

宗教信仰与信任：一个实验经济学的研究

夏巍巍 罗俊 叶航 夏维森

【摘要】本文采用实验方法研究宗教信仰对个人信任行为的影响。本文首次以佛教徒、基督教徒、穆斯林和非宗教信仰者四类群体为研究对象进行信任实验,并通过虔诚度问卷调查,全面分析宗教影响个体信任行为的内在机制。研究表明:(1)当把三类宗教被试合并为一个整体时,其与非宗教信仰者在信任行为上没有显著差异,也不存在明显的组间效应;(2)但这三类宗教被试之间的信任行为确实存在显著差异,而且组间效应也明显不同;(3)宗教虔诚度降低了宗教被试的信任水平和可信任水平;(4)宗教虔诚度也会降低宗教信仰者组内的信任水平、但提高了组间的可信任水平。

【关键词】信任实验;宗教属性;宗教虔诚度;组间效应

【作者简介】夏巍巍,浙江大学经济学院博士研究生,浙江财经大学经济学院讲师;罗俊(通讯作者),浙江财经大学经济学院,博士,副教授,硕士生导师;叶航,浙江财经大学经济行为与决策研究中心,教授,博士生导师;夏维森,湘潭大学数学与计算机科学学院,本科生。

【原文出处】《中国经济问题》(厦门),2021.1.125~141

【基金项目】本文获浙江省哲学社会科学规划项目(19NDJC155YB)和国家自然科学基金项目(72073117、71703145)的资助。

一、引言

近年来,随着实验经济学的蓬勃发展,研究者已经广泛观察到人类所具有的各种亲社会行为。这些亲社会行为表明人们不仅对物质性激励有反应,也会对利他、公平、信任、合作等关于社会伦理性价值判断的内在激励有反应。而这些亲社会行为往往能够促进经济的发展,例如信任能够促使交易双方以较低成本分享信息,是正式交易规则和制度发挥作用的前提,也是交易扩张、企业成长和经济繁荣的基础(郭熙保等,2003;陆铭等,2008)。同时,信任是合作和社会协调的基础,可以提高团队的合作效率,是促进人们进行合作的一个系统性因素,信任和合作作为社会资本的核心内容有着深刻的内在联系(Blau,1964;Lawler,1992;Ledyard,1995)。

现有研究表明,信任等亲社会行为不仅会受到年龄、性别等人口因素的影响,与社会环境、社会制度也紧密相关(Delfey & Newton,2003)。在各种社会

文化背景中,宗教信仰是一个关键性的影响因素(Zak & Knack,2001;阮荣平等,2010)。目前实验经济学利用行为实验研究宗教对个人信任行为的影响,并取得了一些成果。Fehr et al.(2003)发现天主教徒的信任程度高于普通人;Tan & Vogel(2008)发现更虔诚的天主教徒被试之间存在相互更高的信任水平。

相比国外研究的不断成熟,我国在宗教经济学领域的研究还非常有限,关于宗教的实验经济学研究更是少之又少。与西方宗教具有制度化特征不同的是,中国传统宗教多以弥漫化宗教(diffused religion)为主(杨庆堃,2007),即中国传统宗教与世俗社会间的边界模糊,且与世俗制度及社会秩序有千丝万缕的联系。此外,西方社会大多是一神教(如基督教、天主教、伊斯兰教),具有明显的排他性;中国传统宗教往往是多神教而不具有排他性,所以以西方的研究成果很难形成对中国宗教的正确理解。

本论文通过采用实地实验、调查问卷、实证分析等研究方法,以中国目前最主要的三种宗教:佛教、基督教和伊斯兰教的信仰者作为被试,通过信任实验检验宗教对个人信任行为的影响,是对现有宗教的实验经济学发展的推动和补充。它帮助人们从微观层面认识宗教通过影响个体行为决策进而影响经济的运行机制,理解宗教徒行为背后的偏好动机,加深人们对宗教价值观和宗教组织影响信任行为模式的认识。

二、文献综述

近年来兴起的宗教实验经济学研究利用行为实验研究宗教对个人信任行为的影响,并取得了众多成果。Fehr et al.(2003)对429名随机选取的德国人进行信任实验。结果显示天主教徒做委托人支付的金额超过其他人,新教徒做委托人时行为与普通人无差别,所有人做代理人时行为无差别。即从宗教属性看,天主教徒的信任水平较高,但可信任水平与其他人无差别。实验用每月去教堂的次数测量宗教虔诚度,发现其对信任无影响。Bellemare & Kroger(2007)进行了类似的实验,实验中关于宗教指标只有宗教属性,包括天主教、新教和无宗教。实验结果显示,无论是委托人还是代理人,宗教属性对其信任行为都没有影响。相比而言,人口统计因素对被试行为的影响更大。类似的文献还包括Anderson et al.(2010),选取144名美国大学生作为被试,用自我报告的方式显示被试的宗教属性,以每月参加宗教服务的次数作为虔诚度的表示。从实验结果看,不管是宗教属性,还是参加宗教服务的次数都对被试的信任行为没有任何影响。

Karlan(2005)对秘鲁接受小额信用贷款的农村女性分别进行了信任实验和公共品实验。以是否去教堂作为宗教属性的判别,以距离最近一次去教堂的时间作为虔诚度的衡量。从信任实验的结果看,被试的宗教特征,不管是否去教堂还是距最后一次去教堂的时间,在被试承担任何角色下都不影响其行为。而且,根本不去教堂的代理人和最近没有去教堂的委托人转给对手的金额更多。

从以上文献可以看出,在采取自我报告宗教属性和以参与日常宗教活动作为对宗教虔诚强度衡量

的依据时,虽然某个宗教对某单个行为有影响,但从整体看,宗教对信任行为的影响是相对有限的。

也有研究用多维度测量工具代替单日的日常宗教参与度这个指标,发现宗教信仰强度的不同确实影响到个体的行为。刘盈曦和梁捷(2016)以Gneezy(2005)欺骗博弈实验(Liar Game)为基础,研究宗教信仰强度对信任行为的影响。作者在实验中加入宗教信仰控制(DeJong et al.(1976)的多维度工具量表),研究宗教信仰强度对个人信任和欺骗行为的影响。结果表明,宗教信仰能促进信任、减少欺骗;宗教信仰强度高的群体和无宗教信仰群体在信任和欺骗方面的行为差异显著,而宗教信仰强度低的群体的行为介于两者之间;宗教对欺骗和信任行为既存在信仰效应、又存在身份认同效应(刘盈曦和梁捷,2016)。

此外,有些研究发现宗教信仰影响下的行为存在组间歧视。Tan & Vogel(2008)用一个包括各种随机的关于宗教和干扰问题的调查问卷测量被试的虔诚度,并在接下来的信任实验里将此信息告知实验的双方。在实验中,委托人转给代理人的金额受代理人虔诚度的影响,虔诚的代理人更被信任,尤其对虔诚的委托人来说;同样,代理人返还给委托人的金额也随委托人的虔诚度而提高。即更虔诚的天主教徒被试之间存在相互更高的信任。

Johansson-Stenman et al.(2009)对孟加拉农村的穆斯林和印度教家庭户主随机抽样进行问卷调查和信任实验,用宗教参与度(作礼拜的频率)测量虔诚度。在信任实验中,宗教属性和虔诚度对被试的行为都没有影响。问卷调查显示,双方都对同信仰者更信任;作为少数派,印度教徒对社会整体的信任感较穆斯林低,但对穆斯林的信任感超过穆斯林对印度教徒的信任感。作者的解释是这两种方法测量的是信任的不同方面,问卷调查中的信任可能包含的涵义更多。Johansson-Stenman et al.(2013)进一步对信任的测量方法进行研究。通过继续对孟加拉农村随机样本进行关于信任的标准GSS(the General Social Survey)问卷调查和信任实验,作者发现信任实验中代表信任程度的投资额水平与其它研究中的表现相当,而问卷调查体现的信任水平远低于其它研究。尽管这两种测量信任的方法结果相差很多,但

作者认为这两种测量方法在某种程度上都能反映信任,而且认为影响信任实验中委托人和代理人的行为更多的是动机,但这些动机无法直接从人们的行为中推断出来。

Gupta et al.(2013)和 Chuah et al.(2013)继续对印度教徒和穆斯林的信任行为进行研究。Gupta et al.(2013)招募孟加拉国和印度的孟加拉邦两地的印度教徒、穆斯林和普通人作为被试。作者发现社会地位对行为的影响大于宗教;两地的少数派做委托人时表现出组内偏见;多数派做代理人表现出组外偏见,所以少数派在两地都是受益者。在信任实验里作为委托人,宗教徒比非宗教徒有明显的组内偏见;作为代理人非宗教徒表现出明显的组外偏见。

Chuah et al.(2013)对随机选取的129名孟买城市居民进行信任实验和问卷调查,实验结果与 Johansson-Stenman et al.(2009)相反,印度教徒和穆斯林之间存在歧视。作为委托人的印度教徒和穆斯林对同宗教的代理人付出的比对异教徒多,但作为代理人时却不存在这样的差异。印度教徒做委托人时付出的总比穆斯林做委托人时多,不管对方是同教者还是异教者;印度教徒的代理人返还额都比穆斯林多,不管对方的身份如何。也就是说,总体来看,作为多数派的印度教徒的信任和可信任水平都高于穆斯林。

综合上面的文献可以看到,目前研究存在的局限性主要有两点:第一,现有研究对于宗教虔诚度的测量过于简单,无法真实反映被试的宗教信仰强度;第二,现有研究都是选用国外的被试,以基督徒、穆斯林为主,由于前文论述的中国传统宗教文化与西方宗教文化之间的明显差异,使得这些结论对于我国的借鉴意义可能非常有限。所以本文以中国主流的三大宗教徒——佛教徒、基督徒、穆斯林为实验被试,不仅选用宗教的综合虔诚度指标,还选用内在/外在取向虔诚度和原教旨主义虔诚度从不同维度研究宗教对信任行为的影响,从而能够更为全面地揭示宗教通过影响个体行为决策进而影响经济的微观运行机制。

本文结构安排如下:第二部分是文献综述;第三部分是实验设计与实施,介绍实验的思路和具体操作流程;第四部分对实验结果从三个层面展开分析,

首先分析宗教属性对信任行为的影响,其次分析宗教虔诚度对信任行为的影响,第三层次分析宗教的组间效应及其影响因素;第五部分是结论,归纳本文主要内容。

三、实验设计与实施

(一)实验局设置

1. 实验流程

实验被试设定为佛教徒、基督教徒、穆斯林和非宗教徒,宗教徒被试主要通过宗教团体的帮助,随机向宗教徒发送招募传单,宗教徒被试自愿报名,有来自全国各地区的被试在线上完成实验;非宗教徒通过网络随机招募。招募来的被试在微信中按身份建立4个微信群,实验员首先在群中发出《身份确认表》的链接要求被试填写,这个表中除了有关于宗教信仰的选择之外还混杂了关于历史、哲学、经济、社会等各方面的题目,目的是避免被试猜测实验的意图从而影响实验的准确性。让宗教徒填写这个表是进一步确认他们的宗教身份;让非宗教徒填写这个表是需要从中剔除有宗教信仰的人,保证留下来的都是没有任何宗教信仰的人。确认后的被试保留,没有确认的被试支付5元作为激励。

接着实验员在微信群中进行实验说明,确保每一位实验被试都理解实验的内容和操作方法,并且对实验被试进行实验问题测试,主要为了帮助实验被试更好地理解实验中收益支付的计算,从而更好地在实验中决策。只有通过测试的被试才能参加正式的实验,没有通过测试的被试仍支付5元作为激励。实验员还会告知整个实验过程的匿名性,即实验对象在整个实验过程中是完全匿名的,实验不会要求记录其姓名,其个人信息和决策信息也不会与姓名有任何联系。同时实验员还要提醒实验被试在实验过程中不允许有任何形式的沟通。

将通过测试的佛教徒、基督教徒、穆斯林分别随机保留60人,再将这60人分别分成6个小组,每一小组10人,则三类宗教徒一共是18个小组,共计180人。非宗教徒保留100人,也按10人一组,分成10组。于是所有的被试一共被分为28个小组,每个小组10人,为这28个小组建28个微信群。然后按照佛教徒—佛教徒、佛教徒—基督教徒、佛教徒—穆斯

林、佛教徒—非宗教徒、基督教徒—基督教徒、基督教徒—穆斯林、基督教徒—非宗教徒、穆斯林—穆斯林、穆斯林—非宗教徒、非宗教徒—非宗教徒的顺序,将20个小组两两组合,组成10个实验组,每组20人,这10个实验组将参与公开宗教身份的实验。另外8个小组按照佛教徒—非宗教徒、基督教徒—非宗教徒、穆斯林—非宗教徒和非宗教徒—非宗教徒的顺序也两两组合形成4个实验组,这4个实验组参与的是隐匿身份的实验。

在信任博弈实验开始之前,实验员会在被试所在的微信群里发布实验说明,为保证在整个实验期间被试不能交流,实验员要求有疑问的被试通过私信的方式与实验员沟通。等确认大家都没有问题后,实验员首先将实验问卷的链接发送到微信群里,请每一位被试点击链接进入问卷星网站进行填写,为了防止被试看到后面的题目时出于补偿等心理去修改前面的答案,实验问卷被设计成不能向前翻页、只能向后翻页。

当所有被试完成实验问卷并提交后,实验员再发送包括宗教虔诚度和人口统计信息的调查问卷,这样做的目的是防止一次性发送时可能有的被试先做虔诚度调查问卷,再做实验问卷,那么调查问卷的题目相当于对被试进行了宗教暗示,会影响被试在实验问卷中的行为。

两份问卷都完成并提交后,实验员在微信群里宣布实验结束,然后由另外的实验员进入问卷星网站收集数据,并将两个小组的数据随机匹配,生成每个人实验的最后收益,并将收益通过微信转账的方式支付给每一个被试,支付收益的时间保证在实验结束后两小时以内。整个实验的开展得到浙江大学跨学科社会科学研究中心和浙江财经大学经济行为与决策研究中心实验伦理委员会的批准。

2. 实验内容

实验问卷包括2个题目:

(1)计算机将在你们两人中随机选一人给20元钱。如果您被选中获得20元钱,您愿意分给对方多少元钱?计算机会将您分给对方的钱翻一番给对方,并由对方决定再返还给您多少钱。[输入0到20的数字]

(2)如果您没有被选中获得20元钱,那么根据对方分给您的钱数,您愿意返还给对方多少元钱?如果您的答案超过了您在这个实验任务中得到的钱数,计算机将认为您选择了全部返还。[输入0到40的数字]

若对方分给您1元钱,即您得到2元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您2元钱,即您得到4元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您3元钱,即您得到6元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您4元钱,即您得到8元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您5元钱,即您得到10元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您6元钱,即您得到12元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您7元钱,即您得到14元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您8元钱,即您得到16元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您9元钱,即您得到18元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您10元钱,即您得到20元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您11元钱,即您得到22元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您12元钱,即您得到24元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您13元钱,即您得到26元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您14元钱,即您得到28元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您15元钱,即您得到30元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您16元钱,即您得到32元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您17元钱,即您得到34元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您 18 元钱,即您得到 36 元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您 19 元钱,即您得到 38 元钱,您愿意返还的额度是:_____

若对方分给您 20 元钱,即您得到 40 元钱,您愿意返还的额度是:_____

第 1 题是让被试以委托人的身份对 20 元的初始禀赋进行分配,即支付投资额。第 2 题是让被试从代理人的角度对对方的每一个可能的分配额做出反应,即决定返还给对方的额度,从而构成一个完整的信任实验。投资额体现了被试的信任水平,即信任他人的程度;返还额反映了被试的可信任水平,即值得被信任的程度。

关于宗教属性对信任行为的影响,根据现有文献的研究结果,本文提出假设 H1:

H1:宗教徒的信任水平和可信任水平均高于非宗教徒。

3. 宗教虔诚度调查问卷

虔诚度调查问卷主要测量被试的宗教虔诚度,这里选用了 Rohrbaugh & Jessor(1975)的综合虔诚度量表、Gorsuch & Mcpherson(1989)的 I/E-R Scale 量表以及 Altemeyer & Hunsberger(1992)的原教旨主义虔诚度量表。调查表的具体内容略。

Rohrbaugh & Jessor(1975)的综合虔诚度量表从宗教知识(knowledge)、宗教信仰(belief)、宗教实践(practice)、宗教体验(experience)和宗教果效(effects)五个方面全面测量被试的宗教虔诚度,被认为适用于多宗教样本的分析(Hill & Hood, 1999)。

Gorsuch & Mcpherson(1989)的 I/E-R Scale 9 级量表从内在取向和外取向两个维度去测量被试的虔诚度。内在取向的信仰者强调宗教的精神性,更专注于宗教本身;而外取向的信仰者倾向于将信仰作为追求精神慰藉、社会地位等其他事物的工具。以往研究者普遍认为内在取向的信仰者会比外取向的信仰者更具有利他性及亲社会倾向(董梦晨等, 2015)。

Altemeyer & Hunsberger(1992)的原教旨主义虔诚度量表测量被试宗教信仰的原教旨主义强度,即坚定相信自己的信仰并严格遵循自己宗教的原教

义、反对一切与原教义不同的理念的程度,该测量表中有一半的题目都涉及对其他宗教的看法,也被认为适用于跨宗教研究(Hunsberger, 1996)。本文据此提出假设 H2 和 H3:

H2:宗教综合虔诚度高的被试的信任水平和可信任水平均高于虔诚度低的被试;内在取向虔诚度高的被试其信任水平和可信任水平均高于外在取向虔诚度高的被试。

H3:宗教被试的信任行为存在组间效应,原教旨主义虔诚度高的宗教徒对组内成员的信任水平和可信任水平均高于面对组外成员时的水平。

(二)实验实施及描述性统计

实验于 2017 年 5 月进行,实验参与者共有 280 人,其中三类宗教徒各 60 人,非宗教徒 100 人。实验时间在 1 小时左右,实验结束后,被试的平均收益在 65 元左右。

下页表 1 是所有被试者人口特征的描述性统计。实验被试的平均年龄是 37.58 岁,其中 40% 是男性,平均受教育程度大专以上,家庭年收入 6 万—12 万元,75% 的被试已婚。

四、实验分析

(一)宗教属性对信任行为的影响

实验结果如下页表 2 所示。其中由于返还额是对 1 到 20 元的投资额一一进行返还的,所以用平均返还率可以更直观地反映被试的可信任水平。此处的分析集中在两点:第一,宗教徒和非宗教徒在信任实验中的行为是否相同;第二,不同宗教徒在信任实验中的行为是否相同。

从表 2 显示的数值来看,佛教徒的投资额最高,为 12.92 元,明显高于基督教徒的 11.75 元、穆斯林的 10.92 元和非宗教徒的 10.57 元,而且总体上四组被试的投资额有显著差异。从下页表 3 的进一步检验中可以看出,佛教徒相比较基督教徒、穆斯林以及非宗教徒的投资额,都显著更高,这说明佛教徒的信任水平是明确最高的;而基督教徒、穆斯林和非宗教徒的投资额之间不存在显著差异。

接下来看平均返还率。从均值来看,佛教徒的平均返还率最高,达到 68.97%,接下来依次是穆斯林 61.97%,基督教徒 56.73%,非宗教徒最低,为

表1 实验被试人口统计信息

人口统计 变量	佛教徒		基督教徒		穆斯林		非宗教徒		总体	
	期望	标准差	期望	标准差	期望	标准差	期望	标准差	期望	标准差
性别	0.450	0.500	0.220	0.420	0.470	0.500	0.430	0.500	0.400	0.490
年龄	40.000	8.180	38.000	10.280	36.830	10.470	36.320	9.990	37.580	9.850
文化程度	3.300	0.961	3.620	1.062	2.570	0.915	3.430	0.786	3.260	0.981
户年收入	2.780	1.431	2.980	1.312	1.730	1.104	2.130	0.883	2.370	1.254
婚姻状况	0.730	0.451	0.650	0.482	0.870	0.344	0.750	0.443	0.750	0.431
样本数	60		60		60		100		280	

注：“性别”=0表示男性，“性别”=1表示女性；“文化程度”=1表示小学学历，“文化程度”=2表示中学学历，“文化程度”=3表示大专学历，“文化程度”=4表示本科学历，“文化程度”=5表示研究生及以上学历；“户年收入”=1表示1万—6万，“户年收入”=2表示6万—12万，“户年收入”=3表示12万—20万，“户年收入”=4表示20万—30万，“户年收入”=5表示30万以上；“婚姻状况”=0表示未婚，“婚姻状况”=1表示已婚。

表2 不同宗教属性的投资额和平均回报率

	佛教徒		基督教徒		穆斯林		非宗教徒		One Way ANOVA 检验
	期望	标准差	期望	标准差	期望	标准差	期望	标准差	
投资额	12.920	4.680	11.750	5.030	10.920	4.470	10.570	4.160	0.012**
平均回报率	0.690	0.232	0.567	0.218	0.619	0.227	0.537	0.235	0.001***

表3 不同宗教属性的投资额和平均回报率的差异检验

	Mann-Whitney 检验(p 值)						
	宗—非	佛—非	基—非	穆—非	佛—基	佛—穆	基—穆
投资额	0.109	0.003***	0.411	0.894	0.096*	0.009***	0.395
平均回报率	0.008***	0.0001***	0.740	0.059*	0.001**	0.067*	0.136

53.74%，而且这四组平均回报率显著不同。通过表3的进一步检验可以发现，宗教徒的平均回报率显著高于非宗教徒的平均回报率，说明宗教徒整体的可信任水平高于非宗教徒。而且佛教徒的平均回报率显著高于基督教徒、穆斯林以及非宗教徒，说明佛教徒的可信任水平高于其他三类被试。同理，基督教徒的可信任水平也显著高于非宗教徒。

通过分析我们发现，代表信任水平的投资额在宗教徒和非宗教徒之间区别不大，而佛教徒的投资额却显著高于其他三组被试，说明不同宗教徒的信任行为存在较大差异，所以把佛教徒、基督教徒和穆斯林合并成宗教徒与非宗教徒做对比时，基本上不存在显著差异。另外，代表可信任水平的平均回报率在宗教徒和非宗教徒之间差异显著，而其中最明显的也是佛教徒的平均回报率显著高于其他三组被试。所以对于假设H1，可以修正为：

结论1：宗教徒在信任水平上与非宗教徒相比没有显著差别，但在可信任水平上显著高于非宗教徒。其中佛教徒表现出显著高于其他被试的信任水平和可信任水平。

(二)宗教虔诚度对信任行为的影响

由于仅凭对宗教属性的分析无法揭示宗教对信任行为的深层影响机制，接下来我们通过OLS回归分析进一步研究宗教虔诚度对信任行为的内在影响机制。这里我们选取综合虔诚度、内在取向虔诚度和外在取向虔诚度，研究宗教虔诚度的不同维度对信任行为的影响。

1. 宗教虔诚度对投资额的影响

表4和表5(见第34页)是对投资额的OLS回归结果。模型(1)中Buddhist、Christian和Muslim分别表示佛教徒、基督教徒和穆斯林。它们三个是虚拟变量，当这三者的取值都为0时，则表示被试是非宗教徒。

表4

综合虔诚度对投资额的影响

	(1)	(2)	(3)	(4)
Buddhist	2.347** (0.741)	2.347** (0.738)	2.347*** (0.731)	2.042*** (0.749)
Christian	1.18 (0.741)	1.18 (0.738)	1.18 (0.731)	1.207 (0.765)
Muslim	0.347 (0.741)	0.347 (0.738)	0.347 (0.731)	0.004 (0.772)
RELI		-0.984* (0.532)		
RELI×Buddhist			0.159 (0.929)	0.093 (0.930)
RELI×Christian			0.413 (0.986)	0.381 (0.988)
RELI×Muslim			2.685*** (0.843)	2.874*** (0.846)
Education				-0.0471 (0.305)
Income				0.262 (0.240)
Age				0.015 (0.028)
Male				0.878 (0.564)
constant	10.57 (0.454)	10.57 (0.452)	10.57 (0.448)	10.702 (1.638)
N	280	280	280	280

注:(1)被解释变量为投资额;(2)***、**、*分别表示通过1%、5%和10%的显著性检验,括号内的值为标准误。以下同。

从结果看佛教徒的投资额显著高于作为基础组的非宗教徒。

模型(2)中RELI表示综合虔诚度。本文是通过Rohrbaugh & Jessor's(1975)的8条目、5级综合虔诚度的李克特量表来测量被试的综合虔诚度,按照Tan(2006)的做法需要将填写的综合虔诚度量表进行标准分数(standard score)转化。标准分数也叫做Z分数(Z-score),是一个分值与平均数的差再除以标准差的过程,即 $Z=(X-\mu)/\sigma$, μ 为平均值、 σ 为标准差。进行标准分数转化的好处是可以将多维度虔诚度量表中的测量值转化成一个标准的数值结果;而且由于本文所使用的综合虔诚度量表是5级李克特量表,而I/E-R Scale量表是9级李克特量表,通过标准分数转化可以将不同量表的测量值转化成统一

的结果。

模型(2)在模型(1)基础上增加综合虔诚度RELI这个变量,来检验被试宗教虔诚度的强弱对投资额的影响。从回归结果看,RELI的系数是负的显著的,意味着综合虔诚度的提高显著降低了宗教徒的投资额。模型(3)将综合虔诚度与宗教属性相结合,检验宗教虔诚度和宗教属性的联合影响。结果显示,Muslim与RELI的交互项是负的显著,这可以解释为穆斯林的综合虔诚度越高,对他人的信任程度越低。模型(4)进行稳健性检验,其中性别作为虚拟变量取1时表示男性。可以看到在控制了个人影响因素后,回归结果仍然是非常稳健的。

表5中模型(5)是将模型(2)中的综合虔诚度替换成内在取向虔诚度和外在取向虔诚度。IR表示内在

表5 内在和外取向虔诚度对投资额的影响

	(5)	(6)	(7)
Buddhist	2.347*** (0.734)	2.347*** (0.728)	2.064*** (0.746)
Christian	1.18 (0.734)	1.18 (0.728)	1.291* (0.761)
Muslim	0.347 (0.734)	0.347 (0.728)	-0.142 (0.768)
IR	-0.971* (0.540)		
ER	-1.119** (0.523)		
IR×Buddhist		0.367 (0.988)	0.175 (0.994)
IR×Christian		-1.351 (1.057)	-1.614 (1.065)
IR×Muslim		-2.354*** (0.846)	-2.645*** (0.864)
ER×Buddhist		-0.785 (0.888)	-0.739 (0.891)
ER×Christian		-2.553*** (0.967)	-2.680*** (0.972)
ER×Muslim		0.425 (0.935)	0.124 (0.943)
Characteristics control	无	无	有
constant	10.570 (0.449)	10.570 (0.446)	11.048 (1.647)
N	280	280	280

注:(1)Education、Income、Age、Male这些控制变量由 Characteristics control 表示。以下同。

取向虔诚度,ER表示外在取向虔诚度,结果显示这两种虔诚度都显著降低了宗教被试的投资额。模型(6)中 Christian 与 ER 的交互项是负的显著, Muslim 与 IR 的交互项呈负的显著,并通过了稳健性检验,说明外在取向虔诚度降低了基督教徒的信任水平;而内在取向虔诚度降低了穆斯林的信任水平。

2. 宗教虔诚度对平均返还率的影响

限于篇幅,平均返还率的回归结果从略。从回归结果可以看出,佛教徒和穆斯林的平均返还率显著高于作为基础组的非宗教徒;而基督教徒的平均返还率与非宗教徒没有显著差异。虔诚度的影响并不明显,这由表中综合虔诚度和外在取向虔诚度的各相关项均不显著可以体现,只有内在取向虔诚度

与佛教徒的交互项显著为负,表明对佛教徒来说其内在取向虔诚度越高,可信任水平越低。

通过上述分析,我们发现佛教徒的宗教属性在信任行为中的表现显著高于作为基础组的非宗教徒,穆斯林的宗教属性对可信任水平有正的显著影响,而对信任水平却没有。基督徒的宗教属性在信任行为中没有独立的影响,往往与虔诚度有关。

虔诚度,不管是综合虔诚度、内在取向虔诚度还是外在取向虔诚度都更多影响投资额,并表现为负显著,说明虔诚度降低了宗教被试的信任水平;但对其可信任水平都不存在独立的影响。此外,当虔诚度变量与宗教属性变量的联合影响是显著时,其符号都是负的,说明虔诚度越高,宗教被试表现出的信

任水平和可信任水平就越低。这推翻了前面的假设H2。

结论2:宗教虔诚度会降低宗教徒的信任水平和可信任水平。

(三)组间效应的影响因素及内在机制分析

组间效应指相对群体外的成员,人们会对自己群体内的成员给予优惠待遇。由于宗教具有精神性和组织标识符这两种属性,组织标识符是指宗教信仰团体显化了成员之间的社会身份识别,从而影响到个体在社会交互活动中的决策模式。当我们从属于一个群体时,我们会希望在这个群体里获得认同感,这种对群体认同感的追求就会产生组间效应。也就是说,宗教可能会通过组间效应对个人的信任行为产生影响。

接下来我们将在前文分析的基础上,从群体行为互动的角度分析宗教的组间效应问题。分析的重点有两个,一是在我们的信任实验里是否存在组间效应;二是分析影响宗教组间效应的因素。在这里我们选择综合虔诚度 RELI 和原教旨主义虔诚度 FUND 来作为分析宗教组间效应的主要影响因素。

1. 投资额的组间效应分析

首先来看投资额组间效应的非参数检验。根据我们的实验内容,每一类型实验被试都会面临与自己宗教属性相同、与自己宗教属性不同以及匿名者这三种实验博弈方,所以我们将实验组分成组内、组外和匿名三种情况,匿名组作为基础组,用来对比组内和组外的实验结果。也就是说,组间效应在本实验中是以组内效应和组外效应来表现的,具体见表6。从检验结果看,四类被试在面对组内成员、组外成员和匿名者时给出的投资额并没有显著差异,不

存在明显的组间效应。

接下来我们通过 OLS 回归检验投资额组间效应的影响因素,结果见下页表7。模型(8)检验被试的投资额是否存在组内和组外的不同。虚拟变量 Relsim 表示参与实验的被试双方的宗教属性,当被试双方的宗教属性相同时取值为1、否则为0。虚拟变量 Identity 表示被试在参与实验时是否知道对方的宗教属性,知道对方的身份取值为1,否则为0;而 Identity 的系数可以理解为公开实验中、彼此宗教属性不同的被试组相比匿名组的投资额的差异,即组外效应。Relsim×Identity 的系数则表示知道彼此宗教属性相同被试组的投资额与匿名组的差异,即组内效应。从回归结果看,Identity 和 Relsim×Identity 都不显著,说明不存在明确的组间效应。

进一步,我们将综合虔诚度和原教旨主义虔诚度纳入模型,分析影响投资额组间效应的因素。此处对原教旨主义虔诚度 FUND 的处理方法和前文关于内在和外在取向虔诚度的处理方法一样,也采取了标准分数转化。从模型(9)到模型(14)可以看出 RELI 和 FUND 对投资额都有负的显著性的影响,而且不管是 RELI 还是 FUND,与 Relsim 的交互项都是负的显著,这说明当委托人面对与自己宗教属性相同的代理人、即组内被试时,其综合虔诚度或原教旨主义虔诚度越高,给出的投资额越低。也就是说,委托人的组内歧视行为并不是独立存在的,它受委托人虔诚度的影响。

考虑到在前文的分析中,不同宗教属性的被试其信任行为表现的并不一致,那么将三种宗教属性的被试作为一个整体讨论组间效应,可能会因行为彼此抵消从而影响了宗教徒整体的组间效应。所以

表6 不同组别投资额的检验结果

		佛教徒	基督教徒	穆斯林	非宗教徒
组内	期望	12.250	10.350	12.000	10.600
	标准差	4.767	5.039	5.272	4.210
组外	期望	12.567	12.500	9.733	11.200
	标准差	4.651	4.826	3.433	4.334
匿名	期望	15.300	12.300	12.300	10.180
	标准差	4.270	5.539	4.968	4.079
三种配对差异	One Way ANOVA 检验	0.208	0.316	0.119	0.574
组内、组间差异	One Way ANOVA 检验	0.972	0.339	0.209	0.884

表7 投资额的组间效应

	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Relsim	-0.200 (0.666)	-0.316 (0.666)	-0.288 (0.662)	-0.186 (0.666)	-0.374 (0.667)	-0.395 (0.666)	-0.318 (0.668)
Identity	0.150 (0.666)	0.227 (0.665)	0.115 (0.661)	-0.010 (0.663)	0.221 (0.663)	0.145 (0.662)	0.014 (0.662)
Relsim×Identity	-0.152 (0.103)	-0.321 (0.602)	-0.314 (0.602)	-0.321 (0.623)	-0.321 (0.612)	-0.303 (0.601)	-0.282 (0.561)
RELI		-1.011* (0.544)	-0.394 (1.329)	-0.372 (1.340)			
FUND					-1.784** (0.844)	-1.597 (1.989)	-2.189 (1.999)
RELI×Relsim			-2.989** (1.104)	-2.861** (1.235)			
RELI×Identity			1.198 (1.661)	1.047 (1.657)			
FUND×Relsim						-3.593* (1.865)	-3.085* (1.858)
FUND×Identity						1.740 (2.421)	1.732 (2.409)
Characteristics control		无	无	有	无	无	有
constant	11.350*** (0.516)	11.328*** (0.514)	11.342*** (0.511)	10.841*** (1.614)	11.349*** (0.513)	11.349*** (0.455)	10.567*** (1.429)
N	280	280	280	280	280	280	280

接下来我们分别对不同宗教属性被试的组间效应进行检验,做更深入的研究。因为我们的样本中不存在教徒在不知晓对方宗教身份但实际上博弈双方有着同样宗教身份的实验局,所以Relsim这个变量在各宗教徒子样本中,实际上就是总样本中Relsim×表8

Public变量,考察了教徒在知晓对方为与自己同样宗教身份时的表现。具体结果见表8到表10。

表8是佛教徒投资额的组间效应检验。可以看到RELI和FUND都不显著,说明虔诚度对佛教徒的信任行为没有独立的影响;虽然模型(17)、(18)、(20)、

佛教徒投资额的组间效应

	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
Relsim	-0.317 (1.337)	-0.273 (1.359)	0.079 (1.342)	0.385 (1.381)	-0.367 (1.366)	-0.530 (1.330)	-0.313 (1.378)
Identity	-2.733 (1.692)	-2.859 (1.774)	-3.533* (1.851)	-3.235* (1.926)	-2.636 (1.756)	-3.746** (1.763)	-3.256* (1.884)
RELI		0.260 (1.009)	1.019 (2.207)	0.381 (2.389)			
FUND					-0.401 (1.715)	6.550* (3.575)	4.496 (3.807)
RELI×Relsim			-4.928** (2.311)	-4.808** (2.368)			
RELI×Identity			2.259 (2.889)	2.879 (2.930)			

续表 8

	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
FUND×Relsim						-3.567 (3.755)	-2.613 (3.973)
FUND×Identity						-6.997 (4.490)	-5.782 (4.568)
Characteristics control	无	无	无	有	无	无	有
constant	15.300*** (1.465)	15.390*** (1.518)	15.653*** (1.633)	12.082*** (4.439)	15.236*** (1.503)	16.349*** (1.541)	12.318*** (4.199)
N	60	60	60	60	60	60	60

(21)中 Identity 是显著的,但因为 Identity 的交互项并不显著,仍不能认为存在组外歧视。

表 9 是基督教徒投资额的组间效应检验。结果显示所有的自变量都是不显著的,意味着基督教徒不存在组间效应,而且虔诚度对他们的投资额也没有任何实质性影响。

表 10(见下页)是穆斯林投资额的组间效应检验。可以看出,Relsim 显著为正、Identity 显著为负,说明穆斯林的投资额存在组内偏爱和组外歧视,即穆斯林对组外成员的信任水平低于组内成员。FUND 显著为负,意味着 FUND 对穆斯林的投资额有独立的负向影响,即穆斯林的原教旨主义虔诚度越高,给出的投资额就越低,也即信任水平在下降。此外,FUND 和 Relsim 的交互项显著为负、与 Identity 的交互项显著

为正,说明随着穆斯林原教旨主义虔诚度的加强,会抑制其信任水平的组内偏爱,同时缩小组外歧视。

2. 平均返还率的组间效应分析

接下来我们再来分析体现代理人可信任水平的平均返还率的组间效应,描述性统计见下页表 11。可见佛教徒、基督教徒、穆斯林和非宗教徒在分别面对组内、组外和匿名身份的委托人时,平均返还率都不存在显著差异,即不存在明显的组间效应。

进一步分析影响平均返还率组间效应的影响因素,具体结果略。Identity 和 Relsim×Identity 都不显著,说明被试整体的可信任水平没有显著的组间效应。Buddhist 和 Muslim 都显著为正,意味着佛教徒和穆斯林的可信任水平显著高于其他群体。

RELI 对平均返还率没有独立的影响,但 RELI 和

表 9 基督教徒投资额的组间效应

	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
Relsim	-2.150 (1.448)	-2.139 (1.459)	-2.131 (1.475)	-1.733 (1.549)	-2.173 (1.461)	-2.199 (1.488)	-1.836 (1.577)
Identity	0.200 (1.832)	1.117 (1.858)	-0.255 (1.912)	-0.229 (2.203)	0.136 (1.855)	0.319 (1.946)	0.375 (2.298)
RELI		0.434 (1.120)	2.926 (2.832)	3.823 (2.944)			
FUND					0.598 (1.728)	-1.178 (5.028)	0.025 (5.306)
RELI×Relsim			-0.654 (2.547)	-0.605 (2.607)			
RELI×Identity			-2.556 (3.475)	-3.433 (3.597)			
FUND×Relsim						0.779 (3.812)	0.698 (4.024)
FUND×Identity						1.563 (5.818)	0.142 (6.116)
Characteristics control	无	无	无	有	无	无	有
constant	12.300*** (1.586)	12.365*** (1.607)	12.739*** (1.668)	12.780*** (4.218)	12.361*** (1.608)	12.179*** (1.705)	12.497*** (4.349)
N	60	60	60	60	60	60	60

表 10 穆斯林投资额的组间效应

	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
Relsim	2.267* (1.264)	1.518* (1.164)	1.402* (1.164)	3.273** (1.269)	1.103* (1.226)	0.701* (1.155)	2.462** (1.209)
Identity	-2.567 (1.599)	-3.369** (1.466)	-3.668** (1.727)	-4.931*** (1.708)	-3.289** (1.498)	-4.649*** (1.567)	-5.881*** (1.525)
RELI		-2.831*** (0.777)	-3.525 (2.919)	-3.439 (2.782)			
FUND					-3.842*** (1.196)	-7.939*** (2.942)	-7.149** (2.736)
RELI×Relsim			-2.642 (1.693)	-3.029* (1.567)			
RELI×Identity			2.489 (3.227)	2.594 (3.038)			
FUND×Relsim						-7.370*** (2.380)	-7.883*** (2.199)
FUND×Identity						8.447** (3.388)	7.512** (3.079)
Characteristics control	无	无	无	有	无	无	有
constant	12.300*** (1.384)	13.219*** (1.280)	13.444*** (1.568)	19.128*** (3.395)	13.290*** (1.319)	14.347*** (1.406)	20.467*** (3.125)
N	60	60	60	60	60	60	60

表 11 不同组别平均返还率的检验结果

		佛教徒	基督教徒	穆斯林	非宗教徒
组内	期望	0.708	0.519	0.694	0.607
	标准差	0.184	0.190	0.238	0.282
组外	期望	0.665	0.608	0.575	0.516
	标准差	0.250	0.248	0.207	0.267
匿名	期望	0.727	0.540	0.604	0.522
	标准差	0.272	0.159	0.245	0.190
三种配对差异	One Way ANOVA 检验	0.702	0.342	0.189	0.333
组内、组间差异	One Way ANOVA 检验	0.816	0.373	0.194	0.407

Identity的交互项是正的且显著,这显示当被试面对组外成员时,其综合虔诚度的加强会提高平均返还率。FUND对平均返还率具有负的显著影响,而且FUND与Relsim以及与Identity的交互项都是显著的,其中FUND与Relsim的交互项为负值,这意味着当被试面对组内成员时,其原教旨主义虔诚度越强,平均返还率越低;FUND与Identity的交互项是正值,说明当被试面对组外成员时原教旨主义虔诚度会提高其返还率。

宗教徒分组检验的结果略。佛教徒和基督教徒的平均返还率没有显著的组间效应,此外,虔诚度对它也没有显著影响。对穆斯林来说,Relsim显著为

正,说明其面对组内成员表现出的可信任水平明显高于匿名组,存在组内偏爱。而且RELI和FUND都是显著为负,意味着这两种虔诚度都会降低穆斯林的可信任水平;此外它们与Identity的交互项分别显著为正,说明当穆斯林面对组外成员时,这两种虔诚度都会提高其可信任水平。

由上面的分析可见,实验被试整体而言不管在信任度还是可信任度上,都不存在明显的组间效应,但宗教虔诚度会影响宗教徒的组间效应,其中,综合虔诚度和原教旨主义虔诚度会降低宗教徒组内的信任水平;会提高其组外的可信任水平。

此外,当把宗教徒按宗教属性分开讨论,就会发

现他们表现出的组间效应存在很大的不同。佛教徒在整个信任实验中几乎没有显著的组间效应,其投资额和平均返还率更多是受其宗教属性的影响。基督徒与非宗教徒相比,既没有显著的组间效应,其宗教属性对信任行为也没有产生显著的影响。而穆斯林在信任实验中表现出了较为明显的组内偏爱和组外歧视;宗教虔诚度,不管是综合虔诚度还是原教旨主义虔诚度都倾向于降低组内偏爱、抑制组外歧视,即降低了组间效应。据此我们可以将H3修改如下:

结论3:佛教徒和基督教徒的信任行为没有明显的组间效应;穆斯林表现出显著的组内偏爱、组外歧视,而且宗教虔诚度可能会降低其组间效应。

五、结论

宗教信仰作为一个古老而又重要的社会历史现象,总是同政治、经济、文化、民族等方面相互影响,并能深刻地塑造个人的价值观、信仰和态度。近年来很多研究发现信任、合作这些与社会伦理价值判断有关的亲社会行为有助于交易的达成、企业的成长和经济的繁荣,而宗教信仰显然是影响这些个体行为的一个关键性因素。我们采用线上的实地实验研究方法,结合虔诚度(综合虔诚度、内在\外在取向虔诚度、原教旨虔诚度)量表,以中国的佛教、基督教和伊斯兰教的信仰者和非宗教信仰者作为实验被试开展信任博弈实验,进一步探究宗教信仰对经济产生影响的微观路径与机制。此外,随着中国城市化发展,人口流动越来越频繁,不同信仰族群之间的接触不断增多,文化冲突和矛盾也会相应增加,本文通过实验经济学这种新的工具和研究视角,能够更为准确地分析宗教信仰对中国民众信任行为的影响,从而为决策者制定政策提供重要的依据。

我们的研究分三个层次展开,首先是宗教属性对信任行为的影响。实验研究证明,当把佛教徒、基督教徒和穆斯林作为宗教徒整体与非宗教徒进行对比时,在信任水平上基本不存在显著差异;在可信任水平上宗教徒明显高于非宗教徒。但不同宗教属性的信徒其信任行为有较大差异,具体表现为佛教徒在整个信任实验中的表现都高于作为基础组的非宗教徒;穆斯林的信任水平与非宗教徒无明显差别,但可信任水平高于非宗教信仰者;基督教徒本身的信

任行为与非宗教徒无显著差别,其信任和可信任程度往往与虔诚度有关。

研究的第二个层次是讨论宗教虔诚度对信任行为的影响。实验结果显示虔诚度,不管是综合虔诚度、内在取向虔诚度还是外在取向虔诚度都会降低宗教被试的信任水平;对可信任水平没有独立的影响。此外,它们与宗教属性变量的交互项在显著时都是负值,这可以理解为整体来看,虔诚度越高,宗教被试表现出的信任水平和可信任水平就越低。

研究的第三个层次是讨论宗教对组间效应的影响机制。由分析可见,整体而言,宗教徒与非宗教徒相比,不管在信任水平还是可信任水平上,都不存在明显的组间效应。另外,宗教虔诚度会影响宗教徒的组间效应,其中综合虔诚度和原教旨主义虔诚度会降低宗教徒组内的信任水平;会提高其组外的可信任水平。

但当把宗教徒按宗教属性分开讨论,就会发现他们表现出的组间效应存在很大的不同。佛教徒在整个信任实验中几乎没有显著的组间效应,其更高的信任和可信任水平是由其固有的宗教身份决定的。这可能与佛教所宣扬的“众生平等”“无缘大慈,同体大悲”等思想有关。

基督教徒与非宗教徒相比,既没有显著的组间效应,其宗教身份对他们的信任行为也没有产生显著的影响。之前有研究认为基督教存在组内偏爱(Tan and Vogel, 2008; Chuah et al., 2014),之所以存在这种结论上的差异,除了基督教教义本身有宣扬“爱世人”的思想外,可能也和中国的基督教不受西方基督教教会控制、独立发展有关(傅先伟, 2015)。由于中国的基督教组织没有西方基督教教会那样庞大的势力,使得基督教在中国作为组织识别符的属性可能没有西方世界那么强烈;而且基督教近年来在中国发展较为迅速,为了吸引成员加入,也不排除基督教信徒们会表现出更强的信任行为(陈占江, 2007; 程俊飞等, 2007)。

穆斯林在信任实验中表现出了较为明显的组内偏爱和组外歧视;宗教虔诚度,不管是综合虔诚度还是原教旨主义虔诚度都倾向于降低其组内偏爱、抑制组外歧视,即降低了组间效应。Chuah et al.(2014)认为原教旨主义虔诚度会放大组间歧视,一个可能的解释是我们招募的穆斯林主要是来自河南的与汉

族混居的“回民”，而 Chuah et al.(2014)是以马来西亚的穆斯林作为被试。前者在当地属于少数民族群，而马来西亚本身就是伊斯兰教为主的国家，穆斯林在当地属于多数人口，所以对于“回民”来说，其原教旨主义虔诚度越高，意味着被试对自己宗教的正统教义越虔诚，也就对自己宗教的良性发展越看重，于是会降低组间效应，从而在汉族为主的社会环境中更好的保存和发展自己的宗教。

参考文献：

- [1]Altemeyer B. and B. Hunsberger, 1992, “Authoritarianism, Religious Fundamentalism, Quest, and Prejudice,” *The International Journal for the Psychology of Religion*, 2(2): 113–133.
- [2]Anderson L., J. Mellor and J. Milyo, 2010, “Did the Devil Make Them Do It? The Effects of Religion in Public Goods and Trust Games,” *Kyklos*, 63(2): 163–175.
- [3]Bellemare C. and S. Kröger, 2007, “On Representative Social Capital,” *European Economic Review*, 51: 183–202.
- [4]Blau P., 1964, *Exchange and Power in Social Life*, New York: Wiley.
- [5]Chuah S., 2013, “Fractionalization and Trust in India: A Field Experiment,” *Economics Letters*, 119(5): 191–194.
- [6]Delhey J. and K. Newton, 2003, “Who Trusts? The Origins of Social Trust in Seven Societies,” *European Societies*, 5(2): 93–137.
- [7]Fehr E., U. Fischbacher, J. Schupp, B. von Rosenblatt and G. G. Wagner, 2002, “A Nationwide Laboratory Examining Trust and Trustworthiness by Integrating Behavioural Experiments into Representative Surveys,” *Schmollers Jahrbuch*, 122: 519–542.
- [8]Gneezy U., 2005, “Deception: The Role of Consequences,” *The American Economic Review*, 95(1): 384–394.
- [9]Gorsuch R. L. and S. E. McPherson, 1989, “Intrinsic/Extrinsic Measurement: I/E-revised and Single-item Scales,” *Journal for the Scientific Study of Religion*, 28(3): 348–354.
- [10]Hill P. C. and R. W. Hood(Eds.), 1999, *Measures of Religiosity*, Birmingham, AL: Religious Education Press.
- [11]Hunsberger B., 1996, “Religious Fundamentalism, Right-wing Authoritarianism, and Hostility toward Homosexuals in Non-Christian Religious Groups,” *International Journal for the Psychology of Religion*, 6(1): 39–49.
- [12]Johansson-Stenman O., M. Mahmud and P. Martinsson, 2009, “Trust and Religion: Experimental Evidence from Rural Bangladesh,” *Economica*, 76(303): 462–485.
- [13]Johansson-Stenman O., M. Mahmud and P. Martinsson, 2013, “Trust, Trust Games and Stated Trust: Evidence from Rural Bangladesh,” *Journal of Economic Behavior & Organization*, 95 (2013): 286–298.
- [14]Karlan D. S., 2005, “Using Experimental Economics to Measure Social Capital and Predict Financial Decision,” *American Economic Review*, 95(5): 1688–1699.
- [15]Ledyard J., 1995, *Public Goods: A Survey of Experimental Research*, New Jersey: Princeton University Press.
- [16]Lawler E. E., 1992, *The Ultimate Advantage: Creating the High-involvement Organization*, San Francisco: Jossey-Bass.
- [17]Rohrbaugh J. and R. Jessor, 1975, “Religiosity in Youth: A Personal Control Against Deviant Behavior,” *Journal of Personality*, 43(1): 137–155.
- [18]Tan J. H. W. and C. Vogel, 2008, “Religion and Trust: An Experimental Study,” *Journal of Economic Psychology*, 29(6): 832–848.
- [19]Zak P. J. and S. Knack, 2001, “Trust and Growth,” *The Economic Journal*, 111(470): 295–321.
- [20]陈占江, 2007, “‘基督下乡’的实践逻辑——基于皖北C村的田野调查”, 《重庆社会科学》, 第9期, 第102–107页。
- [21]程俊飞、刘宪俊, 2007, “基督教在晋南农村盛行的实证研究——以晋南A村为例”, 《山西农业大学学报(社会科学版)》, 第1期, 第11–16页。
- [22]董梦晨等, 2015, “宗教信仰对亲社会行为的影响”, 《心理科学进展》, 第6期, 第1095–1108页。
- [23]傅先伟, 2015, “坚持独立自主自办推动基督教中国化”, 《中国宗教》, 第2期, 第58–60页。
- [24]郭熙保、张克中, 2013, “社会资本、经济绩效与经济发展”, 《经济评论》, 第2期, 第3–7页。
- [25]刘盈曦、梁捷, 2016, “宗教信仰强度对信任与欺骗行为影响研究——来自实验的证据”, 《中国经济问题》, 第5期, 第52–63页。
- [26]陆铭、李爽, 2008, “社会资本、非正式制度与经济发展”, 《管理世界》, 第9期, 第161–165页。
- [27]阮荣平、郑风田、刘力, 2010, “公共文化供给的宗教信仰挤出效应检验——基于河南农村调查数据”, 《中国农村观察》, 第6期, 第72–85页。
- [28]孙火军等, 2014, “基于实验经济学视角的宗教跨文化研究述评”, 《新政治经济学评论》, 第25期, 第105–119页。
- [29]杨庆堃, 2007, 《中国社会中的宗教》, 范丽珠译, 上海: 上海人民出版社。