

信则有，不信则无

——从信息经济学角度看孙村女巫灵力的范围与兴衰

◇ 《开放时代》主编 吴重庆

摘要：由于阴阳两界信息的隔绝，人神之间的沟通主要是信息的沟通。人之畏鬼及人之求神，皆缘于人与神、鬼之间的信息不对称。人神关系的实质是“委托—代理”的经济关系，委托者需考虑成本问题。作为神明代言人的女巫——童乩，其灵力取决于是否提供准确有效的信息。如果信息失灵，信众将因不经济而“改信”，导致童乩灵力的变迁。由于信息供给者的特殊身份，信众对灵验的负面信息采取自我管制和过滤的策略，使外圈层信众处于灵验负面信息的屏闭状态。而单方面传播灵验的正面信息，使童乩的声名远播。因此而形成童乩灵力的变迁规律：在空间上，童乩灵力的覆盖面并非呈圆形或扇面区域，而是呈圈层结构；在时间上，童乩灵力只有在内圈层的辐射力衰退之后才进而辐射到外圈层。由于乡村交通和通讯的日益发达，童乩灵力辐射的外圈层的范围半径越来越大，使神明的本土化色彩越来越淡；童乩灵力辐射从内圈层到外圈层的推移速度越来越快，使童乩灵力的生命周期越来越短。乡村社会神明的跨地域性、去社区化以及童乩生命周期的短暂化可能对乡村社会以及人的心态产生深刻影响。

关键词：童乩 神明 信众 信息 灵验 灵力圈

在位于福建东南沿海的家乡孙村，声称被神灵附体的女巫即女“童乩”（dang gi）日益增多^①，并呈此起彼伏的周期性兴衰态势，女“童乩”的信众也多以中老年女性为主^②。而成年男性则往往以第三者的立场评论道：“信则有，不信则无。”在场女性每闻及此，总是噘嘴瞪眼，示意闭口，以免得罪神明。男性会心一笑并揶揄说：“汝若信神，则信到底，不当对神明也赶新鲜（喜新厌旧）。”

^① 童乩又称乩童，古时作乩者为童，故孙村人习惯称童乩。为童乩者男女兼有，他或她为神明附体，能沟通神明，传达神谕，专替人解运、消灾、治病。

^② 吴重庆（2008），《“后革命时代”的人、鬼、神》，载孙江主编的《新史学》第二卷，中华书局。

“信则有，不信则无”的两可态度，包含了村民宗教生活过程中如下两种可能的情形：对神明灵验始终存疑；对神明灵验始疑终信或始信终疑。前一种情形可能基于无神论的立场，而后一种情形则缘于“改信”（conversion）的发生——个人任何宗教信仰状态的改变。“改信”既可发生于个人心理层面，即“内生性改信”（endogenous conversion），也可发生于社会条件层面，即“外衍性改信”（exogenous conversion）^①。从“外衍性改信”的角度看，神明灵验的依据究竟因何而得，以及此依据因何而失？

一、天人相隔两茫茫

在孙村，某人病逝被称为“去了”。故人所去的地方即阴间，村人称之为“里置”。阴阳两界，里外两边，界限森严，只有神明方有资格统筹阴阳里外事务。故人的魂魄也只能在阴间活动，如果越出阴间流窜到阳世，则被视为鬼，神明是会将其驱赶或捉拿回阴曹地府的^②。某人一旦故去，任凭亲人如何思念，也是无法得知其在阴间的任何信息的，所谓“天人相隔两茫茫”。

阳世生人对阴间信息的需求可以分为两类：一是思念型的信息需求，此往往出现在亲人故去不久（孙村人称为“新亡”）的阶段；二是解惑型的信息需求，此往往出现在家庭成员遭遇病灾厄运的时候。

先说思念型信息需求。

正常情况下，阴阳两界信息沟通是需要凭借神明的法力的。在乡村社会，虽然“举头三尺有神明”，不过，寻访神明并当面向其请示（孙村人称为“请教”），是需要付出时间成本和金钱成本（给声称神明附体的“童乩”一笔“香火钱”）的。由于思念型信息需求不过是为了满足在世亲人一时的情感需求，这对生计艰辛的村人来说也几近奢侈，所以，在成本支出上能省则省。有鉴于此，孙村人也实践某些不依靠神明或劳驾低级神明（神明的帮手）而企图获取阴间信息的办法。如托梦：故去的某人托梦给某亲人，在梦中诉说其在阴间的生活状况，但这得取决于其在世亲人的身心状况，按孙村人的说法，只有身上阴气较重的人才能被成功托梦。换句话说，托梦是可遇不可求的，其成功率不高；如“圆梦”：离

^① 林本炫（2003），《改信过程中的信念转换媒介与自我说服》，载林美容主编的《信仰、仪式与社会》第550页，（台湾）中央研究院民族学研究所。

^② 吴重庆（2008），《“后革命时代”的人、鬼、神》，载孙江主编的《新史学》第二卷，中华书局。

孙村约 10 公里远的蛤蚧山上有“仙公洞”，孙村人常在农历每月的初一、十五日到“仙公洞”去“晒梦”（祈梦），村人先到一旁悄悄“呼神”（手捧三支点燃的香，在神案前禀报神明），向“仙公”汇报自己所欲了解的内容，然后请人（专人）“晒梦”，此人梦醒后将所梦内容告诉村人；如听“九公卦”：离孙村约 20 公里的黄石镇，有一听“九公卦”的固定路段，而有效时段为农历八月初一至十五日，听卦者先焚香“呼神”，求“九公”赐显，然后蹲在路边听第一批过路行人的交谈内容，再由自己在现场用硬币占卜吉凶。可惜现在搭车的人多走路的人少，听行人讲话并非易事，故“听九公卦”渐式微；如“求八龟”（根据莆田方言发音）：“求八龟”的程序是，求阴间信息者先焚香“呼神”，默念自己所欲了解的内容，然后就在一旁坐等。据说，附体于童乩身上的“八龟”派神探“舍人仔”（根据莆田方言发音）到阴间，可以找到任何阴魂。“舍人仔”打探到后马上反馈给“八龟”，“八龟”就会喊“新亡”（或“故亡”），有“一朵红花”（指一个女儿）、“两朵白花”（指两个儿子）的，在旁等候的人一听就可判断其所指是否为自家的故人。若是，即趋前询问已故亲人在阴间的具体状况。

再说解惑型信息需求。

今天，孙村的大多数中青年已离土离乡，在全国各城市镇街从事与金银、玉器加工销售有关的以家户为经营单位的商业活动，越来越多的外出父母将小孩带在身边，作为流动儿童在外就读。在村的大多为 50 岁以上的偏老人群。孙村人在日常生活中的困惑主要来自病患。病患分两种类型：一是在村老年人的慢性病以及受制于乡村医疗条件而一时无法准确诊断的疑难杂症；二是随父母在外地的幼童，因父母忙于营生、疏于照料而常常反复出现感冒发热、夜啼惊叫等症状。

对于病患，孙村人常讲“要医生，也要菩萨（神明）”。其实，“要……也要……”的语式只是村人的惯用语，并不表明他们同时既求医又问神。实际上，村人遇上病患，大多是先请乡间医生诊断开药，若连续两三次求医而未果，则转向请教神明。在孙村人貌似蒙昧的行为中，其实包含有对医学科学的迫切期待——在孙村人看来，如果是正常的病患，一定是药到病除的。如果某种病症反复发作，药物治疗失效，那一定是受到鬼怪的作扰。凡此，孙村人称为“运气走着”（家运不顺）。至于何方鬼怪因何作扰，则无以了解。村人从“为什么得病”的疑虑重重，转为“为什么是自家而不是别人得病”的忧心忡忡。所以，必须及时请

教神明，请神明解惑，指点迷津，提供解厄祛灾的方法。^①

“人之敬神求神，是因为神明乃为超时态存在，其记忆之历久及信息之周全远在阴魂或鬼之上，因为阴魂有可能投胎转世而重新从阳间开始记忆，故凡是游魂在阳间的那套‘鬼把戏’，都逃不过神明的如炬目光，神明可及时地向人发出预警防范或给人指点迷津避开鬼的作祟。一句话，人之畏鬼、人之敬神求神，都是由于人与神、鬼之间的信息不对称所致”^②。神明作为统辖阴阳两界的领袖，见证并掌握人、鬼的履历以及人鬼之间的生生死死、恩恩怨怨。一般说来，神明的解惑指点，提供的都是阳世的当事人凭其现世人生经验根本无法获得的信息：如“前缘”，即前世本为夫妻，如今一方在阳世已与别人结为夫妻，而留在阴间的另一方找上门来，要求复婚，故作扰致使对方屡屡患病；如“蒙冤”，即阴间某鬼前世受某家户的祖上冤枉致死，今日终于找到了冤家后裔，故作扰要求补过；如“讨食”，即由于年代久远，某家户忘了祭祀远代先祖（孙村人称为“顶代公妈”），要求给一口饭吃（孙村人称为“一嘴食”）；如“犯冲”，即某神明巡游路上，小孩或妇人（女性因经血原因，常被视为不洁）盲目不避，神明动怒或被神明的坐骑踢了一脚甚至只是被神驹扬起的尾巴扫到。^③凡此种种，令孙村人感慨人生的不测与凶险。所以，对来自神明的信息供给，请教神明者一律奉持“宁可信其有，不可信其无”的虔诚态度。再者，对神明的信息即使心有存疑，也无法凭现世人生经验加以验证。

因解惑型信息多用于解燃眉之急和切身之痛，所以，孙村人在解惑型信息的获取上，往往比思念型信息更舍得付出时间与金钱成本。这给“童乩”的兴起提供了广阔的社会基础与市场空间，亦即一定程度上宗教“私人化过程”的出现。^④

^① 2008年9月在山东大学参加“中国乡村研究回顾与展望”研讨会与赵旭东教授闲谈时，得知华北平原的村民把病患分为“实病”和“虚病”两种，“实病”（如胃痛）一定看医生，“虚病”（疑难杂症）则找神。赵旭东说：“老百姓不是我们想像的那么迷信。”

^② 吴重庆（2008），《“后革命时代”的人、鬼、神》，载孙江主编的《新史学》第二卷，中华书局。

^③ 孙村一带本土性神明的坐骑皆称“兴化白玉狮”（孙村所在的莆田市原为兴化府），元宵节神明出境巡游，队伍中一定有数匹身披“兴化白玉狮”绣缎的马。

^④ “当宗教团体无法再以一种无所不包的所谓‘巨大’的超验性经验建构为主要模式，宗教也就愈来愈具有一种人化的形式，只是以满足属于个人性质的超验性的兴趣为主，换句话说，宗教愈来愈只是一种属于私人领域里的活动，具有狭隘性、私人性、隔绝性、无传统性、无社会性等特质，也就是一种以个人情感为中心的宗教追求。”载《宗教“私人化”过程的出现》，《台湾社会研究季刊》，2003年第3期。

二、“我本女儿身”

在 1949 年之前的孙村，“童乩”几乎是清一色的男性。因为女性的经血与产血被视为不洁，加上生儿育女，元气耗损严重，^① 所以，罕有神明附体于女性。“童乩”的男性化自是男权社会的反映。

上个世纪 80 年代初，孙村民间宗教活动悄然复兴。1982 年初的元宵节，孙村人冒险进行了 1949 年之后第一次的元宵娱神活动，结果受到公社驻村“工作组”的强力取缔，村人与之发生肢体冲突，两个村民被收押县公安局。在当时的高压氛围之下，“童乩”只能在地下活动，孙村一带附体于“童乩”的神明有“王大人”、“孔大人”、“田公元帅”、“都天元帅”、“红面将军”、“杨公太师”等，即大多来自本村社庙永进社里的男性神明。而“童乩”的性别构成则男多女少。这些男性神明往往在村人商议建庙、神诞娱神的公开场合，附体于男性“童乩”，动辄跳跃、拍案、怒斥、高歌，甚至手执刀剑，披发割舌，对村内与神明有关的公共事务作出谕示，展现神明杀气腾腾的一面。若是女性“童乩”，起码在体能与扮相上无法适应男性神明的威仪。孙村乡老回忆说：“当时‘菩萨’若如没有杀气，哪能镇得住‘工作组’。”

今天的孙村，虽然男权地位未见明显动摇，但“童乩”却几乎是清一色的女性。原因大体有三：一是 1980 年代末起，地方政府对民间宗教的态度日趋缓和，借杀气腾腾的男神明抵抗政府的必要性降低；二是社会主义新传统的作用，女性身体的不洁观念已大为淡化；三是孙村大多数中青年男性外出营生，在村人群中，中老年妇女的比例极高（新婚夫妇往往双双外出），对女“童乩”的需求更迫切。一方面，从“灵性资本”（spiritual capital）的视角看，^② 与男性相比，女性的“宗教性”也许更强——“女性一方面经历生育大事，另一方面在家庭中担任照顾老病的角色，对生死的不可掌握性更加敏感”^③。另一方面，中老年妇女的

① 蔡佩如（2001），《穿越天人之际的女人——女童乩的性别特质与身体意涵》，《清华人类学丛刊》四，第 193~214 页，台湾：唐山出版社。

② “灵性资本可界定为宗教徒在其灵性活动中劳动的积累和所蒙受的恩典”，“灵性资本在不同信徒身上的分布是不一样的”，“灵性资本可从三个方面进行度量：信仰的纯粹性程度、宗教行为的卷入性程度和宗教群体内部人际网络中的相对位置”。方文（2005），《群体符号边界如何形成？——以北京基督新教群体为例》，《社会学研究》第 1 期。

③ 李贞德（2003），《最近中国宗教史研究中的女性问题》，载李玉珍、林美玫合编的《妇女与宗教：跨领域的视野》，第 24 页，台湾：里仁书局。

宗教需求其实也包含着世俗的心理需求，她们请教神明一方面是寻求神明提供解惑型信息，另外也把“童乩”视为可信赖、可倾诉琐碎家事的对象——“女童乩与女信徒常藉由话家常的方式建立亲近而密切的关系；她们不仅在仪式中表达生命的苦痛，也在仪式后分享及经验生活上的甘苦。此外，女童乩与女信徒间更可能发展出一种长远的友谊甚至是拟亲关系”^①。为方便神人乃至人与人之间的沟通，因应孙村在村人群中女性高比例的现实，“童乩”的女性化日益普遍。

与“童乩”女性化相呼应的是神明的女性化。目前，盛行于孙村的神明主要有“观音”、“妈祖”、“大仙”、“仙女”、“仙姑”、“圣母”等。与当年男性神明活跃于台前，扮演社区领袖不同，今日女性神明则钟情于幕后，充当家事顾问。神明的女性化自是社会结构、社会心理投射到宗教信仰的反映。

首先，女“童乩”的社会角色决定其较适合为女神明附体。因为照世俗对女性的理解，女神明的言行举止得体安详，不高声喊叫，无夸张动作，不抽烟喝酒。所以，女“童乩”在被女神明附体时，不必有有违女“童乩”社会角色的表现。1980年代初，孙村唯一一个女“童乩”在被男神明附体时往往女扮男装，不仅抽烟——甚至口叼两支香烟，而且还吊嗓子，声调变高变粗。这固然增添了其为神明附体的可信度，但也导致其丈夫事后的埋怨，觉得丢人现眼。

其次，在孙村的中老年女信众看来，“观音”、“妈祖”、“大仙”、“仙女”、“仙姑”、“圣母”等女神明不同于以往本土化的男神明，这些女神明管辖的范围更广，法力更大。每当随父母在外地的小孩患病不适，母亲就会及时打电话回孙村，请在村的家婆去请教神明。神明要求报上患病小孩现居地的门牌号码（如广东省东莞市某地），老婆婆记忆力差，常常忘了镇区、街道名称，而仅报上“东莞市A区十街20号”，但这无妨神明火速赶往现场巡视。一两分钟后，神明回，说是碰到“游子家丁”或“外疏家丁”，这些外地的完全陌生的野鬼，不过为了讨一口饭吃而作祟。神明还宣称可以将这些外地野鬼调回孙村，于是给出四张纸符，符上大多印有“吾奉太上老君急急如律令，敕！”红色字样（孙村乡老说，太上老君负责召神），这其中，一张用于调（鬼），一张用于接（鬼），一张用于送（鬼），一张拿回家压在神案香炉脚下，以增添效力。然后，可以直接在村里给外地野鬼“一嘴食”。具体办法是，求神者回家后，准备一块熟肉、几块饼干、炒花生、一块豆腐，这些熟食不必用碟或碗装，只需将之直接置于木盘内则可，堆成四堆，并将一瓯（小碗）干饭放在中间，然后在院落的角度摆一张放木盘的

^① 蔡佩如（2001），《穿越天人之际的女人——女童乩的性别特质与身体意涵》，《清华人类学丛刊》四，第131页，台湾：唐山出版社。

矮凳,^①先焚烧一张“符”,象征将外地的野鬼接来,焚香默念,向野鬼说明情况,叫其吃了就别再作祟,最后多烧一些纸钱,因为童乩吩咐说外地的野鬼因为路程较远,必须多烧点纸钱才能将其送回东莞去。能否把外地野鬼调遣回孙村并加以降服,成了衡量神明法力是否高超的重要依据。而这是本土化的男神明原先不具备的本领。由此可以理解目前女童乩所附体的神明为何越来越“去地域化”且位格不俗——因为神明所要帮助村人排解的野鬼已越来越跨地域了。今天孙村盛行女神明,与乡村社会的流动性有莫大关系,正如林美容在讨论“妈祖”的女神属性时指出,“妈祖虽没有结婚,但与汉人社会的女人一样,只有对别人家、在外地才有用,这一层‘荫外乡’的意思是不难理解的”,“妈祖之女神的属性实与汉人社会中因婚姻所造成的女人的流动性有不可分的关系”,“她的‘荫外乡’的传说可以吸引超地方性的信徒”^②。

三、神算不如人算

如上所述,为神明附体的孙村女“童乩”的职能是向信众提供解惑型信息,而信众在获取解惑型信息时需要付出成本。虽然孙村的中老年妇女都是虔诚的信众,但这并不妨碍她们考虑并计较“请教”神明时所付的成本。因为在她们看来,求神明指点家人患病的原因——获取信息,并期待神明出“符”护佑(也可以将纸“符”化成灰,冲水饮下),此乃另一种求医行为^③。在“医生”的“医术”不相上下或一时无法判明“医术”高低的情况下,当然要比较求医的成本。在此,世俗化、理性化并不妨碍其宗教行为,也并不构成否定神明的力量^④。因

^① 武雅士说,请鬼神分享食物是一项具有浓厚社会意义的行为。给神明的祭品置屋内,面朝外;给祖先的祭品置屋内,面朝内;给鬼的祭品则置于屋外。祭鬼用熟食,祭神用生食或半熟食。参见 Arthur P. Wolf (1974), “Gods, Ghosts, and Ancestors,” in *Religion and Ritual in Chinese Society*, Ed by Arthur P. Wolf, pp. 131~182, Stanford University Press.

^② 林美容(2003),《台湾区域性宗教组织的社会文化基础》,载李玉珍、林美玫合编的《妇女与宗教:跨领域的视野》,第212~213页,台湾:里仁书局。

^③ 孙村童乩开出的药方分青草药以及纸“符”含青草药(孙村周边山野常见的植物)两种,此对应于已经医生诊断的有名的病和诊断不出的疑难杂症两种。童乩认为,若是疑难杂症,一定是受到鬼的侵扰,此乃不洁之病,需同时将纸符化成灰掺和在中药里喝下方有效。

^④ “宗教与世俗化并不是完全对立的,并非每一种宗教与世俗化的每一个方面都处于势不两立的对立状态之中。绝大多数世界宗教都经历了一定程度的理性化过程,并因此而对世俗化的发展起了促进作用”,见 Thomas F. O’Dea 和 Janet O’Dea Aviad (1990),《宗教社会学》,第174页,中国社会科学出版社。

为宗教的世俗化和私人化过程，作为个人消费品的宗教活动已逐渐被市场经济的逻辑所支配^①。正如以“经济分析”研究非经济问题而著称于世的 Cary S. Becker 所言：“经济分析显然不限于物质产品与欲望，甚于也不限于市场领域”，“经济分析并不认为所有市场参与者的信息是完备的，并不认为所有参与者的活动不存在交易费用，但是，信息残缺或存在交易费用情况下的行为不应混同于非理性或随意行为。……获取信息需要成本，因此信息通常是严重残缺的，这一假定可以解释在其他分析中用非理性行动、随意行为、传统行为或‘不明智’行为解释的那些行为。”^②在此，引进信息经济学的视角并不是为了以现代知识解构民间宗教的合法性，反而是为了说明信众的宗教行为是合乎理性的，并反对某些启蒙者居高临下地将民间宗教的信众指责为蒙昧。

从信息经济学的视角看，人们愿意花费人力及财力以改变经济领域以及社会生活的其它方面所面临的不确定性，这种改变恰好就是信息的获得。不确定性具有经济成本，因而，不确定性的减少就是一项收益——“获取信息本身就是一项深思熟虑的决策，而不是作为其他活动的一种副产品”^③。在人与神之间存在信息严重不对称的情况下，孙村人请教神明，就是为了从神明处获得指点。“求神明保佑”的最直接效果就是因获得解惑型信息而减少不确定性，并趋于心安，亦即所谓“宗教是由一系列有助于我们防御令人烦恼的怀疑、忧虑和侵犯行为的信仰与态度构成的，宗教是文化保护形式之一，通过这一保护形式，产生于个体和社会的恐惧与侵犯行为就会趋于缓和”^④。

孙村的信众在从“童乩”处获得神明的信息供给之后，必须当场留下一笔二到十元不等的“香火钱”，并且“许愿”说如果根据神明的指点而使家人病愈，定当回来回报神明——届时随愿给“童乩”一百元或二百元，此即“还愿”。在此过程中，“许愿”的实质是在信众与神明之间建立起“委托—代理”（principal-agent）关系，即信众委托神明去降服作扰的鬼，事成之后再酬谢神明。这也可以称作“风险贸易”，即信众将个人可能或正在承受的风险交付给更能承担风险

^① “过去可以由权威强加的宗教传统，现在不得不进入市场。它不得被‘卖’给不再被强迫去‘买’的顾客。多元主义环境首先是一种市场环境。在这种环境中，宗教机构变成了交易所，宗教传统变成消费商品。总之，在这种环境中的大量宗教活动，逐渐被市场经济的逻辑所支配”，见 Peter L. Berger (1991)，《神圣的帷幕》，第 163 页，上海人民出版社。

^② Cary S. Becker (2003)，《人类行为的经济分析》，第 9 页，上海三联书店。

^③ Kenneth J. Arrow (1989)，《信息经济学》，第 70~71 页，北京经济学院出版社。

^④ Thomas F. O'Dea 和 Janet O'Dea Aviad (1990)，《宗教社会学》，第 207 页，中国社会科学出版社。

甚至无风险可言的神明。不过，“风险贸易”也是有边界的，即风险承担者的成本（以“还愿”支付）一旦少于或者等于风险转移者的受益（最大化的预期效用），“风险贸易”就会停止^①。一旦神明的指点不灵验，对信众而言就是不受益的净付出；一旦神明的某位代言人“童乩”要求信众奉献的“香火钱”和“还愿”的额度超过信众的心理以及实际的承受能力，信众也会考虑这是不是合算的交易。这两种情形都会促使信众转向请教其他神明。

Max Weber 在《宗教社会学》中指出，人们无法制止一个南欧的农民在预期的事不灵验时，向圣像吐口水，“因为习惯上该礼敬的事都做到时，其他就是圣者要负责的了”^②。孙村的中老年女信众倒不会对神明做出如此不敬的举动，她们对信息供给失灵的神明还是宽容的，并且不会因此动摇对神明的信任与敬重。信众对失灵神明的反应主要有以下几种情形。

首先，怪罪“童乩”。孙村人常言“仙界给俞坤败了”^③，意思是神明是显灵的，无奈神明附体的“童乩”利欲熏心，玷污了神明，神明因此离去，只是“童乩”依然在蒙骗信众。村人“土坯”愤言：

童乩开始时也较正规，只收少少的香火钱。后来越做越贪，一开嘴都是讲钱，菩萨也就退身了。菩萨退走了，童乩遂不灵了。

那个大仙，专门钻钱，人一跪落，就得给钱。病人来，大仙说得坐她对面的竹椅上照一照，譬如 X 光透视。照一下得 10 元，香火钱也得 5 元。她都是先布阵，说原因是顶代过房的公妈祭奠不着。女人嘴松松，什么都讲出。讲了得去做，少则两三百，多则上千。

其次，“偏好稳定”。即使明知神明的指点并不完全灵验，为该神明代言的“童乩”依然会有一批信众。在孙村，每一位女“童乩”的周边都有少数铁杆信众，从因家人患病而求神明谕示解惑型信息的角度讲，附体于该“童乩”的神明犹如信众的家庭医生，信众对该神明的依赖，既是出于崇拜，也是出于因稔熟而产生的信任。不过在此种状况下，信众所请教的神明一般都分布于步行十来分钟即可到达的半径范围内，而且所请教的事项仅限于小病，信众所付的香火钱只是二至五元不等，犹如小病找身旁不太高明的医生也可凑合。在信众看来，因为所付的时间和金钱的成本不高，间或灵验，也就值得。即使不灵验，再转向请教其

① Kenneth J. Arrow (1989), 《信息经济学》，第 229 页，北京经济学院出版社。

② Max Weber (2005), 《宗教社会学》，第 3 页，广西师范大学出版社。

③ 明末莆田人氏林兆恩创立合儒、道、释三教的“三一教”。于今，莆田乡间仍遍设“三教祠”，颇得崇拜。俞坤为“三一教”的“门人”（信徒），但行为不检，败坏教门。

他神明就是。女信众玉莲说：

童乩阿兰起初收两元香火钱，近年得给五元。阿兰现时都是出四张符，一张用来调，一张用来接，一张用来送，一张拿回厝压落香炉脚，焚香呼神时有效力。如若只给两元，她遂会说是卖纸，意思是不满，似乎只卖了四张符的纸钱。反正小可的就请教阿兰，大桩的事情才会四处请教。

孙村乡老对村中一批女信众成天围着并不灵验的阿兰转来转去颇有微辞——“哎呀，阿兰现时变成你们这几个人私家的菩萨了。”乡老是出于善意劝说这些女信众不要糊涂下去。不过，这批女信众不见得就是非理性。以“经济分析”的术语讲，这叫“偏好稳定”；而如果进一步引进信息经济学的视角，则可以理解为这是信众出于效用最大化的考虑：第一，信众可以因此获得连续性信息，而在连续信息上的支出远低于由它的边际社会生产率所决定的最优水平；第二，信众可以因此获得确定的信道，因为每一个体自身就是一束日积月累的信息，采用与这些信息相联系的方式去开辟确定的信道要比其它方法更廉价。^①

在信众理性的反复较量之下，大有神算不如人算之势，“童乩”的灵力也将因此受到挑战。

四、各领神威两三年

蔡佩如在考察台南地区的女“童乩”后发现，女“童乩”灵验知名度的建立，主要经由两种途径：一是对现代医学无法解决的疑难杂症的排解，二是为证明自己确有神力而在公开场合（进香或庙会）自我毁伤。^②孙村的女“童乩”由于将其职能自我定位为为家户提供解惑型信息，故只要最终能有效排解村民眼中（不等于现代医学眼中）的疑难杂症，就可声名鹊起，即村人说的“有灵”，所谓“有求必应”。

照陈纬华的定义，“灵力”（magical power）指神明能感受人们的祈求而有所回应的能力，亦即感应力，灵力是其一神明或整个民间信仰能否生存的关键。神明灵不灵的判准是社会性的、公共性的，灵力非自然状态，而是人为的结果，每一尊神明的灵力并非固定不变，而是处于会兴会衰的动态变迁之中。^③而王斯福

^① Kenneth J. Arrow (1989), 《信息经济学》, 第 199 页, 北京经济学院出版社。

^② 蔡佩如 (2001), 《穿越天人之际的女人——女童乩的性别特质与身体意涵》, 《清华人类学丛刊》四, 第 85 页, 台湾: 唐山出版社。

^③ 陈纬华 (2008), 《灵力经济: 一个分析民间信仰活动的新视角》, 《台湾社会研究季刊》第 3 期。

(Stephan Feuchtwang) 也认为,“‘灵’是一个由社会制造出来的概念,就像声望这个概念一样,它是外在于个人动机活动之外的”^①。

需要进一步探究的是,社会是如何制造灵力的。对此,王斯福并无明确的解释。而陈纬华的解释是从寺庙的宗教经营、灵力经济(the economy of magical power)的维系(维护“灵力”的似真性)和再生产的角度进行的,它需要对地方社会资源的动员,需要以“婉饰”(euphemism)的策略维护民间信仰场域神圣性的功能。^②在这一解释视角下,信众似乎是被动的,看不到信众在宗教生活,包括在对神明灵力建构或解构过程中的主动性。

让我们再度回到孙村。孙村现有八位女“童乩”,都是50岁以上的中老年妇女,其中只有一位读过小学三年级,其它全为文盲,她们的儿子及儿媳也都在外地营生。她们在家留守,除照顾孙辈之外,也从事少量的农业劳动,可以说,她们并非职业化的“童乩”。她们大多是在自家厅堂摆上香案,供奉附体的神明,并接受信众的“请教”。只有年逾六旬的阿兰和玉兰母有点例外。因为阿兰在自家石板房的二楼天台上,加建了一小间作为其“起驾”(为神明附体)的专门场所。玉兰母则在家宅南侧20米处搭建了一间小宫庙,算是“私坛”^③。按她们俩的解释,这是为了神明清静,以免家庭日常生活中的污秽冲犯神明。在孙村女“童乩”声称为神明附体之初始,只有家人或同一“角头”(宗族)的少数人知道,然后由近及远、由亲而疏传播开来。这不像1980年代初的男“童乩”喜欢在娱神的公众场合表现其已为神明附体的信息。今天孙村女“童乩”声名或灵力传播的远近及持续的长短,主要并非其经营的结果——因为她们缺乏社会资源和个人能力,而是信众传播、整合其灵验信息的结果,此不可与台湾寺庙经营“灵力经济”的状况相提并论。

村人“土坯”说:

童乩显灵也都是忽兴忽败,一般也就两三年。两三年后,这童乩也就过气了,又有新的童乩出来显灵。

“土坯”的说法得到其他村人甚至包括女信众的印证。她们说:

是呀,菩萨也会拣人。刚附身时,大灵验。过一时候,菩萨觉察到拣错

^① Stephan Feuchtwang (王斯福,2008),《帝国的隐喻》,第158页,江苏人民出版社。

^② 陈纬华(2008),《灵力经济:一个分析民间信仰活动的新视角》,《台湾社会研究季刊》第3期。

^③ 孙村女童乩玉兰母所盖的微型宫庙里塑有仙女像,因雕塑师傅技术差,仙女形象不佳。开光后,玉兰母为仙女附体,“起驾”哭泣道:“将寡塑许丑。”(把我塑得那么丑)此事一时成为孙村人的笑谈。

人了，渐渐不相信附身了。四处去请教新当行的童乩，遂会灵验。

而孙村的乡老则对此作了如下解释：

为何本村童乩在本村人渐渐不相信的时候，反而外乡人来请教不断？或者说为何本村人喜欢到外乡去找童乩？大家反正都是盲人骑马。历古都是讲“近庙气神”嘛。

从孙村乡老的“近庙气神”说法中，可以探究童乩灵力兴衰的奥秘。因为本村人请教本村童乩的次数多了，就会渐渐了解到其应验的概率，毕竟应验的少，不应验的多。不应验的次数累积多了，信众虽不愿明说，但各自心知肚明，认为童乩不灵了，从而也就不抱期望了——“最大化的预期效用决定了个体的行为，其中的预期是根据个体本身的概率计算的”^①。如果遇家人患重症（如癌症或不孕不育症），就愿意付出更多的时间和经济成本，扩大寻访神明的半径范围，到外乡去寻找童乩。而一旦到了外乡，看到远道而来的各路信众济济一堂，并且都在相互交流或者传颂该童乩灵验的消息，从而愈加提升了初访者对该童乩灵验的信度。从信息经济学的视角看，“当信息不均匀地分布时，不仅存在着对获取信息的刺激，而且存在着对传播信息的刺激”^②，其所传播的信息既有已被证实的，也包括已被证伪的。

不过，信息经济学还是没有穷尽人类社会生活的复杂性，譬如寻访神明的信众有意对神明灵验信息采取的单向性的传播策略。虽然所有的童乩都叫信众回来回话——“还愿”，但愿意回来回话的都是自认为得到灵验的信众，并且，回来报告神明灵验也是属于增添神明荣光的行爲，当受到神明进一步的护佑。那些没有得到灵验的信众，则不愿回来回话，这既是出于对神明形象的维护——传播神明不灵乃是对神明的大不敬，也是出于对自家形象的维护——不灵验的原因也许是因为患者在前世罪孽深重而得不到解脱。

如果以某位童乩为同心圆的圆心，则其周边的第一批信众可称为其灵力辐射的内圈层，由于内圈层的信众对童乩灵验的负面信息进行自我管束和过滤，必然使外圈层的信众处于负面信息的屏闭状态，而只是从内圈层接受到正面的灵验信息，从而建构出某童乩灵验的正面形象。等到外圈层的信众又累积出灵验的负面信息之后，又对灵验的负面信息进行过滤并只将正面的灵验信息传播给更外圈层的信众。依此类推，使童乩灵验的声名次第远播。这种“击鼓传花”式的灵验信息传递，完全有可能出现如下有趣的“围城”现象：某位在本村人看来无灵验可

^{①②} Kenneth J. Arrow (1989):《信息经济学》，第230页、第166页，北京经济学院出版社。

言的童乩却刚刚开始在外乡显灵，于是，本村人要到外乡拜新神明，而外乡人却要来本村求老神明。这也是所谓“墙内开花墙外香”、“外来的和尚好念经”的道理所在。

由此可以发现童乩灵力辐射范围变迁的规律，即随着时间的推移，童乩的灵力辐射半径由近及远。在空间上，童乩灵力的覆盖面并非呈圆形或扇面区域，而是呈圈层结构；在时间上，童乩灵力只有在内圈层的辐射力衰退之后才进而辐射到外圈层。由于现在乡村的机动交通越来越便利，所以，童乩灵力辐射的外圈层的范围半径也越来越大（其至大半径一般在信众凭机动交通当天可往返的距离之内），这也导致信众眼中堪当重任的灵验神明的本土化色彩越来越淡——孙村女童乩奉侍的诸如“观音”、“仙女”之类并无多少社区色彩的神明正好找到了大展神威的宽广空间；又由于固定电话和手机在现在乡村的普及，村人之间的信息沟通越来越迅捷，外乡童乩灵验的信息常常不驰而至，所以，童乩灵力辐射从内圈层到外圈层的推移速度越来越快，这也导致童乩灵力的生命周期越来越短，再盛极一时的童乩，也只能各领神威两三年。如今乡村灵验性神明的跨地域性、去社区化以及童乩生命周期的短暂化对乡村社会以及村人心态的别样影响，容另文探讨。

各路信众你来我往愈益频繁，不绝于寻访愈来愈远的他乡神明的遥遥路途。这是今天孙村一带的特殊乡村景观。而在孙村，相映成趣的是，每当村人碰到远方的信众来此打听早已失灵过时的童乩居家所在时，孙村的成年男性总是不免在事后摇头兴叹：“真是信则有，不信则无！”

2008年11月10日至18日作于珠江南岸与点堂

参考文献

- 吴重庆（2008），《“后革命时代”的人、鬼、神》，载孙江主编的《新史学》第二卷，中华书局。
- 林本炫（2003），《改信过程中的信念转换媒介与自我说服》，载林美容主编的《信仰、仪式与社会》，台湾：中央研究院民族学研究所。
- 蔡佩如（2001），《穿越天人之际的女人——女童乩的性别特质与身体意涵》，《清华人类学丛刊》四，台湾：唐山出版社。
- 方文（2005），《群体符号边界如何形成？——以北京基督新教群体为例》，《社会学研究》第

- 1 期。
- 李贞德 (2003), 《最近中国宗教史研究中的女性问题》, 载李玉珍、林美玫合编的《妇女与宗教: 跨领域的视野》, 台湾: 里仁书局。
- Arthur P. Wolf (1974), "Gods, Ghosts, and Ancestors," in *Religion and Ritual in Chinese Society*, Ed by Arthur P. Wolf, Stanford University Press.
- 林美容 (2003), 《台湾区域性宗教组织的社会文化基础》, 载李玉珍、林美玫合编的《妇女与宗教: 跨领域的视野》, 台湾: 里仁书局。
- Thomas F. O'Dea 和 Janet O'Dea Aviad (1990), 《宗教社会学》, 中国社会科学出版社。
- Peter L. Berger (1991), 《神圣的帷幕》, 上海人民出版社。
- Cary S. Becker (2003), 《人类行为的经济分析》, 上海三联书店。
- Kenneth J. Arrow (1989), 《信息经济学》, 北京经济学院出版社。
- Max Weber (2005), 《宗教社会学》, 广西师范大学出版社。
- 陈纬华 (2008), 《灵力经济: 一个分析民间信仰活动的新视角》, 《台湾社会研究季刊》第 3 期。
- Stephan Feuchtwang (王斯福, 2008), 《帝国的隐喻》, 江苏人民出版社。
- 李贞德、梁其姿主编 (2005), 《妇女与社会》, 中国大百科全书出版社。
- 游监明、罗梅君、史明主编 (2007), 《共和时代的中国妇女》, 台湾: 左岸文化。
- 林娟芬 (2007), 《晚年妇女丧偶后的适应》, 上海人民出版社。
- 韦兴儒 (2001), 《女巫》, 贵州人民出版社。
- Robin Briggs (2005), 《与巫为邻》, 北京大学出版社。
- 李亦园 (2004), 《宗教与神话》, 广西师范大学出版社。
- 张珣 (2000), 《疾病与文化》, 台湾: 稻乡出版社。
- 张珣 (1995), 《人类学与中国妇女研究》, 载《近代中国妇女史研究》第 3 期, 台湾中央研究院近代史所编。
- 日本京都文教大学“宗教与痊愈”研究会 (2000), 《宗教与痊愈》, 三五馆。
- 黄应贵主编 (1993), 《人观、意义与社会》, 台湾中央研究院民族学所。
- 文荣光、林淑铃、陈宇平 (1994), 《灵魂附身、精神疾病与心理社会文化因素》, 载杨国枢主编的《本土心理学研究》第 2 辑, 台湾大学心理学系编。