,研究新中国市场经济与社会道德的关系需要注意国家的角色及其变化(比较图1与图2中⑤的不同)。对此我们可以分为三个不同的阶段来讨论。

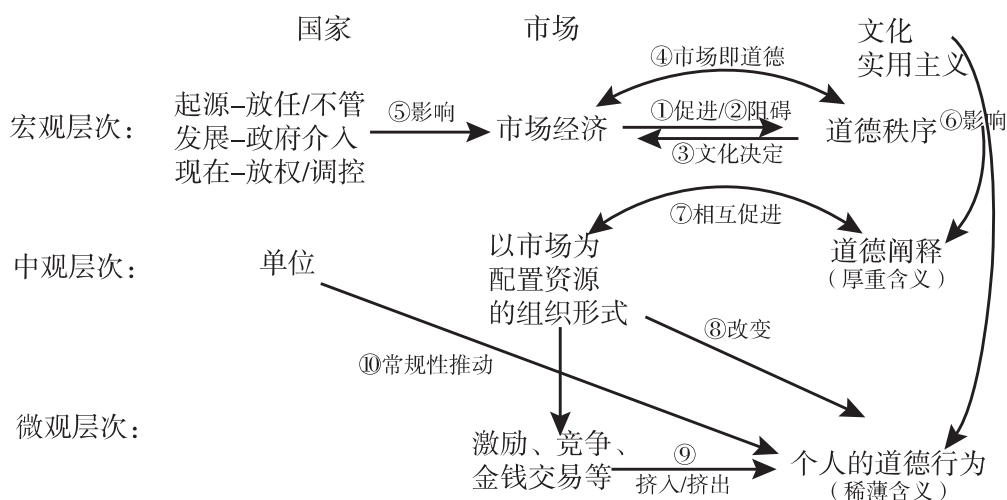


图2 中国市场与道德关联机制的特殊性

第一阶段是从改革开放初到80年代中期。这一时期是“拨乱反正”的阶段,市场经济率先萌芽于各级行政区划的交界处,因为这里最易形成权力和控制的盲区,正是地方政府、乡镇机关的“放任”与“不管”,以及普通民众“摸着石子过河”促成了市场经济的发展(沈原,2007)。这与西方学术界认为市场经济发展时,国家需要建立规则与制度保障市场的顺利运行大不相同(Fligstein,1996;North,1977)。新中国市场的诞生与发展具有很大的偶然性,这一发展过程中,人们逐渐

认识到想要“过上好日子”就要靠“办市场、做生意”(沈原,2007:105)。市场经济带来了富足的希望,推进了道德文明的发展。

第二阶段是从80年代中期到90年代中期。这一时期由于分税制改革,工商业发展与地方政府的财政收入紧紧地结合在一起。地方政府转而开始扶植、介入甚至直接经营乡镇企业,国家与市场的关系形成地方政府法团主义的趋势(Oi,1992)。正因为此,政治精英也从市场化改革中获得了更大的利润(Lin,1995;Bian & Logan,1996),市场经济带来的利益没有普遍地惠及一般民众,反而加剧了社会不平等和动荡,道德文明受到了较大的冲击。面对这一阶段涌现的贫富差距、腐败等问题,人们开始怀疑市场经济取向与社会道德发展的关系。

第三阶段是90年代后期至今。这一阶段国家不断加大市场改革的步伐,从广度和深度上推进市场化,更提出“要使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府的作用”。^①不断深化的市场经济一方面显现出对道德文明的推进力量,比如激发进取精神、强化自主与效率意识、增强民主与法制观念(龙静云,1998);另一方面,也给道德文明提出了新的挑战,比如贫富差距进一步扩大、集体主义道德受到冲击(龙静云,1998)。此外,《决定》指出利用政府的宏观调控力量来减少市场经济的负外部性,比如减少市场经济对生态环境的破坏和保障劳动者、消费者的安全问题。因此国家的角色既包括放权促进市场经济的发展,也表现在要控制市场经济可能带来的削弱道德秩序的负面影响。

以上分阶段概括国家之于市场经济与道德的关系,但是这一领域的研究依然非常欠缺。其原因在于西方理论取向的研究现已较少,缺乏重视中国的同主题研究。同时,由于国家发展需要,许多研究转向德育建设与提升公民道德的政策探讨(龙静云,1998;吴潜涛,2010),没有深入探究市场经济与道德秩序的内在关联。因此,未来研究亟待从学理上探究这一关系,深入分析国家角色的作用。

(二)实用主义文化与道德阐释

西方学术界中观层次的研究对中国有哪些借鉴意义?与图1中⑥

^① 参见中共十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,以下简称《决定》。

类似,中国的市场化道德阐释也受到了中国传统文化价值的影响。此外,高崇(2003)指出,中国20世纪80年代以来的市场经济发展,辅以文化上“不论手段,只看结果”的实用主义逻辑,如大力提倡“致富光荣”、“黑猫白猫,抓住耗子就是好猫”等,经济计算和量化原则不断入侵到婚丧嫁娶、生育选择等社会交往和人际互动之中,使得原本应该主导这些活动的社会规范和文化传统不断受到冲击。因此,笔者特别提出实用主义文化对中国市场化道德阐释的影响(如图2中的⑥)。

陈纯菁(Chan,2009b)对中国人寿保险市场的研究成功地结合了中国传统文化与实用主义逻辑,是讨论中国市场化道德阐释的研究典范。在泽利泽尔的基础上,她提出了文化的两重性,即文化本身除了表示共有的思想、解释与意涵外,还具有工具性(tool-kit)的特征。尽管中国传统价值对保险是抵触的,因为人在世时谈论意外本是不合乎规矩的,但是文化的工具性有助于公众避开这些抵触。这种工具性体现在:(1)中国文化推崇富足享福的老年生活,所以年轻时储蓄意愿强,有防患于未然的心理习惯,保险公司将人寿保险解释为舒适老年生活的保障;(2)保险公司不再把购买保险当作考虑意外的一种行为,而是宣传成管理金钱的手段,使用“收益”、“回本”或者“红利”等实用主义逻辑的字眼。这两种工具性的营销策略,第一点反映了中国传统文化对安度晚年的推崇,第二点反映了中国市场经济发展遵循的利益至上的逻辑。正是由于文化的工具特性,中国人寿保险行业的道德阐释得以设法避开对保险的抵触,实现迅速发展。

以上成果为研究中国市场化改革、产业发展提供了范例。未来研究需要回答:中国的传统文化背景与当下的实用主义文化,对改变市场化的文化涵义和道德理解具有怎样的作用?同时,我们需要借鉴市场社会学文化研究的“多维进路”突破中观层次的范围局限,进一步考察道德阐释的变化、文化传统与中国市场的互动关系。这些市场既包括计划经济时期依靠行政指令、现在改由市场来配置资源的行业,比如房地产、私立中小学,也包括市场改革后涌现的新兴产业,比如人寿保险行业、早教中心行业。

(三)单位制与道德行为

西方学术界微观层次的研究对中国的借鉴意义何在?我们可以借鉴制度学派以无偿献血为代表来讨论(如图2中⑧)。中国不同地区

的采供血机制面临着不同的运营方式和市场倾向。比如周延风等(2008)就从信息收集、信息传播、信息反应来衡量采供血机构的市场化水平。此外,不同地区的献血机构推出了一些特有的(非)经济激励措施,比如2014年浙江省提出荣获国家无偿献血奉献奖(累计4000毫升以上)即可享受“三免费”。^①未来我们可以进行两方面的研究:一是收集不同市场导向、有无(非)经济激励的采供血机构的采血数据,进行跨地区横向比较,探究不同市场化程度,或者(非)经济激励对无偿献血行为的影响;二是收集激励政策出台前后的献血数据,进行跨时间纵向比较,研究人们献血行为的变化。这些数据目前在部分省市级血液中心的网站上皆有公示,需要研究者搜集、整理、编码和分析。

除此之外,我们可以考虑中国特有的组织形式——单位对道德行为动员的影响。改革前,单位在中国城市生活中是再分配体制的组织基础,不仅构成社会控制的基本手段,也为组织动员提供了重要的载体(路风,1989)。单位制下的道德行动(比如捐款)都是由单位统一组织的。然而随着市场化改革与单位制的弱化,其组织动员道德行动的能力是否会发生变化?毕向阳等(2010)认为,体制内由于路径依赖性,动员往往任务化、常规化。对于公益行为而言,这样的组织情境和动员结构固然提高了参与的普遍性,但也会让个体形成较为稳定的预期,分解个体捐助潜力。对此,我们提出:与体制外相比,单位动员的影响是否能够更有效地推动亲社会行为?单位动员的影响对于不同代际、地区、背景的人可有差异?回答上面的问题需要大规模调查数据的支持。毕向阳等(2010)结合2009年希望工程捐款数据发现,体制内群体由于受到单位动员的机会更多,捐助次数较多,而体制外的群体单次捐助额度较高,捐助次数较少,不过体制内外捐赠总额却不存在显著差异。因此,我们称单位动员的机制为“常规性推动”,主要体现在推动道德行动的参与人数与次数(如图2中⑩)。然而,目前对于单位如何影响市场与道德关系的研究尚显不足。一来缺乏抽象层次较高的理论分析框架,特别是缺乏单位制与道德动机的深入探讨,比如人们解释单位动员和自发的道德行为的情境有何不同;二来针对现有调查数据的分析也未深入展开。这两方面将是未来微观层次研究推进的重点。

^① 三免费包括免费游览政府投资主办的公园、旅游风景区等场所,到非营利性医疗机构就诊免交门诊诊查费,免费乘坐城市公共交通工具。

总之,中国市场与道德的关系研究对于我们理解学术界市场与道德关系演进、当今中国市场发展具有重要的理论和现实意义。本文希望通过评述、反思和借鉴西方研究成果,比较中西差异,为中国研究提出一些待检验的命题,推进这一研究议题的发展。

参考文献:

- 毕向阳、晋军、马明洁、何江穗,2010,《单位动员的效力与限度》,《社会学研究》第6期。
- 波兰尼,卡尔,2007,《大转型:我们时代的政治与经济起源》,冯钢、刘阳译,杭州:浙江人民出版社。
- 高崇,2003,《文化约束与中国社会市场化经验:韦伯命题及其启发意义》,高崇、刘志军主编《经济社会学与市场化浪潮中的中国》,香港:香港树仁大学出版社。
- 龚爱林,2000,《变革中的道德——当前我国伦理道德发展的变化、问题及对策研究》,长沙:湖南教育出版社。
- 何中华,1994,《试谈市场经济与道德的关系问题》,《哲学研究》第4期。
- 惠特克,埃德蒙,1974,《经济思想流派》,徐宗士译,上海:上海人民出版社。
- 龙静云,1998,《治化之本:市场经济条件下的中国道德建设》,长沙:湖南人民出版社。
- 路风,1989,《单位:一种特殊的社会组织形式》,《中国社会科学》第1期。
- 沈原,2007,《市场、阶级与社会——转型社会学的关键议题》,北京:社会科学文献出版社。
- 王水雄,2015,《“为市场”的权利安排 VS. “去市场化”的社会保护——也谈诺思和波兰尼之争》,《社会学研究》第2期。
- 吴潜涛,2010,《当代中国公民道德状况调查》,北京:人民出版社。
- 杨充霖、张晓楹,2004,《市场与良心——论市场经济的道德内涵》,《哲学研究》第3期。
- 叶航、陈叶烽、贾拥民,2013,《超越经济人:人类的亲社会行为与社会偏好》,北京:高等教育出版社。
- 周延风、罗文恩、黄光,2008,《中国非营利组织市场导向与前因变量关系研究——以广东、浙江、新疆三省采供血机构为实证样本》,《武汉大学学报(哲学社会科学版)》第2期。
- Abend, G. 2011, “Thick Concepts and the Moral Brain.” *European Journal of Sociology* 52(1).
- Anteby, M. 2010, “Markets, Morals, and Practices of Trade: Jurisdictional Disputes in the US Commerce in Cadavers.” *Administrative Science Quarterly* 55(4).
- Ariely, D., A. Bracha & S. Meier 2009, “Doing Good or Doing Well? Image Motivation and Monetary Incentives in Behaving Pro-socially.” *American Economic Review* 99(1).
- Benz, M. & S. Meier 2008, “Do People Behave in Experiments as in the Field? —Evidence from Donations.” *Experimental Economics* 11(3).
- Bian, Y. & J. R. Logan 1996, “Market Transition and the Persistence of Power: The Changing Stratification System in Urban China.” *American Sociological Review* 61(5).
- Boltanski, L. & L. Thévenot 2006, *On Justification: Economies of Worth*. New Jersey: Princeton University Press.
- Bowles, S. 1998, “Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and Other

- Economic Institutions.” *Journal of Economic Literature* 36(1).
- Bowles, S. & S. Polania-Reyes 2012, “Economic Incentives and Social Preferences: Substitutes or Complements?” *Journal of Economic Literature* 50(2).
- Carpenter, J., S. Bowles, H. Gintis & S. H. Hwang 2009, “Strong Reciprocity and Team Production: Theory and Evidence.” *Journal of Economic Behavior and Organization* 71(2).
- Chan, C. S. C. 2009a, “Invigorating the Content in Social Embeddedness: An Ethnography of Life Insurance Transactions in China.” *American Journal of Sociology* 115(3).
- 2009b, “Creating a Market in the Presence of Cultural Resistance: The Case of Life Insurance in China.” *Theory and Society* 38(3).
- Coase, R. H. 1960, “Problem of Social Cost.” *Journal of Law and Economics* 3.
- Dobbin, Frank 2001, “Why the Economy Reflects the Polity.” In Mark Granovetter & Richard Swedberg (eds.), *The Sociology of Economic Life*. Boulder: Westview Press.
- Doty, R. L. & C. Silverthorne 1975, “Influence of Menstrual Cycle on Volunteering Behavior.” *Nature* 254.
- Falk, A. & M. Kosfeld 2006, “The Hidden Costs of Control.” *American Economic Review* 96(5).
- Falk, A. & N. Szech 2013, “Morals and Markets.” *Science* 340(6133).
- Fehr, E. & H. Gintis 2007, “Human Motivation and Social Cooperation: Experimental and Analytical Foundations.” *Annual Review of Sociology* 33.
- Fehr, E. & B. Rockenbach 2003, “Detrimental Effects of Sanctions on Human Altruism.” *Nature* 422(6928).
- Fligstein, N. 1996, “Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Markets.” *American Sociological Review* 61(4).
- Fourcade, M. & K. Healy 2007, “Moral Views of Market Society.” *Annual Review of Sociology* 33.
- Friedman, M. 1962, *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Greene, J. D., R. B. Sommerville, L. E. Nystrom, J. M. Darley & J. D. Cohen 2001, “An fMRI Investigation of Emotional Engagement in Moral Judgment.” *Science* 293(5537).
- Greene, J. D., L. E. Nystrom, A. D. Engell, J. M. Darley & J. D. Cohen 2004, “The Neural Bases of Cognitive Conflict and Control in Moral Judgment.” *Neuron* 44(2).
- Greif, A. 1994, “Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies.” *Journal of Political Economy* 102(5).
- Haidt, J. 2001, “The Emotional Dog and Its Rational Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment.” *Psychological Review* 108(4).
- Hamilton, G. G. & N. W. Biggart 1988, “Market, Culture, and Authority: A Comparative Analysis of Management and Organization in the Far East.” *American Journal of Sociology* 94.
- Hayek, F. A. 1944, *The Road to Serfdom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Healy, K. 2000, “Embedded Altruism: Blood Collection Regimes and the European Union’s Donor Population.” *American Journal of Sociology* 105(6).
- Henrich, J., R. Boyd, S. Bowles, C. Camerer, E. Fehr, H. Gintis & D. Tracer 2005, “‘Economic Man’ in Cross-cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-scale Societies.”

- Behavioral and Brain Sciences* 28(6).
- Henrich, J. , J. Ensminger, R. McElreath, A. Barr, C. Barrett, A. Bolyanatz & J. Ziker 2010, "Markets, Religion, Community Size, and the Evolution of Fairness and Punishment." *Science* 327(5972).
- Hirschman, A. O. 1982, "Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive, or Feeble?" *Journal of Economic Literature* 20(4).
- Hitlin, S. & S. Vaisey 2013, "The New Sociology of Morality." *Annual Review of Sociology* 39(1).
- Kreindler, G. E. & H. P. Young 2013, "Fast Convergence in Evolutionary Equilibrium Selection." *Games and Economic Behavior* 80.
- Levin, P. 2008, "Culture and Markets: How Economic Sociology Conceptualizes Culture." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 619(1).
- Lin, N. 1995, "Local Market Socialism: Local Corporatism in Action in Rural China." *Theory and Society* 24(3).
- List, J. & U. Gneezy 2014, *The Why Axis: Hidden Motives and the Undiscovered Economics of Everyday Life*. New York: Random House.
- Livne, R. 2014, "Economies of Dying: the Moralization of Economic Scarcity in US Hospice Care." *American Sociological Review* 79(5).
- Lopez, M. C. , J. J. Murphy & J. M. Spraggon 2012, "Comparing the Effectiveness of Regulation and Pro-Social Emotions to Enhance Cooperation: Experimental Evidence from Fishing Communities in Colombia." *Economic Inquiry* 50(1).
- MacKenzie, D. 2006, *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*. Cambridge: MIT Press.
- Marx, K. 1992, *Capital: A Critique of Political Economy, Vol I*. London: Penguin Books.
- McCloskey, D. N. 2006, *The Bourgeois Virtues: Ethics for An Age of Commerce*. Chicago: University of Chicago Press.
- North, D. C. 1977, "Markets and Other Allocation Systems in History: The Challenge of Karl Polanyi." *Journal of European Economic History* 6(3).
- Oi, J. C. 1992, "Fiscal Reform and the Economic Foundations of Local State Corporatism in China." *World Politics* 45(1).
- Quinn, S. 2008, "The Transformation of Morals in Markets: Death, Benefits, and the Exchange of Life Insurance Policies." *American Journal of Sociology* 114(3).
- Reich, A. D. 2014, "Contradictions in the Commodification of Hospital Care." *American Journal of Sociology* 119(6).
- Sandel, M. J. 2012. *What Money Can't Buy: the Moral Limits of Markets*. New York: Macmillan Publishing.
- Shadish, William R. , T. D. Cook & D. T. Campbell 2002, *Experimental and Quasi-experimental Designs for Generalized Causal Inference*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Simpson, B. & R. Willer 2015, "Beyond Altruism: Sociological Foundations of Cooperation and Prosocial Behavior." *Annual Review of Sociology* 41.

- Smith, A. 1994, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. New York: Modern Library.
- Smith, V. L. 1992, "Game Theory and Experimental Economics: Beginnings and Early Influences." *Towards A History of Game Theory* 22(5).
- Steiner, P. 2008, "Beyond the Frontier of the Skin: Blood, Organs, Altruism and the Market." *Socio-Economic Review* 6(2).
- Swedberg, R. 2005, "Markets in Society." In N. Smelser & R. Swedberg(eds.), *The Handbook of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton University Press.
- Titmuss, R. M. 1970, *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*. London: George Allen & Unwin.
- Turco, C. 2012, "Difficult Decoupling: Employee Resistance to the Commercialization of Personal Settings." *American Journal of Sociology* 118(2).
- Velthuis, O. 2005, *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press.
- Weber, M. 1978, *Economy and Society*. Oakland: University of California Press.
- Willer, R. , C. Wimer & L. A. Owens 2015, "What Drives the Gender Gap in Charitable Giving? Lower Empathy Leads Men to Give Less to Poverty Relief." *Social Science Research* 52.
- Zelizer, V. A. 1978, "Human Values and the Market: The Case of Life Insurance and Death in 19th-century America." *American Journal of Sociology* 84(3).

作者单位:香港中文大学社会学系
责任编辑:杨 典