

## رویکرد اقتصادی در دین‌پژوهی\*

رادنی استارک<sup>۱</sup>

محسن زندی\*\*

### اشاره

رویکرد اقتصادی از تازه‌ترین عرصه‌های دین‌پژوهی است که هنوز جای چندانی در محافل علمی کشورمان باز نکرده است. اقتصاددان انگلیسی، رادنی استارک، در این مقاله تلخیص‌شده، با بیانی شیوا و به شیوه‌ای میان‌رشته‌ای و استفاده از اصول روان‌شناسی و جامعه‌شناسی دین به معرفی این رویکرد می‌پردازد. البته مانند هر رشته علمی دیگری، این علم نیز مبتنی بر پیش‌فرض‌های پیدا و پنهان بسیاری است. هویداترین فرض این مقاله، همان اصل انتخاب عقلانی است که ارج فراوانی در برخی گرایش‌های موجود در اقتصاد، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی شناختی و... دارد و بر آن است که رفتار آدمیان، هدفدار و سنجش‌گرایانه است. حوادث اجتماعی نیز حاصل جمع اعمال افراد زیادی هستند که بر اساس محاسبات عقلانی (عقل ابزاری و پیری) عمل می‌کنند. اما نظریه رقیب جداً بر آن است که مردم بیشتر عادت‌گرا هستند تا عقل‌گرا؛ در نتیجه اکثر رفتارها معلول تربیت (شرطی‌سازی کلاسیک و عامل، و یادگیری مشاهده‌ای) و نیز ساختارهای اجتماعی هستند.

**کلیدواژه‌ها:** کثرت‌گرایی در عرضه، اصل انتخاب عقلانی، عرضه و تقاضا، بازار رقابت

---

\* مشخصات کتاب‌شناسی این اثر چنین است:

Rodney Stark, (2006), "Economics of Religion" in *The Blackwell Companion to the Study of Religion*, Robert A. Segal (ed.), Blackwell Publishing Ltd.

\*\* دانشجوی دکتری مدرسی معارف اسلامی.

رویکرد اقتصادی به دین، رویکردی تازه است که در اصل، بیشتر کار جامعه‌شناسان بوده است، تا اقتصاددانان (see Young 1997). خوشبختانه اخیراً تعدادی از اقتصاددانان جوان به رویکرد اقتصادی به دین — که توسط جامعه‌شناسان توسعه یافته بود — علاقه نشان داده‌اند. در سال ۲۰۰۴، سازمانی از اقتصاددانانی که علاقه‌مند به انجام تحقیق در باب دین بودند شکل گرفت که من هم یکی از مؤسسان آن بودم. رویکردهای علمی اجتماعی به دین از گذشته بر تقاضا — که معمولاً آن را «نیاز» می‌نامند — تأکید می‌کنند و مدعی‌اند مردم به علت محرومیت‌های اجتماعی، آرزوهای ناکام، روان‌رنجوری، جهالت، ترس، عقده‌آدیب، آگاهی غلط و برخی دیگر از نقص‌های انسانی به سمت دین و ایمان روی می‌آورند؛ اما رویکرد اقتصادی در دین‌پژوهی، برخلاف [این رویکردهای منفی‌نگر به دین]، دیدگاهی میانه درباره تقاضا برمی‌گزیند و فرض را بر این می‌گذارد که رفتار دینی می‌تواند به اندازه سایر فعالیت‌های انسانی، معقول و منطقی باشد. آنچه در تمایز رویکرد اقتصادی از دیگر رویکردها اهمیت بیشتری دارد، تأکید رویکرد اقتصادی بر عرضه، و نیز این نگاه بنیادین است که بیشتر تغییراتی که در تقاضا برای دین صورت می‌گیرد، نتیجه نوسان در تأثیر، کارایی و تنوع عرضه‌کنندگان دینی است. شواهد بسیاری وجود دارند که تقاضای دینی در طول زمان پایدار و بادوام است و در مقابل، تغییر دینی تا حد زیادی محصول تغییرات در جانب عرضه است. در واقع، در حالی که تقاضای دینی نسبتاً ثابت باقی می‌ماند، این سطح عرضه‌کنندگان است که بالا و پایین می‌رود؛ در نتیجه، سطح کلی مشارکت دینی روی هم‌رفته، تابع تنوع و توانایی عرضه‌کنندگان است (see Stark and Finke, 2000; Stark, 2003).

من در این فصل می‌خواهم بینش‌های بنیادینی را ترسیم کنم که تا این لحظه توسط رویکرد اقتصادی به دین به دست آمده‌اند. برداشت‌های خیلی کامل‌تر را می‌توانید در برخی آثار تازه انتشاریافته من ببینید (see Stark and Finke, 2000; Stark, 1996, 2003, 2004, 2005). رویکرد اقتصادی به دین بر نه اصل بنیادی زیر بنا می‌شود:

۱. دین دربرگیرنده تبیین‌هایی در باب هستی است که بر پایه فرضیات ماوراءالطبیعی (supernatural) شکل گرفته‌اند؛ مانند گزاره‌هایی در باب امور ماوراءالطبیعی و درباره معنای غایی (see Stark 2004).

لبّ لباب همه ادیان بیان معنای زندگی (اگر چنین معنایی وجود داشته باشد) و همچنین خصوصیاتِ ماوراءالطبیعه است. واژه «ماوراءالطبیعه» گسترده‌تر از واژه «خدا» است. البته به این نکته باید توجه داشت که ادیان فاقد خدا در ایجاد جذابیت برای توده مردم ناتوان‌اند. با این تعریف، جادو نیز خارج می‌شود؛ زیرا جادو به معنای غایی (ultimate meaning) نمی‌پردازد و نوعاً حتی تبیینی از سازوکار خودش هم عرضه نمی‌کند، چه رسد به موضوعات عمیق‌تر.

البته بدیهی است که در دین چیزی بیش از اعتقاد وجود دارد. باید توجه داشت ما تنها در صورتی که بدانیم دین چیست، می‌توانیم کنش‌ها و احساسات دینی را از غیردینی تمییز دهیم. مراسم عشای ربانی (High Mass) و اجتماع حزب نازی آلمان، هر دو صلاحیت این را دارند که به‌عنوان آیین توصیف شوند، و هر دو می‌توانند الهام‌بخش احساسات و هیجانات شرکت‌کنندگان باشند؛ اما تنها با توجه به اینکه کدام‌یک از آن دو در فرضیات ماورای طبیعی ریشه دارد و کدام یک چنین نیست، می‌توان آنها را از یکدیگر متمایز کرد. وقتی که من به آیین و مناسک دینی اشاره می‌کنم، منظورم مناسکی است که به دلایل دینی به جا آورده می‌شوند. استفاده از واژه کلی «دین» به‌عنوان یک توصیف‌کننده، گنجاندن همه جنبه‌های دین و حیات دینی را، بدون استفاده از تعاریف پیچیده، برای ما مقدور می‌سازد.

۲. هسته مرکزی اعمال دینی متضمن روابط مبادله‌ای میان انسان‌ها و امور ماورای

طبیعی است.

اگر امر ماورای طبیعی، صرفاً ذاتی ناآگاه تلقی گردد، در آن صورت اعمال دینی، فاقد شور و شدت و تمرکز می‌شوند. برای مثال، در شکلی در آیین دائو، از آنجا که هیچ موجود آگاه (Conscious being) ماوراءالطبیعی در آن نیست تا به درگاه او دعا شود و از او مسئلت گردد، تقاضای از دائو، شکلی از توسل کورکورانه به شانس را به‌خود می‌گیرد؛ اعمالی چون چرخ‌های دعا،<sup>۳</sup> و یا نوشتن عریضه برای خوشبختی در تکه‌های کاغذ و بستن آنها به یک سیم و به‌دست باد سپردن آنها نیز چنین وضعیتی دارند. روشن نیست که آیا این کنش‌ها را می‌توان عبادت نامید؟ و آیا عیار عبادت بودنشان بیش از این کنش قماربازهاست که بر تاس می‌دمند و می‌گویند: «یالاً، شش بیا».

از همین روست که ادیان بی‌خدا محدود به معدودی از نخبگان‌اند و حتی در میان ادیان بی‌خدای آسیایی نیز بیشتر مردم اعمال دینی‌شان را به سمت خدایان سوق می‌دهند. در ادیان خدامحور دو سؤال بر حیات دینی مردمان حکم فرماست: *خدایان چه می‌خواهند؟* و *خدایان چه می‌توانند بدهند؟* پاسخ‌های متنوع به این دو سؤال است که محدوده فرهنگ و رفتار دینی را تعیین و جهت‌دهی می‌کنند. با عریان نمودن ذاتیات دین معلوم می‌گردد که ادیان خدامدار از روابط مبادله‌ای با خدایان تشکیل شده‌اند، و همه سؤال‌ها (همانند این سؤال که چرا مردم هر عمل مقدس خواسته‌شده‌ای را انجام می‌دهند) با توجه به همین نکته محوری است که پاسخ داده می‌شوند: *زیرا آن مایه خشنودی خدایان است*. اما چرا مردم خشنودی خدایان را در سر می‌پروراندند؟ به این امید که [در نتیجه خشنودی خدایان] *منافعی را به دست آورند و از ضرر و زیان جلوگیری کنند*. درست است که مردم بیشتر اوقات با طیب خاطر و بدون منفعت‌اندیشی، پیوندهای عاطفی و تعهد خود را نسبت به خدایان گسترش می‌دهند و آنها را عبادت و پرستش می‌کنند؛ اما حتی در این صورت نیز، اساس رابطه مبادله‌ای باقی می‌ماند، و مردم دیندار در اذعان به اینکه *مبادله (exchange)* پیام مرکزی بیشتر سرودهای نیایش و نمازها و دعاهای عبادی است بی‌میل نیستند. علاوه بر این، چنان‌که خواهید دید، توانایی دین در ایجاد روح تسلیم و تعهد، به قابل اعتماد بودن و گستره قدرت خدای آن دین در ادراک و تلقی پیرو آن دین، و همچنین بر ارزش درک‌شده از پاداش‌هایی که آن خدایان می‌توانند به‌طور قابل‌قبولی عرضه کنند، بستگی دارد.

هم تحقیقات انسان‌شناختی و هم تحقیقات تجربی نشان داده‌اند که باورهای مربوط به ماهیت امور ماوراءالطبیعی، در قیاس با مناسک، ویژگی اساسی‌تر دین هستند. این تحقیقات نشان می‌دهند که در مبادلات با ماوراءالطبیعه تأکید بر اجرای درست و کامل شعائر، تابع نیروهای منسوب به عامل ماوراءالطبیعه‌ای است که آن شعائر معطوف به او هستند (see Lawson and McCauley, 1990).

### ۳. در هر جامعه‌ای، سلايق دینی مردم با یکدیگر تفاوت دارد.

اگر قرار باشد مردم را بر اساس شدت خواسته‌های دینی‌شان درجه‌بندی کنیم، نتیجه آن تقریباً منحنی زنگوله‌ای شکلی خواهد شد بدین صورت که: برخی مردم با شدت زیادی خواهان دین هستند، برخی دیگر خیلی نمی‌خواهند دین وارد زندگی‌شان شود،

و بیشتر مردم طالب ایمانی‌اند که در قبال خواسته‌های گوناگون پاداش‌های ارزشمندی به ایشان ارائه کند و همچنین انتظار دارند که این خواسته‌ها در تعداد و هزینه متعادل باشند. به سبب اهمیت تنوع در علایق دینی است که همه جوامع دربردارنده مجموعه‌ای از موقعیت‌های نسبتاً ثابت دادوستد [در محصولات دینی و فرهنگی] هستند — یا مجموعه‌ای از گروه‌هایی که اعضای آنها ترجیحات، نیازها، علایق و یا انتظارات دینی مشترکی دارند — وجود این موقعیت‌های [بازارهای] مناسب دادوستد محصولات دینی، تأثیرات شگرفی بر عرضه‌کنندگان محصولات دینی دارد؛ بدین معنا که: هیچ واحد عرضه‌کننده‌ای به‌تنهایی نمی‌تواند تمام موقعیت‌های عرضه و تقاضا را پُر کند، و در نتیجه همه صنوف را راضی نگاه دارد. از این‌رو موقعیت طبیعی دین در هر جامعه‌ای کثرت‌گرایی (pluralism) است؛ یعنی وجود مجموعه متنوعی از عرضه‌کنندگان که هر کدام خواستار جایگاهی ویژه در بازار یا مجموعه محدودی از موقعیت‌های مناسب [در بازار دادوستد محصولات دینی] هستند. من کثرت‌گرایی را موقعیت طبیعی، و نه رایج، دین در جوامع می‌دانم؛ زیرا معمولاً کثرت‌گرایی به نفع انحصارطلبی دینی منکوب شده است.

اما انحصارگرایی‌های دینی اموری غیراصیل و مصنوعی‌اند؛ زیرا تنها در فضایی موجودیت می‌یابند که نیروی قهری برای جلوگیری از رقابت به‌کار گرفته می‌شود؛ البته تحمیل ضرورتاً متضمن به‌کارگیری نیروی علنی نیست. در اروپای معاصر حکومت‌های بسیاری شیوه‌های کمتر وحشیانه‌ای را به‌کار می‌گیرند تا همه گروه‌های دینی غیر از کلیسای دولتی را در وضعیت نامساعد و دشواری قرار دهند. اگرچه از کثرت‌گرایی ممانعت می‌شود، اما نتیجه آن چیزی جز نارضایتی، بی‌تفاوتی، و خصومت‌های دینی نخواهد شد؛ زیرا در این‌صورت علایق و سلايق متنوع دینی مردم، در بیشتر موقعیت‌های دادوستد ارضانشده با محصولی مناسب باقی می‌ماند. چنان‌که خواهیم دید، این ناتوانی در برآورده کردن تقاضاها، علت سطح پایین مشارکت دینی را در بسیاری از کشورهای اروپا، علی‌رغم سطح بالای ایمان و عقیده مردمان آن دیار، توضیح می‌دهد (see Davie, 1994). نیروهایی که از خواسته‌های ارضانشده پدید می‌آیند موجب پیدایش بدعت‌ها و جنگ‌های مذهبی می‌شوند (see Stark, 2003).

۴. مردم به همان اندازه در انتخاب‌های دینی‌شان منطقی و عقلانی عمل می‌کنند که در تصمیمات غیردینی چنین‌اند.

نظریاتی که ریشه دین را در جهل و عدم عقلانیت می‌پندارند، بیشتر از احوالات نظریه‌پردازانشان پرده برمی‌دارند تا از مقوله رفتار انسانی. در اینجا دو مسئله مطرح است. اولین آنها در ارتباط با آن چیزی است که اصطلاحاً فرض انتخاب عقلانی (rational choice) نامیده می‌شود: [اصل اولیه بر این است که] انسان‌ها به طلبیدن منافع و دوری کردن از هزینه‌ها متمایل‌اند. با اینکه برخی دانشمندان علوم اجتماعی تلویحاً برآن‌اند که اتخاذ چنین فرضی در حکم پیمان بستن با شیطان است، اما بدیهی است که درون محدوده و مرزی روشن، انسان‌ها موجوداتی عاقل هستند و طبق همان نیز عمل می‌کنند. البته همگان اذعان دارند که رفتار انسانی همواره عقلانی نیست، و بلکه در معرض خطا، تمایلات، هوس‌ها و... قرار دارد؛ اما بهترین فرضیه برای شروع بحث آن است که رفتار آدمی را عقلانی بدانیم، بدین معنا که مردم معمولاً می‌کوشند تا چیزی را اتخاذ نمایند که بهترین انتخاب در رسیدن به اهدافشان تلقی می‌کنند؛ حال چه این مقاصد خودخواهانه باشند و چه قابل تحسین. با جرح و تعدیلی مناسب، صورت منطقی اصل انتخاب عقلانی این‌گونه بیان می‌شود: در پیگیری منافع (منفعت به معنای آنچه مطلوب و ارزشمند شمرده می‌شود)، مردم تلاش می‌کنند تا انتخاب‌های معقولی (به معنای مؤثر و کارآمد) داشته باشند، که البته این عقلانیت توسط [کیفیت و کمیت] اطلاعات آنان، حق انتخاب‌هایی که دارند، و نیز به وسیله برداشت و ادراک آنان از آنچه درگیر آن‌اند، محدود می‌شود. مردمان در آنچه ارزشمند می‌شمارند، متفاوت‌اند و این تفاوت ناشی از شکل‌های مختلف فرهنگ و انحای متعدد جامعه‌پذیری است؛ البته تأثیر شخصیت و دلبستگی‌های اخلاقی و فقهی را نیز باید در نظر داشت.

اگر رفتار ما اساساً غیرعقلانی بود، نه فقط علوم اجتماعی بی‌اعتبار می‌شدند، بلکه زندگی اجتماعی نیز می‌توانست ناممکن باشد؛ زیرا اگر رفتار دیگران مطلقاً غیرقابل پیش‌بینی بود، ما نمی‌توانستیم با یکدیگر روابط متقابل داشته باشیم.

مسئله دوم، این ادعای برخی نظریه‌پردازان است که می‌گویند با وجود اینکه بیشتر اقسام کنش‌های انسانی معیار عقلانیت را به‌همراه دارند، اما رفتار مذهبی این‌گونه نیست؛ زیرا در جهل و روان‌رنجوری ریشه دارد. این دیدگاه به دوران ابتدایی علوم

اجتماعی و روان‌شناختی برمی‌گردد. اما پژوهش‌های علمی همه این ادعاها را بی‌اعتبار اعلام می‌کنند (see, Stark and Finke, 2000). انبوهی از مطالعات معتبر نشان می‌دهند که بی‌تردید دین سهم بسیاری در بهداشت و سلامت روان مردمان دارد. مردم دیندار اساساً کمتر مستعد روان‌رنجوری، اضطراب، افسردگی و سایر مشکلات روان‌شناختی هستند. در بسیاری از جوامع، هرچقدر مردم فرهیخته‌تر باشند، احتمال حضورشان در کلیسا بیشتر است، و در میان هیئت علمی‌های دانشگاه‌ها نیز کسانی که در علوم پایه فیزیکی و طبیعی مشغول‌اند، مذهبی‌تر از هم‌قطاران‌شان در سایر رشته‌ها هستند. جنبش‌های دینی پرشور، معمولاً در وهله اول بر دوش طبقات بالای جامعه بنا شده‌اند تا مردم فقیر یا طبقه دهقانان و کشاورزان (see Stark, 1996, 2004).

##### ۵. ادیان در توانایی دمیدن روح تسلیم و تعهد تفاوت بسیاری با یکدیگر دارند.

تصویری از ماوراءالطبیعه که هر دین بر آن مبتنی است، معین می‌کند که آن دین چگونه به کار بسته شود، و نیز مشخص می‌کند که دین چه خواسته‌هایی را می‌تواند برای پیروانش وضع نماید. ماهیت و مدت زمان ارتباط‌های مبادله‌ای بین انسان‌ها و خدایان را گستره وجودی و میزان توانایی خدایان معین می‌کند. در ادیانی که به خدایان متعددی اعتقاد دارند، لاجرم توانایی و حوزه عمل هر یک از خدایان نیز کمایش محدود می‌شود؛ در نتیجه مبادلات ممکنه با آنان نیز کوتاه‌مدت و متضمن پیشکشی فوری به امید پاسخ‌گویی فوری خواهد بود؛ مانند آیین رقص [طلب] باران. هر جا که معابدی با خدایان بسیار باشد، حاجت‌مندان، بیشتر به دنبال خدای مناسبی می‌گردند که فکر می‌کنند متخصص برآورده کردن احتیاجات فعلی آنان است. از سوی دیگر، خدایانی که در برآوردن حاجات موفق نشوند، اکثراً به دلیل روی آوردن پیروانشان به خدایانی که قابل اعتمادتر به نظر می‌رسند، رها می‌شوند.

بنابراین بدیهی است که چندخدایی (polytheism) در به وجود آوردن روابط مبادله‌ای بلندمدت و انحصاری بین انسان‌ها و خدایان ناتوان است. روابط مبادله‌ای درازمدت با یک خدای واحد، صرفاً در یکتاپرستی یافت می‌شود. علت این امر فقط این نیست که اعتقاد به «خدای واحد حقیقی» خدایان جایگزین را بیرون می‌راند، بلکه تنها خدایانی که دارای چنین اختیار وسیعی هستند پاداش‌هایی (و مجازات‌هایی) عرضه می‌کنند که برای ایجاد رابطه مبادله‌ای طولانی‌مدت ارزش کافی دارند. معمولاً این پاداش‌های دینی

پرازش واقعی نیز در این دنیا و اکنون محقق نمی‌شوند، بلکه در جایی دیگر، که معمولاً پس از مرگ است، به دست می‌آیند.

با وجود این حتی در درون یکتاپرستی نیز نوسان قابل توجهی در سطوح تعهد به دین‌ورزی وجود دارد. برای مثال، به هر اندازه که گروه دینی خاصی خدا را با صفت مهربان و نسبتاً کم‌دردسر و قانع معرفی کند، پاسخ اعضا نیز معمولاً با سطوح پایین مشارکت همراه خواهد بود و نقش دین در زندگی روزمره‌شان، روزبه‌روز به سوی کم‌رنگی خواهد رفت. به‌طور نمونه، در بین امریکاییان، تصویر خداوند به‌عنوان «مقتدر»، به شدت با اطاعت کردن از قانون همبسته است، در حالی که تصویر خدا به‌عنوان «مهربان»، چنین همبستگی‌ای با اطاعت از قانون را به بار نمی‌آورد (see Stark, 2004). در حال حاضر نوشته‌های بسیار زیادی وجود دارند که به اتفاق حاکی از آن‌اند که کلیساهای سخت‌گیر، کلیساهای نیرومندتری به لحاظ تعهد اعضا هستند؛ زیرا در این کلیساهای ارزش‌پاداش‌های ممکن‌الحصول، تابع هزینه کردن هستند؛ یعنی هرچه هزینه بیشتری خواسته می‌شود، پاداش و وعده مقبول‌تری نیز داده می‌شود (see Stark and Finke, 2000).

#### ۶. دین یک اراده و فعالیت جمعی است.

خیلی به‌ندرت، آن‌هم فقط دیوانگان، ایمانی خصوصی [بریده از اجتماع] را دنبال می‌کنند. حتی زاهدان عزلت‌نشین نیز به‌وسیله ایمان جمعی برانگیخته‌تر و در این راه ثابت‌قدم‌تر می‌شوند. ایجاد فرهنگ دینی معقول و رضایت‌بخش کار آسانی نیست و نوعاً محصول تلاش و تولید دسته‌جمعی و پی‌درپی است. علاوه بر این، در دین نیز، همانند مهم‌ترین محصولات فرهنگی دیگر، این متخصصان‌اند که به بهترین وجه به آن خدمت می‌کنند. بنابراین متخصصان دینی در زمره اولین کسانی هستند که با پیچیده‌تر شدن جوامع پیدا می‌شوند. کارکرد اولیه‌شان نیز «واسطه»‌گری میان انسان‌ها و خدایان است، که معاششان نیز از طریق همین فعالیت به دست می‌آید (see Stark and Bainbridge, 1987). من برای معرفی این متخصصان، در جست‌وجوی نامی که تخته‌بند فرهنگ خاصی نباشد (چنان‌که واژه کشیش (priest) دارای چنین بار فرهنگی‌ای است)، اصطلاح روحانیان را برمی‌گزینم. به بیان دقیق‌تر، روحانیان، عهده‌دار شکل‌گیری و نشر رسمی آموزه‌ها، اجرای مناسک، و به‌ویژه جامعه‌پذیری دینی<sup>۴</sup> [در میان لایه‌های مختلف اجتماعی] هستند؛ حال خواه از طریق تشرّف و پذیرش و خواه به‌واسطه



مدرسه‌های روز یکشنبه.<sup>۵</sup> به‌طور کلی می‌توان گفت که «سلامت» دین در هر جامعه‌ای به میزان توانایی و نیرویی که این متخصصان دینی صرف می‌کنند، وابسته است؛ به‌خصوص به توان و تلاش آنان در اجتماعی کردن جوانان [توسط هویت دینی]. از همین روست که می‌توان زوال اخیر فعالیت دینی در انگلستان و برخی دیگر از ملل اروپایی را معلول کاهش روند تلاش متصدیان امر دین، برای جامعه‌پذیری دینی کودکان دانست.

اینکه دین فعالیت جمعی است، راه‌حلی کلیدی برای مهم‌ترین مشکل دین به‌دست می‌دهد؛ یعنی این احتمال که دین چیزی نباشد جز «افسانه پریان». به‌عبارت دیگر، مشکل عمومی دین، مسئله اعتماد و اطمینان است. هیچ مبادله‌ای با خدایان رخ نخواهد داد تا اینکه، یا مگر اینکه، مردم به‌قدر کفایت مطمئن شوند که این همه هزینه‌ای که در جهت تعهدات دینی باید بدهند، عاقلانه و به‌صرفه است. نظیر همه سرمایه‌گذاران در موضوعات دیگر، مردم جوانب مختلف تعهدات دینی را می‌سنجند تا نسبت به آنها اطمینان پیدا کنند. از سویی، این اطمینان شخصی به دین، هنگامی که دیگران نیز اعتمادشان را نسبت به آن بیان می‌کنند، تقویت و تثبیت می‌شود؛ زیرا به‌طور معمول در طول زندگی، ما به دانش و تجربه دیگران تکیه می‌کنیم تا برای انتخاب‌های خوب یاری‌گرم‌مان باشند. علاوه بر این ما می‌آموزیم که اعتماد بیشتری نسبت به شهادت برخی از مردم در مقابل برخی دیگر بکنیم. از این‌رو گروه‌های دینی به میزان ارتباطاتی که اعضایشان از طریق پیوندهای اجتماعی پرنفوذ، از قبیل خانواده و دوستی برقرار می‌نمایند، قادر خواهند بود اعتماد والاتری را در میان شرکت‌کنندگان القا کنند. اگر شرایط دیگر را برابر بدانیم و متغیر دیگری را دخیل ندانیم می‌توان نتیجه گرفت که گروه‌های دینی صمیمی کوچک، نسبت به گروه‌های بزرگ‌تر، می‌توانند سطوح بالاتری از اعتماد و در نتیجه تسلیم و تعهد را در پیروانشان ایجاد کنند (see Stark and Finke, 2000).

همچنین مشارکت در فعالیت‌های دینی‌ای مانند شعائر، عبادات و ادعیه نیز این اعتماد را تقویت می‌کند. آسودگی خاطری که بر اثر عبادت و نماز حاصل می‌شود در بسیاری از موارد و توسط کسان بسیاری تأیید شده است. دانشمندان علوم اجتماعی، هم عقیده‌اند که مشارکت در مناسک دینی سازنده ایمان است. حتی دورکهایم می‌پذیرد که «کارکرد ظاهری مناسک باعث قوی‌شدن پیوندهایی می‌شود که شخص مؤمن با

خدایش برقرار کرده است» (Durkheim 1995: 226). البته، او طبق سنت خام و دین‌ستیز ابتدایی علوم اجتماعی فوراً اضافه می‌کند آن کاری که مناسک و شعائر آیینی حقیقتاً انجام می‌دهند تقویت پیوندهایی است که فرد را به جامعه متصل می‌کنند؛ زیرا [به نظر او] خدا فقط بیانی تمثیلی و تعبیری مجازی از جامعه است (Ibid: 226).

اگرچه عبادت و مشارکت آیینی، موجب پیدایش اعتماد به دین می‌شود، اما این تصدیق شخصی است که ابزار اصلی اطمینان‌بخشی مردم به یکدیگر در راستین بودن دینشان است.

همان‌طور که اشاره شد، تصدیق‌های یادشده زمانی مفید هستند که به‌خصوص از منبعی مورد اعتماد نشئت گرفته باشند. به همین دلیل است که دوستان، متقاعدکننده‌ترند تا آشنایان صرف. به‌ویژه اگر در این شهادت، آنان که شهادت می‌دهند سود اندکی را به‌دست آورند و یا چیز بیشتری را از دست دهند، خصلت اقناعی آن بیشتر خواهد بود. به همین دلیل است که مردم عوام اغلب از روحانیان، که در ترویج تعهد به دین منافع شخصی در میان دارند، متقاعدکننده‌تر هستند. در عین حال به هر اندازه که روحانیان یک دین سطحی از تعهد را نشان دهند که فراتر از آنچه باشد که از پیروان انتظار می‌رود، اعتماد به دین نیز رو به فزونی خواهد نهاد. شیوه‌های متعددی نیز وجود دارند که روحانیان بتوانند تعهد بیشترشان را نشان دهند.

البته، اگر سایر شرایط را برابر بگیریم، روحانیان با دستمزد خوب و کافی هرگز حریف قدرتمندی برای واعظان و مبلغان عامی و زاهدان فقیر، در رقابت‌های رودروی متصدیان دینداری برای کسب اعتبار و پذیرفتاری اجتماعی نبوده و نیستند. این مؤلفه توضیح می‌دهد که چرا همواره یک جریان زاهدانه نیرومند در سنت‌های دینی وجود داشته است: زیرا این مشرب‌های زاهدانه امتیازهای مهمی عرضه می‌کنند که به‌خوبی توان رقابت با سایر جریان‌های موجود دینی را در مبارزه برای کسب پذیرفتاری اجتماعی دارند. با وجود این حتی روحانیانی که اهل فداکاری نیستند، باز هم می‌توانند به‌طور مؤثری جماعت مخاطبشان را برانگیزانند؛ البته برای این مقصود آنان باید فقدان این اعمال فداکارانه را با نشان دادن سطح بالایی از تعهدشان به دین به شیوه‌های دیگر (اغلب به‌وسیله نمادهای بسیار مؤثر از تعهدات درونی (subjective commitments) جبران کنند.<sup>۶</sup>

سرانجام آنکه اعتماد نه‌تنها برای ایجاد سطح بالایی از تعهد در میان پیروان، بلکه همچنین برای تغییر مذهب و نوکیشی (Conversion) امری حیاتی است. بهترین تعریف نوکیشی، انتقال از یک سنت دینی به یک سنت دینی دیگر است (برای مثال از هندوئیسم به اسلام) نه از یک سازمان درون یک سنت به سازمانی دیگر در داخل همان سنت (مثلاً از لوتریسم به متدیسم) که مثالی از بازوابستگی است و نه نوکیشی. تحقیقات علمی این تصور بسیار شایع را تأیید نمی‌کنند که نوکیشی‌ها غالباً در پاسخ به جاذبه‌های ایدئولوژی دینی، به‌عنوان تلاشی برای ارضای نیازهای برآورده‌نشده رخ می‌دهند. در عوض، همچنان‌که بسیاری از تحقیقات نیز نشان می‌دهند، عامل لازم برای چنین شخصی [شخص در معرض نوکیشی] عبارت است از داشتن و یا شکل دادن ارتباط و علقه‌های شخصی تنگاتنگ با آنان که در حال حاضر وابسته به آن کیش و دین جدیدند (see Lofland and Stark, 1965; Stark and Bainbridge, 1985; Stark, 1996). مردم پیش از آنکه درباره‌ی باورهای دین جدیدی که می‌خواهند بدان بگردند چیز زیادی بدانند، ابتدا اعتمادشان به آنها [باورها و یا افراد متعلق به دین جدید] جلب می‌شود؛<sup>۷</sup> زیرا مردم، اعتبار و صحت کسان یا چیزهایی را می‌پذیرند که بدانها اعتماد دارند. از این‌رو، تغییر دین غالباً از سوی اعضای عادی، یا به‌عبارتی همان سربازان ساده‌ی یک دین، تحقق می‌یابد. تحقق این امر نیز از طریق حضور گسترده‌ای است که آنان در شبکه‌ی ارتباطات اجتماعی دارند، و ایمانشان را به دیگران سرایت می‌دهند؛ مثلاً به نزدیکان، دوستان، همسایگان و هم‌شهری‌هایشان. بنابراین گروه‌های دینی، تنها به اندازه‌ای که اعضایشان علاقه‌مند و متعهد به دعوت دیگران به دین خودشان هستند، می‌توانند نوکیشان را به سمت خود جلب کنند.

همچنین باید توجه کرد که فارغ از تعلقات اجتماعی افراد به تغییر دادن دین، احتمال چنین تغییری در همگان یکسان نیست. هرچه تعهد افراد به دینی که دارند شدیدتر باشد، احتمال تغییر دین در آنان کمتر می‌شود. از این‌رو نوکیشی‌ها به طرز چشم‌گیری سربازان تازه‌خود را از میان عوام صفر کیلومتری به خدمت می‌گیرند که تعهد دینی قبلی ندارند، و یا اینکه صرفاً وابستگی اسمی و ظاهری دارند.

۷. گروه‌های دینی‌ای که بیشترین تعهد را از اعضای خود طلب می‌کنند، قادرند از همین طریق بیشترین امکانات را نیز برای آنان فراهم کنند: کلیساهای سخت‌گیرتر نسبتاً نیرومندتر هستند.

در اینجا ما با یکی از مهم‌ترین و پرمشاجره‌ترین مسئله‌ها در مطالعات علمی اجتماعی دین مواجهیم و آن اینک: چرا مردم چنین رفتاری دارند؟ چرا آنان مشتاق‌اند فداکاری بسیار زیادی را که سازمان‌های دینی پرشور از آنان می‌خواهند انجام دهند؟

اگر به سنت علوم اجتماعی نگاهی بیندازیم می‌بینیم که طبق مرسوم، دانشمندان علوم اجتماعی این پرسش را با توجه به عدم عقلانیت پاسخ داده‌اند؛ آنان ادعا می‌کنند مردم هزینه‌های بالایی برای دین خود می‌دهند؛ زیرا مردمانی که یاد گرفته‌اند تعهد عمیق و شدید را امری طبیعی و لازم قلمداد کنند، نمی‌توانند جایگزین مناسب دیگری برای دینشان تشخیص دهند. البته شواهد چشم‌گیری نیز وجود دارند که مردم هزینه‌ها و منافع تعهد دینی را سبک سنگین می‌کنند. اگر دیگر شرایط را برابر بگیریم، در واقع شواهد قابل توجهی از گرداگرد جهان وجود دارد که مردم خواستار آن‌اند که پرداخت هزینه‌های دینی را به حداقل برسانند و یا دست‌کم به تأخیر بیندازند، و حتی برخی تا آنجا پیش می‌روند که می‌خواهند خدایان را نیز با کلاه‌های شرعی فریب دهند (see Stark and Finke, 2000). اگر چنین نظری درست باشد، پس چرا هر کس به فرقه‌ای خاص تعلق خاطر دارد؟ چرا فرقه‌های شاهدان یهوه (Jehovah's Witnesses)، تعمیدیان نخستین (Primitive Baptists)، و ناصری‌ها (Nazarenes) به صورت دسته جمعی به ادیان کم‌هزینه‌تری که توسط گروه‌های کم‌دردس‌تر و کم‌تنش‌تری چون انگلیکن‌ها و یونیتارین‌ها<sup>۱</sup> عرضه می‌شود، نمی‌پیوندند؟

پاسخ این دست سؤالات را می‌توان در اصول پایه اقتصادی یافت. با توجه به این اصول، قیمت و بها تنها یکی از عوامل دخیل در مبادله است. مؤلفه دیگر کیفیت است. ترکیب این دو، برآورد ارزش را به بار می‌آورد. راز قدرت گروه‌های پرزحمت و با تنش بالا در این نکته نغز قرار دارد: به‌رغم وجود هزینه بالا، آنها ارزش بالاتری را عرضه می‌کنند. در واقع، آنها تا اندازه‌ای به این دلیل قادر به انجام چنین کاری‌اند که گران و پرهزینه‌اند. عضویت در هر سازمان دینی پاداش‌های دینی و اجتماعی را در

بر دارد. به عبارت دیگر، علاوه بر وعده‌هایی که توسط مفاهیم دینی داده شده‌اند، لذت‌های عادی و طبیعی نیز وجود دارند که ناشی از [نفس تعلق به] گروه هستند. بنابراین در هر دو تبیین (دینی و اجتماعی)، برتری با گروه‌هایی است که عضویت در آنها با تنش بالاتر و پرداخت هزینه بیشتر همراه است.

رابطه پاداش‌های دینی با تنش، به تفاوت‌ها در تلقی از خدا و پاداش‌های آن‌جهانی بستگی دارد. خدایی که توسط گروه‌های دینی کم‌تنش‌تر معرفی می‌شود در قیاس با خدایی که هر رطب و یابسی را می‌داند، به سقوط هر گنجشکی توجه دارد و ملامت از علاقه و بخشندگی به خلق است، شایستگی کمتری به‌عنوان یک شریک مبادله مناسب و به‌درد بخور دارد. برای نمونه پل تیلیش (Paul Tillich) می‌گوید: «تو باید هر چیز سنتی را که در باب معنای خدا آموخته‌ای فراموش کنی، و حتی شاید خود کلمه خدا را» تا بفهمی «کلمه خدا به معنای ژرفای وجود (depth of existence) است» (Tillich 1962: 63). به نظر تیلیش، وجود آگاهی وجود ندارد. تعجبی ندارد که بیشتر کسانی که تیلیش را سرمشق خود قرار داده‌اند به هیچ قسمی از خدا منتهی نشده‌اند، خواه وجود باشد و خواه به‌گونه‌ای دیگر. عنوان کتاب ال‌هیدان کمبریجی، دان کیوپیت (Don Cupitt)، همه آنچه گذشت را به‌خوبی نشان می‌دهد: *پس از خدا: آینده دین* (۱۹۹۷) (*After God: The Future of Religion*).

اما دین چگونه می‌تواند بدون خدا آینده‌ای داشته باشد؟ به نظر من، رهنمود کیوپیت، همانند این است که از مردم انتظار داشته باشیم همچنان بلیط فوتبال بخرند و در جایگاه تماشاچیان جمع شوند تا بازیکنانی را تماشا کنند که به دلیل نبودن توپ، تنها گرداگرد زمین ایستاده‌اند. اگر موجودات مافوق طبیعی وجود نداشته باشند، در نتیجه، هیچ معجزه‌ای صورت نمی‌پذیرد، هیچ نجاتی و رستگاری‌ای در کار نیست، دعا و عبادت امری بیهوده است، و فرامین صرفاً حکمت‌هایی کهن هستند، و مرگ مساوی است با پایان همه چیز. در این صورت آدم عاقل دلیلی ندارد که به مسجد و کنیسه و کلیسای شبیه این برود [برای خدایی ناموجود عبادت کند و نماز به‌جای آورد].

به هر اندازه که آدمی طالب ارزش دینی است، عرضه‌کنندگان پربه‌تر را باید برگزیند. گروه‌های دینی پرهزینه‌تر نه تنها محصولات به‌مراتب باارزش‌تری را عرضه می‌کنند، بلکه در انجام آن نیز سطوحی از تعهد را ایجاد می‌کنند که نیازمند بیشترین

اعتماد [و در نتیجه، تعهد] به آن دین است؛ یعنی اعتماد به صدق آموزه‌های بنیادی، سودمندی آداب و اعمال آن، و قطعیت وعده‌های اخروی آن دین. این افزایش در اعتماد نیز به دو شیوه رخ می‌دهد: با سرمشق‌دهی توسط اسطوره‌ها و نمونه‌های برجسته تعهد به دین و معنویت، و با محرومیت یا حتی اخراج کسانی که به سبب کاهلی، تنبلی، فرصت‌طلبی و مفت‌خواری دستاوردها و سرمایه‌های مادی و معنوی دیگران و بدون پرداخت هیچ‌گونه هزینه شخصی [کسب سود بدون تلاش]، سرمشق‌های بدی را برای سایرین به وجود می‌آورند.

با توجه به این وضعیت است که لارنس آر. ایناکون (Laurence R. Iannaccone)، متوجه شد که می‌توان به وسیله درخواست هزینه‌های بالا از اشخاص، از ظهور حاضری خوری در گروه‌های دینی جلوگیری نمود، به طوری که اعضای بالقوه، مجبور به انتخاب یکی از این دو راه شوند: یا کاملاً سهمیم باشند و یا به هیچ وجه شریک نباشند (Iannaccone 1994: 1188). در این شیوه، حاضری خورهای بالقوه اخراج می‌شوند، و بدین سان از سوءاستفاده کردن از گروه محروم می‌گردند. هزینه‌های بالا عضویت را برای حاضری خورها آن قدر ناخوشایند می‌کنند که بی تفاوتی از بین برود؛ البته اعمال چنین هزینه‌های بالایی، پاداش‌های وابستگی [و تعهد به گروه] را نیز بسیار زیاده‌تر می‌کند.

البته، جماعت‌های فعال، دین صرف عرضه نمی‌کنند؛ لذت‌های قابل توجه این جهانی نیز ارائه می‌کنند. اینکه در کلیساهای پرشور و حال و با تنش بالا، به مردم بسیار خوش می‌گذرد، دیدگاه رایجی است. علاوه بر این، این گروه‌ها سطح بسیار بالایی از امنیت عاطفی و حتی مادی را نیز ارائه می‌دهند. جوامع اولیه مسیحی نیز، به علت ظرفیتشان برای تولید سطوح بالای تعهد، دژهای مستحکم دستگیری و مساعدت متقابل در جهانی بودند که تقریباً هیچ‌گونه خدمات اجتماعی در آن وجود نداشت. لذا جای هیچ تعجبی نیست که مسیحیت نخستین در جذب نوکیشان بسیار موفق بود. امروزه نیز گروه‌های دینی با تنش بالا همین‌گونه عمل می‌کنند. ضمناً خود تعهد، نوعی نیرو است.

۸. اغلب گروه‌های دینی جدید در وضعیت‌های بالای تنش شروع می‌کنند (مانند فرقه‌های دینی)، و گروه‌های موفق‌تر آنهایی هستند که به تدریج از سطح تنششان کاسته و شبه کلیسایی‌تر (more church-like) می‌شوند.<sup>۹</sup>

سازمان‌ها تا جایی که به‌وسیلهٔ تعداد محدودی از اعضای پایه‌گذار بسیار متعهد تداوم یابند، راحت‌تر شکل می‌گیرند.

البته کسانی که تا حد مورد نیاز برای تداوم‌بخشی به تولد یک فرقه برانگیخته می‌شوند، بازار نسبتاً کوچکی را شکل می‌دهند. از همین‌رو فرقه‌هایی که پیروان زیادی به‌دست می‌آورند، تقاضاهایشان را نیز تا اندازه‌ای تسهیل و تخفیف داده‌اند. ترفند آنها این است که به‌قدر کافی با جامعه سازگاری پیدا نمایند تا رشد کنند و پروبال بگیرند؛ و از سوی دیگر توقع خود از اعضا را آن‌قدر پایین نیاورند که دیگر نتوانند سطح بالایی از تعهد را در میان آنان ایجاد کنند.

همچنین این نکته را باید مورد توجه قرار داد که بیشتر فرقه‌ها هرگز سطح اولیهٔ تنششان را کاهش نمی‌دهند [و به همین سبب] رشد نمی‌کنند.

اینکه بیشتر فرقه‌ها با شکست مواجه می‌شوند، دلایل متعددی دارد. همانند همهٔ سازمان‌های دیگری که با بازار رقابت مواجهند، فرقه‌ها اغلب به دلیل فقدان جذب کافی و یا محصولی خاص با شکست مواجه می‌شوند. برخی دیگر از فرقه‌ها به دلیل بازاریابی ناموفق شکست می‌خورند. برخی فرقه‌های دیگر نیز به دلیل نزاع‌های درونی، یا فقدان رهبری کارا و پرنفوذ دچار شکست می‌شوند. گاهی اوقات فرقه‌ها با چنان سطح شدیدی از تنش شروع می‌کنند که در اصل جلوی جذب نیرو را می‌گیرد. فرقه‌های بسیاری به‌وسیلهٔ تلاش‌های یک شخص به وجود می‌آیند. آنها گرداگرد رهبری که در برقراری ارتباط با افراد مهارت فوق‌العاده‌ای دارد (که برخی آن را کاریزما<sup>۱</sup> می‌نامند) شکل می‌گیرند. در بسیاری از این نمونه‌ها به مرور زمان رشد ابتدایی متوقف می‌شود، چون قدرت و نفوذ رهبر در روابط درون‌گروهی مهار می‌شود، به‌طوری که دیگر ظرفیت بیشتری برای شکل دادن ارتباط و دوستی جدید با بیرونی‌ها ندارد.

سرانجام آنکه موفقیت یا شکست بسیاری از فرقه‌ها از فقدان موقعیت مناسب بازار سرچشمه می‌گیرد. به دلیل وجود تولیدات فراوان، فرقه‌ها با رقابت و مبارزهٔ شدیدی مواجه می‌شوند. البته این رقابت تنها در زمان و مکانی شکل می‌گیرد که در آنها پیدایش گروه‌های جدید دینی و رقابت میان همهٔ گروه‌های دینی مجاز است. اما در جاهایی که از این رقابت جلوگیری می‌شود یا، بیش از حد، به‌وسیلهٔ مقررات دولتی مانع ایجاد

می‌شود، نه تنها فرصت انتخاب‌های دینی کمی وجود خواهد داشت، بلکه بسیاری از مردم به انتخاب‌های موجود نیز جواب رد خواهند داد. همین عدم‌پذیرش انتخاب‌های محدودشده موجود، علت سطح پایین مشارکت دینی در بیشتر کشورهای اروپایی را توضیح می‌دهد؛ با وجود اینکه سطح اعتقاد [قلبی] در آن کشورها بالا باقی می‌ماند.

۹. رقابت میان سازمان‌های دینی در هر جامعه‌ای موجب برانگیختن تلاش می‌شود؛ در نتیجه این رقابت، سطح کلی تعهد دینی را افزایش می‌دهد و باعث افول باورها [و آیین‌هایی] می‌شود که فاقد تقاضای کافی در بازار رقابت هستند.

تا همین اواخر، مدافعان نظریه سکولاریزاسیون (secularization) با ادعای «استثنا بودن امریکا» (American exceptionalism) نسبت به فرایند سکولاریزاسیون دنیای مدرن، حضور پر قدرت و مستمر دین در ایالات متحده را نادیده می‌گرفتند. اما با شگفتی تمام و برخلاف پیش‌بینی‌های بسیاری از متفکران، حالا این اروپا است که به نظر می‌رسد مورد استثنایی باشد که نیازمند تبیین است [که چرا دین برخلاف سایر جاهای دنیا، در اروپا توسعه نیافته است]. پیتر برگر (Peter Berger) در این باره چنین می‌گوید:

به نظر من آنچه من و بیشتر جامعه‌شناسان دین در دهه ۱۹۶۰ در باب سکولاریزاسیون نوشتیم، اشتباه بود. دلیل اصلی ما این بود که سکولاریزاسیون و تجدد (modernity) دست در دست هم دارند [و ضرورتاً با هم رخ می‌دهند]؛ با مدرن‌سازی بیشتر، سکولاریزاسیون بیشتری رخ خواهد داد. در آن زمان این سخن نظریه ضعیفی به نظر نمی‌رسید؛ زیرا شواهد متعددی در تأیید آن وجود داشت. اما حالا من فکر می‌کنم که آن نظریه اساساً ناصحیح بود؛ زیرا بی‌شک بیشتر کشورهای جهان، امروزه سکولار نیستند؛ بلکه برعکس، جهان، و از جمله ایالات متحده، بسیار دینی است. البته یک استثنا برای این سخن، اروپای غربی است. امروزه یکی از جذاب‌ترین سؤال‌ها در جامعه‌شناسی دین این نیست که چگونه می‌توان بنیادگرایی در ایران را توضیح داد؛ بلکه این است که چرا در اروپای غربی وضعیت با سایر نقاط جهان متفاوت است؟ (Berger, 1997: 974).

این دگرگونی، وفاداران به سکولاریزاسیون را غافل‌گیر کرد و آنان را در وضعیتی قرار داد که چیزی جز تکرار ترجیح‌بندهای تکراری و ملال‌آور در باب ناسازگاری دین



با تجدد، سخن دیگری در تبیین استثنابودن اروپا [از روند روزافزون دینداری در دنیا] ندارند. با این حال، مدافعان رویکرد اقتصادی به دین همواره گفته‌اند که سطح پایین اقبال به دین در اروپا، هیچ ربطی به مدرنیته یا ناموجه بودن ایمان و باورهای دینی ندارد؛ بلکه بی‌علاقگی اروپاییان نسبت به سازمان‌های دینی، نتیجه قابل پیش‌بینی بازارهای دینی بسیار کنترل‌شده و تصنعی‌ای است که عملاً مانع وجود رقابت سالم می‌شوند. کلیساهای ثبت‌شده دولتی<sup>۱۱</sup> و مساعده‌گیرنده معمولاً رو به بی‌کفایتی و ناکارآمدی می‌روند، در نتیجه، آنچه صدمه می‌بیند دینداری عمومی است. نکته مهم این مسئله در اینجاست که در فضایی که کلیساها به‌طور جدی برای جلب حمایت مردمی رقابت می‌کنند، مردم [به‌هنگام دیدن مشکلات از ناحیه فلان سازمان دینی خاص] به‌جای اینکه کلیسا را ترک کنند، به سمت کلیسای مطلوب دیگری تغییر جهت خواهند داد.<sup>۱۲</sup>

این اصول [نه‌گانه] به سهولت بسیار در زمینه اقتصاد دینی (Religious economy) به‌کار گرفته می‌شوند؛ اقتصادی که متشکل است از همه فعالیت‌های دینی‌ای که در جامعه روی می‌دهد، یعنی: «بازاری» از هواخواهان بالقوه و بالفعل، یک یا چند سازمان (مؤسسات تجاری) که خواهان جذب یا حفظ هواخواهان‌اند، و فرهنگ دینی («محصول») که به وسیله سازمان‌ها عرضه می‌شود. به‌طور خلاصه، عناصر زیربنایی مربوط به نظریه اقتصاد دینی عبارت‌اند از: (۱) اگر مقررات دولتی در باب بازارهای دین جلوی رقابت‌ها را بگیرند، گروه‌های دینی مجاز تلاش اندکی برای جلب حمایت عوام، و در پی آن ارضا و برآورده کردن «تقاضاهای» دینی خواهند کرد. (۲) علاوه بر این، [سازمان‌های دینی و] کلیساهای مجاز توسط جاه‌طلبان تحت تسلط قرار گرفته و به‌کار گرفته خواهند شد و در نتیجه، در بیشتر موارد فاقد انگیزانندگی دینی خواهند شد. (۳) نتیجه چنین امری، بریدگی و بی‌تفاوتی گسترده عمومی خواهد بود. (۴) به‌علاوه، در فقدان [تلاش متصدیان برای] جامعه‌پذیری دینی و حمایت گروهی مؤثر، باورها و اعتقادات دینی، موقتی، مبهم و تاحدودی التقاطی خواهند شد. (۵) اگر آزادسازی و رفع محدودیت اتفاق بیفتد، نتیجه احتمالی، رونق مجدد و تجدید قوای دینی خواهد بود؛ زیرا سازمان‌های دینی شروع به رقابت جدی برای جلب حمایت‌های عمومی می‌کنند. (۶) مشارکت در سازمان‌های دینی افزایش خواهد یافت. (۷) باورها و اعتقادات دینی

محکم‌تر خواهند شد و به شدت دوام و اعتبار خواهند یافت. شواهد قابل توجهی وجود دارند که الگوی یادشده با توسعه‌های دینی اخیر در بسیاری از نقاط جهان مطابق می‌باشد.

من با رضایت خاطر بسیار می‌پذیرم که میلیاردها نفر از مردمی که در سراسر دنیا پذیرای دین با آغوشی بازند، به همان اندازه اعضای «انجمن روان‌کاوی» (Psychoanalytic Society) دارای عقل و شعورند، و بلکه [نسبت به عقلانیت متعارف عرفی] کمتر بیگانه‌اند. اگر شما با این مسئله موافق باشید، در آن صورت، بنیادی‌ترین اصل اولیه رویکرد اقتصادی به دین [یعنی اصل عقلانی عمل نمودن انسان‌ها] را پذیرفته‌اید.\*

---

\* متن کامل این مقاله به همراه ۹ رویکرد دیگر دین‌پژوهی از کتاب یادشده، با ترجمه نگارنده در دست انتشار توسط دانشگاه ادیان و مذاهب می‌باشد.

## پی‌نوشت

### 1. Rodney Stark

۲. یعنی بر خلاف نظر اولی که گذشت، به نظر مؤلف جواب سؤال‌های یادشده را باید در ناحیه عرضی جست‌وجو کرد و نه تقاضا. برای مثال در جامعه ما همیشه تشنگی نسبت به مسائل معنوی، و به ویژه عرفانی، وجود داشته و دارد؛ حال اگر متصدیان امر دینداری عرضه مناسبی در مقابل این تقاضا نداشته باشند، تقاضاها به سمت عرفان‌های به اصطلاح وارداتی و غیربومی می‌روند. در این صورت، حتی اگر از سوی مراکز دولتی و دینی نهایت سرکوب و تبلیغ منفی برضد این واردات صورت بگیرد، باز هم این محصولات جایگاه مناسب خود را خواهند یافت. بنابراین راه صحیح، عرضه محصولات بهتر برای این تقاضاها است. م

۳. Prayerwheel؛ شیئی شبیه به طبل که دعاهایی بر روی آن نقش شده است. این شیء معمولاً بر روی یک دسته نصب می‌شود و بوداییان تبت هنگام عبادت آن را حرکت می‌دهند. م

۴. religious socialization؛ به عبارتی جامعه‌پذیر نمودن دین و باورهای آن. م

۵. Sunday schools؛ قبل یا بعد از مراسم دینی در کلیسا برای آموزش مذهبی تشکیل می‌شوند. م

۶. برای مثال اگر عالمی در جنگ ملتش با دشمنان در خط مقدم شرکت نمی‌کند، اگر جنبه‌های زاهدانه و عارفانه واقعاً قوی‌ای داشته باشد، آن نقطه ضعف اجتماعی‌اش با این نقطه قوت جبران خواهد شد و باعث نادیده گرفته شدن آن ضعف می‌گردد. چنان‌که در جریان حمله مغول و یا جنگ‌های صلیبی، برخی از عارفان مسلمان در هیچ مبارزه‌ای علیه مهاجمان شرکت نکردند، اما با وجود

- گذشت چند قرن، باز هم از جایگاه و شوکت والایی برخوردارند. کسی آن ضعف اجتماعی را به‌طور جدی دنبال نمی‌کند. م
۷. شیوه جلب اعتماد دیگران از طریق بروز رفتارهای بسیار محترم اجتماعی، پیش از ارائه باورهای دینی، امروزه در تبلیغ دینی بهائیان حضور بسیار چشم‌گیری دارد. کمی جست‌وجو در بازارهای شهرهای کشورمان چنین امری را بر خوانندگان مشهود خواهد نمود. م
۸. Unitarians؛ گروهی از مسیحیان که به تثلیث مقدس مسیحیان اعتقاد ندارند.
۹. مقصود مؤلف آن است که بیشتر گروه‌های دینی جدید و حتی نظام‌هایی که با وضعیت پرشور و حال انقلابی به‌وجود می‌آیند، هنگامی که در بازار رقابت به جایگاه مناسبی دست یافتند، برای موفقیت و ماندگاری باید از وضعیت پر تنش و انقلابی خود کاسته و برای تثبیت موقعیتشان گام بردارند و از ایجاد غیرضروری وضعیت‌های پرتنش که اصل وجودشان را به‌خطر می‌اندازد، بپرهیزند؛ مگر در موارد بسیار نادری که طبق اصل پیشین، عدم اخذ هزینه‌های بالا از اعضا، موجب سستی و اهمال‌کاری آنها شود. م
۱۰. charisma؛ یکی از این افراد ماکس وبر است که مطالب بسیار مهمی در باره کاریزما دارد. برخی مباحث او را بنگرید در:

Max weber, *The Theory of Social and Economic Organization*, translated by A.M Handerson and Talkoot Parsons (New York, Oxford University Press, 1947).

و نیز بنگرید به:

- وبر، ماکس، *اقتصاد و جامعه*، ترجمه عباس منوچهری، مهرداد ترابی نژاد، مصطفی عمادزاده، تهران: سمت، ۱۳۸۴؛ و نیز تهران: مولی، ۱۳۷۴. م
۱۱. ظاهراً مقصود تمام سازمان‌های با هویت دینی است که به هر نحوی از انحاء وابسته به دولت هستند و بقایشان به جای مردم، بر حکومت و نفعات آن وابسته است. معمولاً در چنین وضعیت‌هایی، بازار رقابت فرهنگی نیز مسدود می‌شود و حکومت تنها به اندیشه‌هایی اجازه حضور و فعالیت گسترده می‌دهد که در راستای هویت خودش باشند. م
۱۲. و این نیست مگر به‌دلیل آزادی رقابت سالم میان گروه‌های دینی و عدم انحصارطلبی برخی از آنها. م

کتاب‌نامه

- Berger, Peter L. (1997), "Epistemological Modesty: An Interview with Peter Berger," *Christian Century* 114: 972–8.
- Bruce, Steve (1999), *Choice and Religion: A Critic of Rational Choice Theory*, Oxford: Oxford University Press.
- Coleman, James S. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.
- Comte, Auguste (1896), *The Positive Philosophy* [1830], ed. and tr. Harriet Martineau. London: Bell.
- Cupitt, Don (1997), *After God: The Future of Religion*, New York: Basic Books.
- Davie, Grace (1994), *Religion in Britain Since 1945: Believing Without Belonging*, Oxford: Blackwell.
- Durkheim, Emile (1995), *The Elementary Forms of the Religious Life* [1912], tr. Karen E. Fields, New York: Free Press.
- Feuerbach, Ludwig (1957), *The Essence of Christianity* [1841], tr. George Eliot, New York: Harper Torchbooks.
- Finke, Roger, and Rodney Stark (1992), *The Churching of America, 1776–1990: Winners and Losers in Our Religious Economy*, New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Freud, Sigmund (1961), *The Future of an Illusion* [1927], tr. W. D. Robson-Scott, rev. James Strachey, Garden City, NY: Doubleday.
- Hobbes, Thomas (1956), *Leviathan* [1651], Chicago: Regnery.
- Hume, David (1962), *Inquiry Concerning Human Understanding* [1748], New York: Macmillan.
- Iannaccone, Laurence R. (1994), "Why Strict Churches Are Strong", *American Journal of Sociology* 99: 1180–211.
- \_\_\_\_\_ (1995), "Risk, Rationality, and Religious Portfolios", *Economic Inquiry* 33: 285–95.
- Introvigne, Massimo, and Rodney Stark (2005), "Religious Competition and Revival in Italy", *Interdisciplinary Journal of Research on Religion* 1: www.bepress.com/ijrr.
- Lawson, E. Thomas, and Robert N. McCauley (1990), *Rethinking Religion: Connecting Cognition and Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Lofland, John, and Rodney Stark (1965), "Becoming a World-Saver: A Theory of Conversion to a Deviant Perspective," *American Sociological Review* 30: 862–75.
- Marty, Martin E., "Churches as Winners, Losers," *Christian Century* (January 27, 1993): 88.

- Scharfstein, Ben-Ami (1973), *Mystical Experience*, Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Sherkat, Darren E. (1995), and John Wilson. "Preferences, Constraints, and Choices in Religious Markets: An Examination of Religious Switching and Apostasy", *Social Forces* 73: 993–1026.
- Smith, Adam (1981), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* [1776]. 2 vols. Indianapolis: Liberty Fund.
- Stark, Rodney (1996), *The Rise of Christianity: A Sociologist Reconsiders History*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- \_\_\_\_\_ (2003), *For the Glory of God: How Monotheism Led to Reformations, Science, Witch-Hunts, and the End of Slavery*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- \_\_\_\_\_ (2004), *Exploring the Religious Life*, Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- \_\_\_\_\_ (2005), *The Victory of Reason: How Christianity Led to Freedom, Capitalism, and Western Success*, New York: Random House.
- Stark, Rodney and William Sims Bainbridge (1985), *The Future of Religion: Secularization, Revival, and Cult Formation*, Berkeley: University of California Press.
- \_\_\_\_\_ (1987), *A Theory of Religion*, New York: Peter Lang.
- Stark, Rodney, and Roger Finke (2000), *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*, Berkeley: University of California Press.
- Tillich, Paul (1962), *The Courage to Be*, London: Collins.
- Young, Lawrence A., ed. *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*. New York: Routledge, 1997.

