

MỐI QUAN HỆ GIỮA TÔN GIÁO VỚI KINH TẾ Ở TÂY NGUYÊN TỪ GÓC NHÌN VỐN XÃ HỘI

Tóm tắt: *Vốn xã hội của tôn giáo là một yếu tố khẳng định vai trò và ảnh hưởng của tôn giáo trong đời sống xã hội. Trên thế giới, vốn xã hội của tôn giáo rất được coi trọng, nhất là trong thời kỳ toàn cầu hóa và hội nhập như hiện nay. Dưới góc độ lý thuyết vốn xã hội, bài viết đề cập đến mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế. Từ đó, bài viết phân tích vốn xã hội của tôn giáo ở Tây Nguyên và tác động của nó đến hoạt động kinh tế của cộng đồng tín đồ các tôn giáo trên địa bàn này thông qua số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở các tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông năm 2013.*

Từ khóa: *Tôn giáo, kinh tế, vốn xã hội, mạng xã hội, Tây Nguyên.*

1. Cơ sở lý luận tiếp cận mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế

Trong khi vốn vật chất nói đến các vật thể hiện hữu, vốn nhân sinh nói đến tài sản cá nhân, thì vốn xã hội nói đến sự nối kết giữa con người. Đây là mạng lưới xã hội với những tiêu chuẩn giao dịch qua lại trong sự tin tưởng lẫn nhau, đồng thời là đạo lý cư xử giữa người và người trong xã hội. Theo định nghĩa của Ngân hàng Thế giới, vốn xã hội là những gì liên quan đến các cơ sở, các mối quan hệ và những giá trị truyền thống. Tất cả hợp sức tạo nên chất lượng và số lượng của thành phẩm làm nên bởi sự tương giao hợp tác trong xã hội. Vốn xã hội không chỉ đơn thuần là sự tổng hợp những khối lượng vật chất của xã hội, mà còn là chất keo làm dính chặt những khối lượng tài sản xã hội lại với nhau¹.

Một cách cụ thể hơn, hai tác giả Cohen và Prusak cho rằng: “Vốn xã hội bao gồm toàn bộ những kết nối có tính chủ động của con người: sự tin tưởng, hiểu biết lẫn nhau, các giá trị chung và các hành vi ứng xử nhằm liên kết con người và các cộng đồng, tạo ra sự hợp tác mong muốn”².

* TS., Viện Xã hội học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Như vậy, vốn xã hội là con người. Mà con người là sản phẩm của một hoàn cảnh xã hội hiện hữu và phát triển trong một hoàn cảnh kinh tế, một bối cảnh lịch sử, một truyền thống văn hóa cụ thể nào đó.

Vấn đề cốt lõi của vốn xã hội là niềm tin. Thành tố quan trọng của vốn xã hội là sự liên kết mạng lưới hay nhóm. Khi bàn về nguồn gốc của vốn xã hội, Fukuyama đưa ra ba nguồn gốc: Thứ nhất, từ sự giao tiếp với nhau liên tục. Hai người giao dịch với nhau lâu sẽ thấy cần phải chứng tỏ mình là người trung thực và giữ lời hứa. Thứ hai, từ các tôn giáo hay hệ thống luân lý. Đó là nguồn gốc của một quyền uy, ấn định các hành vi mẫu mực và trông đợi sự tuân thủ không cần suy nghĩ. Những hành vi mẫu mực đó không chỉ diễn ra trong các cuộc thương thảo riêng lẻ, mà còn được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, qua các quy trình được xã hội hóa sử dụng tập quán và thói quen nhiều hơn là lý lẽ. Thứ ba, sự chia sẻ các kinh nghiệm lịch sử cũng tạo nên những hành vi mẫu mực một cách không chính thức và do đó cũng tạo nên vốn xã hội³.

Như vậy, tôn giáo tham gia vốn xã hội nhờ quá trình hình thành niềm tin qua tương tác trong và ngoài cộng đồng tôn giáo. Niềm tin này dựa trên hệ thống chuẩn mực tôn giáo. Trên cơ sở nghiên cứu trường hợp tôn giáo Mỹ, Lưu Bành chỉ ra rằng, với tư cách là trung tâm mạng lưới xã hội quan trọng nhất trong xã hội, đoàn thể tôn giáo là đơn vị chiếm hữu lớn nhất vốn xã hội. Đoàn thể tôn giáo thông qua tổ chức tín đồ cùng hoạt động, dần khiến cho tôn giáo trở thành một nơi tụ hội vốn xã hội phổ biến nhất và cũng thuận tiện nhất trong xã hội Mỹ. Theo ông, nói đến tôn giáo là nói đến con người. Tại Mỹ, số người tham gia tôn giáo đông hơn bất kỳ tổ chức xã hội nào. Đây là nguồn vốn xã hội to lớn trong điều kiện nước Mỹ⁴.

Lịch sử Mỹ cho thấy, những người dân di cư đầu tiên đến quốc gia này chỉ có thể thông qua tôn giáo mới giữ được văn hóa truyền thống và hòa nhập vào xã hội. Đạo đức và quan niệm giá trị, mối quan hệ xã hội, sự hợp tác và tín nhiệm giữa mọi người, sự trao đổi và giúp đỡ giữa các hội đoàn, sự kế thừa truyền thống văn hóa của người dân di cư đều được thực hiện thông qua mạng lưới tôn giáo và lấy tôn giáo làm hạt nhân. Trong khi giúp đỡ các cá nhân, tôn giáo đã cung cấp cho cơ sở địa phương hàng loạt người hoạt động tình nguyện, lực lượng phục vụ từ thiện xã hội, những người có khả năng lãnh đạo... Thông qua tôn giáo, quan niệm giá trị truyền thống và chuẩn mực đạo đức được phát triển,

thỏa mãn được nhiều nhu cầu của các cá nhân và địa phương. Trải qua sự phát triển lâu dài, tôn giáo với phương thức hết sức tự nhiên này dần biến thành trung tâm mạng lưới xã hội chủ yếu nhất trong dân chúng, trở thành cơ sở quan trọng của vốn xã hội. Người dân Mỹ dù thuộc các loại đoàn thể tôn giáo khác nhau, bất luận là hoàn cảnh kinh tế xã hội của họ như thế nào, khi tham gia vào tổ chức tôn giáo và hoạt động tôn giáo, một mặt họ đã nhận được sự giúp đỡ hết sức cụ thể từ tôn giáo, đặc biệt là cảm nhận về sự an toàn và an ủi về tinh thần, mặt khác, chính hoạt động của họ làm lớn mạnh thêm vốn xã hội cho tôn giáo.

Những hoạt động do tổ chức tôn giáo tiến hành hay cổ vũ làm cho nhiều người cải thiện được hoàn cảnh cuộc sống nhỏ bé của cá nhân mình. Tổ chức tôn giáo là trung tâm của khu vực, là con đường tốt nhất thu gom được nguồn vốn xã hội, là nơi nuôi dưỡng niềm hứng thú giao lưu tiếp xúc, giữ gìn quy tắc học tập và kỹ năng trong cuộc sống. Người tín đồ thông qua các hoạt động tôn giáo mà học được cách phát biểu, diễn giảng trước đông người, cách tổ chức hội nghị, cách giải quyết mâu thuẫn, cách đảm đương công việc quản lý. Họ học được cách quan hệ với nhau, từ đó có cơ hội tham gia các hoạt động xã giao liên quan đến tổ chức tôn giáo nhiều hơn, trên phạm vi rộng lớn hơn. Kết quả của việc tham gia các hoạt động này thường dẫn đến việc tín đồ tham gia vào các loại tổ chức và hoạt động có tính cách phi tôn giáo rộng rãi hơn và có nhiều mối quan hệ xã hội hơn.

Thực chất, vốn xã hội mà tôn giáo tạo ra cho tín đồ không chỉ hạn chế ở đáp ứng nhu cầu được tham gia hoạt động xã hội, nhu cầu được giao tiếp hay nhu cầu được bồi dưỡng kỹ năng. Tổ chức tôn giáo với tư cách là một tổ chức xã hội đặc thù, có thể từ tinh thần và tình cảm đồng thời thỏa mãn.

2. Vốn xã hội của tôn giáo tại Tây Nguyên và tác động của nó đến hoạt động kinh tế

Tây Nguyên đang có sự hiện diện của các tôn giáo lớn như Công giáo, Tin Lành, Phật giáo, đạo Cao Đài và một vài tôn giáo nhỏ khác như đạo Baha'i, Phật đường Nam Tông Minh Sư. Hiện có khoảng gần 40% dân số Tây Nguyên theo các tôn giáo khác nhau, đông nhất là Công giáo, kế đến là Phật giáo, Tin Lành, đạo Cao Đài. Đáng lưu ý là, số lượng tín đồ Tin Lành ở Tây Nguyên là 410.578 người, chiếm hơn 40% tín đồ Tin Lành của cả nước. Trong tổng số 2.764 buôn làng ở Tây Nguyên thì có tới

1.450 buôn làng theo Tin Lành, chiếm khoảng 50%. Toàn vùng Tây Nguyên hiện có 1.851.875 tín đồ các tôn giáo⁵.

Cơ cấu tôn giáo ở Tây Nguyên phản ánh mức độ tác động của tôn giáo đối với kinh tế. Với hơn 40% người theo tôn giáo trên tổng số dân Tây Nguyên, vai trò của tổ chức tôn giáo khá quan trọng, nhất là khi số tín đồ là người dân tộc thiểu số chiếm tỷ lệ cao. Năm 2004, số tín đồ Tin Lành trên địa bàn Tây Nguyên chỉ chiếm 6,5% dân số, thì đến năm 2009 tăng lên 7,2% dân số. Điều đáng nói là, sự tăng trưởng đó tập trung trong đồng bào các dân tộc thiểu số. Năm 2004, tín đồ Tin Lành là người dân tộc thiểu số chiếm 19,3% số tín đồ của tôn giáo này, đến năm 2009 tỷ lệ này tăng lên 21,1%. Nếu số tín đồ Công giáo là người dân tộc thiểu số chỉ chiếm 31% thì tỷ lệ đó của Tin Lành là rất cao: Gia Lai 98,3%; Đắk Lắk 90,5%, v.v... Như vậy, hầu hết tín đồ Tin Lành ở Tây Nguyên hiện nay là người dân tộc thiểu số, gấp 6,5 lần số tín đồ Tin Lành trên toàn lãnh thổ Việt Nam vào thời điểm 1954. Hiện nay, gần ¼ số dân của 11 dân tộc thiểu số ở Tây Nguyên theo Tin Lành⁶. Điều đó cho thấy, các tổ chức Tin Lành có tác động mạnh đến lĩnh vực kinh tế của đồng bào dân tộc thiểu số.

Khả năng tạo dựng vốn xã hội của cộng đồng Tin Lành là khá cao. Người Tin Lành sinh hoạt theo hình thức nhóm và tần suất sinh hoạt đều đặn hằng tuần. Mối quan hệ giữa các cá nhân trong nhóm tín đồ tương đối mật thiết. Tín đồ Tin Lành kết nối trên tinh thần giúp đỡ nhau dưới ánh sáng của Chúa. Sự quan tâm giúp đỡ lẫn nhau giữa các tín đồ không chỉ bó hẹp trong hoạt động tôn giáo, mà còn mở rộng trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội như thăm nom khi đau ốm, chia sẻ khó khăn trong gia đình, nuôi dạy con cái... Tín đồ tại các điểm nhóm Tin Lành tạo dựng được bầu không khí đầm ấm gia đình giữa các thành viên. Sự liên kết này làm tăng tiềm lực phát triển kinh tế của cộng đồng tín đồ Tin Lành nói riêng, cho xã hội nói chung.

Nhiều năm nay, hoạt động của Công giáo ở khu vực Tây Nguyên diễn ra khá sôi động. Nhiều nghi lễ Công giáo được tổ chức trang trọng với quy mô lớn như tháng 10/2006, Giáo phận Đà Lạt khai mạc Năm Thánh kỷ niệm 80 năm truyền giáo tại đây. Nhiều cơ sở thờ tự Công giáo được xây sửa khang trang. Giáo dân ở Tây Nguyên tích cực tham gia sản xuất và áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật để phát triển kinh tế, nâng cao đời sống vật chất. Các giáo phận tích cực làm từ thiện nhân đạo, giúp đỡ những người có hoàn cảnh khó khăn tổ chức cuộc sống ngày một tốt đẹp hơn.

Hầu hết tín đồ các tôn giáo ở Tây nguyên có thêm mối quan hệ từ việc tham gia sinh hoạt tôn giáo.

Bảng 1: Mối quan hệ xã hội của tín đồ khi tham gia sinh hoạt tôn giáo⁷.

Có thêm quan hệ xã hội khác	Phật giáo		Công giáo		Tin Lành		Tổng	
	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%
Có	352	88.9	359	90.0	325	84.9	1036	87.9
Không	44	11.1	40	10.0	58	15.1	142	12.1
Tổng	396	100.0	399	100.0	383	100.0	1178	100.0

Tín đồ các tôn giáo nhận được nhiều lợi ích từ mạng xã hội này.

Bảng 2: Thành quả mối quan hệ xã hội từ việc tham gia sinh hoạt tôn giáo của tín đồ các tôn giáo⁸.

Nhận gì từ môi quan hệ trên	Phật giáo		Công giáo		Tin Lành		Tổng	
	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%
Tạo niềm tin lẫn nhau	258	73.1	229	63.8	216	66.5	703	67.8
Mang lại kiến thức văn hóa, xã hội	242	68.6	266	74.1	257	79.1	765	73.8
Mang lại cách sống tốt	232	65.7	240	69.4	239	73.5	720	69.4
Các thông tin làm ăn, kinh tế	169	47.9	237	66.0	242	74.5	648	62.5
Mang lại việc làm	83	23.5	147	40.9	142	43.7	372	35.9
Khác	27	7.6	31	8.6	18	5.5	76	7.3

Đối tượng mà các tín đồ mở rộng quan hệ cũng góp phần tác động tới sự phát triển kinh tế cá nhân.

Bảng 3: Thành phần quan hệ xã hội có được khi tham gia hoạt động tôn giáo⁹.

Thành phần	Phật giáo		Công giáo		Tin Lành		Tổng	
	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%	Tần số	%
Người kinh doanh	106	30.1	123	34.3	40	12.3	269	26.0
Cán bộ	100	28.4	104	29.0	67	20.6	271	24.7
Người có học vấn cao	100	28.4	105	29.2	51	15.7	256	24.7
Văn nghệ sĩ	51	14.5	49	13.6	22	6.8	122	11.8

Bộ đội	55	15.6	83	23.1	50	15.4	188	18.1
Người ngoài đạo	126	35.8	166	46.2	150	46.2	442	42.7
Người khác (cùng đạo)	186	52.8	179	49.9	203	62.5	568	54.8

Như vậy, có thể khẳng định, các tôn giáo ở Tây nguyên hiện nay đều có nguồn vốn xã hội mạnh mẽ. Tín đồ các tôn giáo được thụ hưởng nguồn vốn xã hội này qua các sinh hoạt tôn giáo. Mạng lưới xã hội thực sự được hình thành thông qua các sinh hoạt tôn giáo. Giá trị lớn nhất và quan trọng nhất của vốn xã hội mà tín đồ nhận được là niềm tin. Đa số tín đồ các tôn giáo đều khẳng định, hoạt động tôn giáo là điều kiện để họ có thêm các mối quan hệ xã hội và niềm tin giữa các cá nhân trong mối quan hệ này được tạo dựng và củng cố.

Vốn xã hội có được thông qua sinh hoạt tôn giáo tác động không nhỏ tới lĩnh vực kinh tế của tín đồ các tôn giáo. Tỷ lệ rất cao tín đồ các tôn giáo được hỏi khẳng định, họ thu được thông tin làm ăn kinh tế và các kiến thức xã hội từ mạng lưới này (đối với thông tin làm ăn kinh tế: 47,9% Phật giáo, 66,0% Công giáo và 74,5% Tin Lành; đối với kiến thức văn hóa xã hội: 68,6% Phật giáo, 74,1% Công giáo và 79,1% Tin Lành). Tỷ lệ có được công ăn việc làm từ mạng xã hội này cũng khá cao: 23,5% Phật giáo, 40,9% Công giáo và 43,7% Tin Lành¹⁰.

Chỉ báo về việc tạo dựng công ăn việc làm thông qua những mối quan hệ xã hội có được từ việc tham gia sinh hoạt tôn giáo của tín đồ Phật giáo thấp hơn hẳn so với tín đồ Công giáo và Tin Lành. Điều này cho thấy, sự chia sẻ, quan tâm lẫn nhau giữa các cá nhân trong nhóm của Phật giáo không bằng Công giáo và Tin Lành. Từ góc độ vốn xã hội, chỉ báo đó cho thấy khả năng duy trì mạng xã hội của Phật giáo thấp hơn Công giáo và Tin Lành. Tín đồ Công giáo và Tin Lành có điều kiện sử dụng vốn xã hội tốt hơn tín đồ Phật giáo. Việc duy trì và gia tăng vốn xã hội của Phật giáo vì vậy thấp hơn Công giáo và Tin Lành. Đây là điều cần lưu ý trong chính sách phát triển kinh tế vùng để có thể phát huy tốt giá trị tích cực của vốn xã hội của Công giáo và Tin Lành.

3. Kết luận

Vốn xã hội của tôn giáo là một yếu tố khẳng định vai trò và ảnh hưởng của tôn giáo trong đời sống xã hội. Trên thế giới, vốn xã hội của tôn giáo rất được coi trọng, nhất là trong thời kỳ toàn cầu hóa và hội nhập như hiện nay. Tại Mỹ, vốn xã hội của tôn giáo chiếm tới 80% vốn xã hội. Vốn

xã hội của tôn giáo góp phần hình thành mạng lưới xã hội. Các cá nhân được hưởng lợi từ sự tương tác trong hệ thống mạng xã hội. Vốn xã hội của tôn giáo có đặc điểm nổi trội là hình thành dựa trên cơ sở niềm tin tôn giáo. Yếu tố niềm tin tôn giáo mang lại giá trị bền vững cho vốn xã hội của tôn giáo. Khảo sát thực tiễn đời sống tôn giáo ở Tây nguyên cho thấy, các tôn giáo ở khu vực này đều hình thành hệ thống vốn xã hội. Hệ thống mạng xã hội được hình thành này có tác động không nhỏ tới đời sống cá nhân tín đồ các tôn giáo. Vốn xã hội của tôn giáo ở Tây nguyên cũng tác động tích cực tới hoạt động kinh tế cá nhân. Tuy nhiên, việc vận dụng hệ thống vốn xã hội đó để tạo lợi ích tối đa vẫn còn nhiều hạn chế. Hy vọng trong tương lai, các tổ chức tôn giáo cũng như bản thân tín đồ các tôn giáo tham gia vào hệ thống vốn xã hội nỗ lực hơn nữa để phát huy nguồn lực này./.

CHÚ THÍCH:

- 1 *What is Social Capital*, <http://web.worldbank.org>.
- 2 Cohen D. & Prusak L. (2001), *In Good Company: How Social Makes Organizations Work*, Harvard Business Press.
- 3 Fukuyama, Francis (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Free Press, NY, USA.
- 4 Lưu Bình (2010), “Vốn xã hội của đoàn thể tôn giáo Mỹ”, *Nghiên cứu Tôn giáo*, số 2.
- 5 Chu Văn Tuấn, *Mối quan hệ giữa tôn giáo và xã hội ở Tây nguyên*, <http://taynguyen3.vast.vn>.
- 6 Đinh Văn Hạnh (2010), “Thực trạng phát triển Tin Lành ở Tây Nguyên”, *Xưa và Nay*, số 370, tháng 12.
- 7 Số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở khu vực Tây Nguyên năm 2013.
- 8 Số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở khu vực Tây Nguyên năm 2013.
- 9 Số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở khu vực Tây Nguyên năm 2013.
- 10 Số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở khu vực Tây Nguyên năm 2013.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cohen D. & Prusak L. (2001), *In Good Company: How Social Makes Organizations Work*, Harvard Business Press.
2. Fukuyama, Francis (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Free Press, NY, USA.

3. Đinh Văn Hạnh (2010), “Thực trạng phát triển Tin Lành ở Tây Nguyên”, *Xưa và Nay*, số 370, tháng 12.
4. Số liệu khảo sát xã hội học do Viện Nghiên cứu Tôn giáo tiến hành ở khu vực Tây Nguyên năm 2013.
5. Minh Thanh, *Phật giáo trong cơ cấu tôn giáo ở Tây nguyên*, <http://www.phattuvtuam.net>.
6. Chu Văn Tuấn, *Mối quan hệ giữa tôn giáo và xã hội ở Tây nguyên*, <http://taynguyen3.vast.vn>.
7. *What is Social Capital*, <http://web.worldbank.org>.

Abstract