

TỪ MỐI QUAN HỆ TÔN GIÁO VÀ KINH TẾ ĐẾN KINH TẾ TÔN GIÁO

Tóm tắt: Từ thập niên 1980, thuật ngữ kinh tế học tôn giáo (*Economics of Religion*) mặc dù còn những sự thận trọng nhất định, nhưng đã được nhiều nhà nghiên cứu kinh tế và tôn giáo cho rằng, nó không những trở thành một ngành chuyên biệt trong nghiên cứu tôn giáo mà còn là một ngành của Kinh tế học nói chung, bên cạnh những ngành kinh tế cổ điển, như: kinh tế nông nghiệp, kinh tế thương nghiệp, kinh tế thương mại, ... Bằng cách nhìn lại mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế, tiếp cận tôn giáo như một yếu tố xã hội, kết nối các “biến số” của tôn giáo với các “biến số” của kinh tế, để có thể mở rộng tượng khái niệm “Kinh tế học tôn giáo” và có thể tìm hiểu tôn giáo sẽ có ảnh hưởng như thế nào đến tăng trưởng kinh tế, bài viết này đề cập đến các nội dung: 1) Đặc điểm và sự biến chuyển mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế; 2) Kinh tế học tôn giáo và các yếu tố của nó; 3) Kinh tế học tôn giáo và sự ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế.

Từ khóa: Kinh tế học tôn giáo (*Economics of Religion*); các biến số tôn giáo (*Religious Variables*); các biến số kinh tế (*Economic Variables*); Tăng trưởng kinh tế (*Economic Growth*); Tính tôn giáo và thực hành kinh tế (*Religiosity and Economic Performance*).

1. Mối quan hệ tôn giáo và kinh tế

Khi nghiên cứu mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế chúng ta cần lưu ý rằng phê bình tôn giáo về mặt kinh tế là giai đoạn thứ ba của Marx kể từ năm 1857 qua những tác phẩm: *Những cơ sở của sự phê bình kinh tế chính trị*, *Góp phần vào phê bình Kinh tế chính trị*, và đặc

* Đại học Quốc gia Hà Nội.

Ngày nhận bài: 5/02/2019; Ngày biên tập: 15/02/2019; Duyệt đăng: 22/02/2019.

biệt là tác phẩm nổi tiếng: *Tư bản*¹. Có thể coi Marx thuộc số những người đầu tiên nhận định rằng, *Tôn giáo là sản phẩm của một nền kinh tế* và tôn giáo là một hình thái ý thức xã hội, một yếu tố thuộc về kiến trúc thượng tầng và tôn giáo chính là sự phản ánh nền kinh tế. Vấn đề chỉ còn là ở chỗ, sẽ là sai lầm nếu những người kế thừa những quan điểm ấy của ông chỉ chú trọng vào luận điểm then chốt sản xuất vật chất, kinh tế quyết định tôn giáo mà quên rằng Marx cũng đã có lần đề cập quan điểm tôn giáo cũng như những hình thái ý thức xã hội khác cũng có sự tác động trở lại đối với tồn tại xã hội².

Cũng do cách hiểu chưa toàn diện về những luận đề của Marx về tôn giáo, đặc biệt là *Luận đề chức năng an ủi của tôn giáo* nên mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế trong tư duy của Marx dần dần đã được hiểu một cách thô thiển là *Tôn giáo là vật cản của sự phát triển kinh tế, xã hội và tiến trình khoa học kỹ thuật* như nhận xét của Michel Laillement³. Thực ra, mối tương quan giữa tôn giáo và kinh tế được đặt ra rất sớm, có lẽ, từ khi Adam Smith viết *Sự giàu có của quốc gia* (The wealth of National, 1776). Trong cuốn sách này, lần đầu tiên Adam Smith đã phát hiện một số khía cạnh thuộc về các nhân tố tôn giáo trong sự vận động của nền kinh tế, động cơ, sự cạnh tranh, định hướng lợi nhuận trong hoạt động kinh tế.

Nhưng có thể nói, với tác phẩm *Đạo đức Tin lành và tinh thần của chủ nghĩa tư bản* (từ 1904 - 1905), M. Weber đã tạo nên sự khác biệt căn bản trong cách nhìn nhận mối quan hệ tôn giáo và kinh tế.

Ở thế kỷ XIX, trong khi giới khoa học xã hội tập trung nghiên cứu xã hội học, nhân chủng học và tất nhiên triết học về tôn giáo thì ở Mỹ người ta đã tập trung tranh luận mối quan hệ giữa đường lối phát triển kinh tế và các khuynh hướng thần học, xã hội của các phong trào tôn giáo. Đỉnh cao của mối quan tâm này chính là nghiên cứu của M. Weber xung quanh vấn đề *Tôn giáo và xã hội*⁴.

Ở thế kỷ XX, hàng loạt các tác phẩm về chủ đề này lần lượt xuất hiện, như của Greeley (1962) nói về sự cạnh tranh tôn giáo trong lĩnh vực kinh tế và xã hội. Lần đầu tiên R. Finke và R. Stark đã đưa ra lập luận về phạm trù “kinh tế tôn giáo” (1992), hoặc Warner (1993) “hiện đại hóa xã hội ở Mỹ đã đi cùng với sự huy động tôn giáo”. Đặc biệt,

những kết quả khảo sát nghiên cứu gần đây của Pew Forum về *Quang cảnh tôn giáo toàn cầu* (2012), trong đó có hàng loạt chỉ số về đời sống tôn giáo và tăng trưởng kinh tế, v.v...

Như vậy là, khái niệm *kinh tế tôn giáo* hình thành trên cơ sở thỏa mãn logic của Marx: *làm thế nào để áp dụng mô hình kinh tế theo lối lập luận của ông cho rằng các tôn giáo luôn luôn là một sản phẩm của một hệ thống kinh tế nhất định, nhưng đồng thời lại phải thỏa mãn logic đảo ngược của M. Weber, nền kinh tế tôn giáo hoàn toàn có thể là một phần nền tảng của cấu trúc kinh tế xã hội?*

2. Tiến tới một định nghĩa Kinh tế tôn giáo

2.1. Những người đi tiên phong

Mặc dù khái niệm *kinh tế tôn giáo* mới ra đời và được công nhận gần đây (nó khác với những hoạt động kinh tế của một tôn giáo đã có trong lịch sử), nhưng với giới nghiên cứu thì khái niệm này đã được thai nghén từ lâu.

Các nhà nghiên cứu tôn giáo và kinh tế thường cho rằng Adam Smith trong cuốn *Sự giàu có của các quốc gia* (1776), lần đầu tiên đã đề cập đến mối quan hệ tôn giáo và kinh tế. Ông cho rằng, các cá nhân tôn giáo với những hoạt động ngành nghề khác nhau đã dẫn đến các quy trình thị trường khác nhau. Điều này có vẻ ngày càng “tách biệt” với đời sống tôn giáo. Dù sao thì những vấn đề như: động cơ trong sản xuất hàng hóa, định hướng lợi nhuận, sự cạnh tranh đã in dấu “các nhân tố tôn giáo”. Ý kiến của Adam Smith được Marx thúc đẩy trong những tư duy Mác-xít, đó là sự tiến hóa của nền kinh tế, sự phát triển của một xã hội luôn dựa trên những nền tảng cơ cấu kinh tế xã hội mà như chúng ta đã khẳng định ở trên, nó quyết định sự vận hành của tôn giáo như một hình thái ý thức xã hội, thuộc về kiến trúc thượng tầng của xã hội,...

Tuy vậy, mối quan hệ của tôn giáo và kinh tế chỉ được quan tâm thực sự từ nửa sau thế kỷ XX khi mà tôn giáo đã trải qua giai đoạn “bị gạt sang bên lề của đời sống cá nhân” trước sự thắng thế của Chủ nghĩa thế tục. Nhưng để có thể xuất hiện khái niệm này, ít nhất cần hai điều kiện: *Thứ nhất*, địa vị kinh tế của các tôn giáo phải là “có thực”;

Thứ hai, giới nghiên cứu kinh tế và tôn giáo có ý thức, có nhu cầu tìm kiếm nó trên cơ sở có lý thuyết và phương pháp mới. Người ta nhận thấy những cơ sở lý thuyết như thế đã dần dần được hình thành từ nửa sau thế kỷ XX với hai khuynh hướng đó là: *Lý thuyết “Sự lựa chọn duy lý”* (Ration Choice Theory in Religion) và *Lý thuyết “Mô hình thị trường”* (Market Model).

Như đã nói ở trên, quá trình này thực sự được bắt đầu từ nửa sau thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, trong đó, có đóng góp nổi bật nhất của hai nhà xã hội học quan trọng hàng đầu khi họ nghiên cứu căn bản về mối quan hệ kinh tế và tôn giáo (đã trình bày ở phần trên).

Chúng ta cần dừng lại ở những luận đề của Max Weber có liên quan trực tiếp đến logic tìm kiếm định nghĩa *kinh tế tôn giáo*. Với việc cho rằng, đạo đức tôn giáo và lối sống của con người trong các phương thức sản xuất, cái nhìn mới về quan hệ tôn giáo và kinh tế: quy chuẩn tôn giáo (Tin Lành) quan hệ thế nào đến sự ra đời của chủ nghĩa tư bản, M. Weber trên thực tế đã cho thấy sự cần thiết phải tìm hiểu định nghĩa này.

Dưới đây là những nấc thang nghiên cứu tiếp theo đáng chú ý:

G. Simmel: Tôn giáo có tác động gì đến hành vi kinh tế? (Economic behavior?). Câu hỏi quan trọng này của ông cho thấy những hệ quả xã hội của tiền bạc là sự tăng trưởng của sự hoán đổi vật chất như quà tặng (*Philosophie des Geldes*, 1907) mà điều này luôn có vai trò của *tình cảm tôn giáo*. Marcel Mauss còn đi xa hơn trong hướng nghiên cứu về *Lễ tặng quà (potlatch)* biểu thị sự tàn phá các giá trị kinh tế của chiến tranh,....

Ở đây, vai trò của triết học Pháp là rất quan trọng khi đầu thế kỷ XX, nó đã vượt qua chủ nghĩa phi duy lý triết học mới (Irrationalism) để phân định rõ hơn các phạm trù *kinh tế, tôn giáo* và *đạo đức*. Theo đó, Georger Bataille (Pháp, năm 1933) đưa ra thuật ngữ “tiêu dùng” (dépense), xóa dần sự đối lập giữa vật chất và tinh thần, đây là một nguồn gốc nhận thức của *kinh tế tôn giáo*.

Pierre Bourdieu (Pháp): Nâng ý kiến của M. Weber về “tôn giáo” và đời sống xã hội và “*các loại vốn*” (“vốn xã hội”) và *thói quen*

(habitus). Qua nghiên cứu về Công giáo, Bourdieu đã thực sự góp thêm vào định nghĩa “kinh tế tôn giáo” với cái nhìn “vũ trụ luận” về kinh tế của kinh tế gia đình tiền tư bản (1998). Trong đó ông đề cập trực tiếp đến mối quan hệ mà chúng ta quan tâm nhất: Người Công giáo - đi lễ nhà thờ - hoạt động kinh tế.

Mô hình kinh tế thị trường (1970) đến nay, dựa trên lý thuyết xã hội học *Lựa chọn duy lý* và *Kinh tế tôn giáo* (“Mô hình thị trường”), vượt qua lý thuyết *thế tục hóa*, nhấn mạnh rằng, khả năng lựa chọn tôn giáo tùy thuộc khá nhiều vào các yếu tố sau: Nhà nước với các định chế về thị trường tôn giáo, điều mà chúng tôi sẽ bàn dưới đây; Mức độ về sự đa dạng tôn giáo; Lý thuyết cung và cầu của thị trường tôn giáo (như của M. Cleay 2010 hay Stolz 2006).

Peter Beger với nghiên cứu về Tin Lành Mỹ hiện đại và vấn đề thị trường cạnh tranh giữa các hệ phái (1963); Tiếp theo là một số học giả khác đã nêu trên từ sau 1975 đến nay đã dẫn đến một kết luận quan trọng khác: “*Tích lũy vốn con người tôn giáo là một lợi ích*”. Cho đến đầu những năm 1980, với sự xuất hiện của Stark và Finke, khái niệm *kinh tế tôn giáo* hiện rõ hơn với những luận điểm tôn giáo với những dạng “không chính thức”, tạo nên sự biến đổi trao đổi xã hội thông qua sự *Lựa chọn duy lý*, nhất là sự đền bù ở kiếp sau là một sự hiến tặng cụ thể được các công ty có liên quan đến tôn giáo thực hiện....

Đề tiến tới khái niệm *kinh tế tôn giáo*, trước thập niên 1980, giới nghiên cứu đã thấy rõ còn 3 khoảng trống. Thứ nhất, giới nghiên cứu kinh tế có vẻ như “vẫn còn né tránh” khả năng kinh tế của tôn giáo quốc gia và khu vực; Thứ hai, các dữ kiện liên quan đến tôn giáo và kinh tế thường “không chính thức”, trừ những số liệu về hoạt động nhân đạo, từ thiện; Thứ ba, các nhà kinh tế vẫn chưa đánh giá đúng quan hệ *Đức tin - Kinh tế*; Họ cũng không quan tâm đến các *mô hình kinh tế tôn giáo* đang phát triển ở nhiều khu vực (Iannaccone, *Club Good Models*, 1992). Chúng ta có thể bổ sung nhận định trên rằng, ít nhất, với nhiều khu vực trên thế giới, bản thân các tôn giáo lớn vì nhiều lý do chủ quan và khách quan cũng không quan tâm đúng mức đến vị trí năng lực, đóng góp kinh tế của tôn giáo mình. Có lẽ, trừ trường hợp Islam giáo,...

Chính Iannacome đã góp phần bổ sung nghiên cứu, lấp đầy những khoảng trống đó. Trong nhiều công trình của ông, các vấn đề cơ bản tiếp nối được giải quyết, như: tôn giáo và quản lý rủi ro trong đầu tư và bảo hiểm tài chính và sản xuất của cá nhân; tôn giáo trong quan hệ giao dịch tiền tệ và dịch vụ. Iannacome đã chỉ ra sự khác biệt giữa 2 loại tôn giáo Đông và Tây: nếu như các Giáo hội Kitô giáo được coi như những cực đại về lợi nhuận khi tạo ra vốn xã hội, hay nói cách khác, là sự tạo ra một thị trường tôn giáo cân bằng giữa các Giáo hội lớn và các hệ phái thì ở các Giáo hội phương Đông có nhiều điểm khác biệt mà chính ông cũng thận trọng khi kết luận: “Một thị trường cân bằng tồn tại trong các giáo phái “giá cao” và các Giáo hội giá thấp”⁵. Cần nói thêm rằng, khi tiến tới một định nghĩa về *kinh tế tôn giáo*, Iannacome còn có những nghiên cứu về tính nghiêm khắc của luật lệ tôn giáo, vai trò của các thủ lĩnh cũng như quyền bính của các giáo hội như một sự đối trọng với các nhà nước thế tục hiện đại.

Gần đây nhất, trong một Tiểu luận nghiên cứu dày dặn của Sriya Iyer thuộc Đại học Cambridge năm 2015 với tiêu đề *Kinh tế mới của tôn giáo* tiếp tục hướng nghiên cứu này trên nhiều bình diện đáng chú ý. Theo tác giả, hầu hết những nghiên cứu theo lối của Iannaccone về “kinh tế của tôn giáo” thường chỉ tập trung vào “bên cầu”, ưu tiên cho những người tiêu thụ tôn giáo hoặc “bên cung” theo nghĩa của cấu trúc các tổ chức tôn giáo. Một khuynh hướng khác là những người nghiên cứu kinh tế của tôn giáo thường lưu ý đến vai trò của các cá nhân khi cố gắng giữ đức tin tôn giáo nhưng đồng thời cũng ngày một quan tâm đến hệ quả xã hội của các tôn giáo qua các thống kê rất chi tiết về quan hệ kinh tế và tôn giáo. Từ đó, tác giả tiểu luận này đã tập trung xem xét những nghiên cứu của chính các nhà kinh tế về “kinh tế của tôn giáo”. Tác giả cũng ý thức rằng, một khó khăn có tính chất phương pháp phải vượt qua là chỉ ra được biên giới của những khoa học xã hội nói chung về tôn giáo và công trình của các nhà kinh tế. Bằng cách tiếp cận cả 2 lối tiếp cận này, kinh tế và phi kinh tế có được cái nhìn đầy đủ hơn nữa về những *sắc thái mới kinh tế của tôn giáo*. Cần nói thêm rằng, theo tác giả, phần lớn các nghiên cứu về kinh tế của tôn giáo thường tập trung vào các nước phát triển, với các phạm trù nghiên cứu thực nghiệm với các yếu tố quen thuộc. Nghiên cứu

của Sriya Iyer đã bù đắp những thiếu hụt ấy bằng cách nghiên cứu đầy đủ hơn các chiều kích xung đột và hợp tác (kể cả chủ nghĩa khủng bố; sự xung đột giữa thương mại và chính trị; tự do tôn giáo và kinh tế); kết hợp việc nghiên cứu các yếu tố thương mại, chính trị xã hội với các dịch vụ xã hội được cung cấp bởi tôn giáo, tôn giáo và tài chính,... trong một phạm vi rộng lớn hơn của mối quan hệ kinh tế và tôn giáo ở những nước đang phát triển. Vậy Sriya Iyer quan niệm như thế nào về kinh tế mới của tôn giáo? Theo tác giả, kinh tế mới của tôn giáo phải là sự tổng hợp của 4 lĩnh vực tiếp cận: 1) Tôn giáo và nhân chủng học; 2) Tôn giáo, quy trình chính trị, và những tương tác của chúng đối với các quy trình kinh tế; 3) Các khía cạnh tiếp thị, quản lý giao tiếp của tôn giáo; 4) Làm thế nào kinh tế của tôn giáo có thể đóng góp cho các tranh luận rộng hơn về khoa học và tôn giáo?⁶.

Tóm lại: Khi tiếp cận *kinh tế tôn giáo*, giới nghiên cứu kinh tế và nghiên cứu tôn giáo đều nhìn nhận với 3 phương diện:

- 1) Quan hệ và sự phụ thuộc của tôn giáo với kinh tế (cách nhìn lý thuyết văn hóa).
- 2) Kinh tế tôn giáo nhìn từ các lý thuyết kinh tế (chủ nghĩa tư bản, thị trường tự do).
- 3) Tôn giáo và hoạt động kinh tế của nó qua công cụ kinh tế học: đã có một ngành gọi là kinh tế tôn giáo.

2.2. Định nghĩa Kinh tế tôn giáo

Năm 1980, người Mỹ coi kinh tế tôn giáo là một ngành của Kinh tế học sau các nghiên cứu của Rodney Stark, William S. Brain, and Roger Finke (cơ sở xã hội học, phương pháp sự lựa chọn duy lý) và đặc biệt của Iananacome.

Năm 1995 ở Đức, Bruckhard và Gladigow nghiên cứu các điều kiện về tài chính và kinh tế tôn giáo. Tiêu biểu, vào năm 2004, Anne Koch (University of Salzburg) trong một nghiên cứu chính diện và khá đầy đủ đã tiến dần đến một định nghĩa về kinh tế tôn giáo.

Đòi hỏi chung của các nhà nghiên cứu kinh tế và tôn giáo ở thời điểm này đã rõ ràng. Vai trò kinh tế của các tôn giáo trong xã hội đương đại ngày một rõ ràng, lớn mạnh khiến cho nhu cầu nhận thức

chung về nền “Kinh tế tôn giáo” phải được hiểu như một ngành kinh tế chuyên biệt trong nghiên cứu về tôn giáo (speciali zation which Study of Religion) vừa là một ngành của kinh tế học: *có thể coi đây là hai yếu tính cơ bản của kinh tế tôn giáo.*

Chúng tôi lựa chọn định nghĩa *kinh tế tôn giáo* của Laurence Iannaccone (1998) khi ông lần đầu tiên làm rõ khái niệm *Kinh tế tôn giáo* như một bước tiến dài quan trọng. Ông đã nghiên cứu khá toàn diện các lý thuyết kinh tế, từ kinh tế công, kinh tế thực nghiệm, kinh tế vĩ mô về tăng trưởng, tất nhiên là cả về lịch sử kinh tế, phát triển kinh tế với đời sống tôn giáo. Cách tiếp cận toàn diện ấy đã giúp ông có được những nhận định có tính định nghĩa khái niệm *Kinh tế tôn giáo* như sau: “*Kinh tế tôn giáo là nghiên cứu sử dụng các công cụ và phương pháp của kinh tế để nghiên cứu tôn giáo như một biến số phụ thuộc hoặc để nghiên cứu tôn giáo như một biến số độc lập về những kết quả kinh tế xã hội khác. Làm việc đó, nó vạch ra những ý tưởng trong kinh tế công, kinh tế lao động, tổ chức công nghiệp, kinh tế phát triển và thương mại quốc tế, và sử dụng các công cụ được phát triển trong cuộc chơi lý thuyết và toán kinh tế. Kinh tế tôn giáo phải được phân biệt từ cái mà được gọi là “kinh tế tôn giáo” có thể được dùng các ý tưởng tôn giáo để đưa ra bình luận xã hội về các hệ thống hoặc các hành vi kinh tế. Kinh tế tôn giáo bản thân nó cũng không quan tâm đến sự truyền bá thần học và thể chế của các đức tin tôn giáo cá nhân và khảo sát này sẽ không mạo hiểm bình luận về các chủ đề này. Không phải rằng đức tin tôn giáo cá nhân là không quan trọng; đơn giản rằng, với những nhà kinh tế học nó khó đối với chúng ta để bình luận nó một cách đúng đắn*”⁷.

Thực ra ý tưởng về nền kinh tế tôn giáo đã xuất hiện từ những thập niên 40 - 50 của thế kỷ XX với ít nhất là nhà Kinh tế học Anh, gốc Đức Schumacher trong tác phẩm: *Small and Beautiful, A Study of Economics, As if People Mattered* (Blond and Briggs, London, 1977). Từ luận điểm xuất phát: “Tiền bộ kinh tế chỉ có thể có được khi bản năng tham lam của con người được kích thích và đó là điều phần lớn các tôn giáo đều muốn chống lại”. Mặt khác, kinh tế chỉ để ý đến giá trị trên thị trường (Market Value) chứ không chú ý đến giá thực. Giải

quyết mâu thuẫn ấy ông đề xuất khái niệm “Kinh tế học Phật giáo” (Buddhist Economics), bởi theo ông “Phật giáo không khuyến khích lòng ham muốn, gia tăng nhu cầu hưởng thụ. Phật giáo khác với Mác-xít, không xem tư hữu là xấu xa vì nó không ít thì nhiều có liên hệ đến nghiệp báo của từng cá nhân, miễn là lợi tức này làm ra bằng các phương tiện chính đáng và hợp pháp.... Có hai yếu tính của kinh tế Phật giáo là tính giản dị và không bạo động...”⁸.

Từ định nghĩa *Kinh tế tôn giáo* nêu trên, chúng tôi rút ra những đặc tính của “loại hình kinh tế” đặc biệt này như sau: Trước hết, với tư cách là một thành phần kinh tế xã hội của mỗi quốc gia, nó gắn chặt với cơ cấu xã hội, các thể chế và thị trường. Đồng thời, một xã hội hiện đại, luôn lấy “Lựa chọn hợp lý” làm nền tảng thì nền kinh tế tôn giáo cũng phải tìm chỗ đứng “hợp lý” trong môi trường kinh tế quốc gia, khu vực và kinh tế thế giới. Hơn thế nữa, nền *kinh tế tôn giáo* không chỉ thích ứng mô hình kinh tế thị trường hội nhập quốc tế mà còn phải giữ được *truyền thống văn hóa tôn giáo* (tâm thức dân tộc, tâm thức tôn giáo tộc người).

3. Kinh tế tôn giáo và sự ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế

Mặc dù khái niệm *tôn giáo kinh tế* đã được khẳng định dần trong giới nghiên cứu, nhưng trên thực tế, trong giới nghiên cứu kinh tế, tôn giáo vẫn chịu thách đố trước những câu hỏi phổ biến, như: ở mức độ vĩ mô, sự phát triển kinh tế trong thế giới toàn cầu hóa vai trò của các tôn giáo trong lĩnh vực này có đều nhau và cái gì là yếu tố quyết định, đức tin tôn giáo hay vai trò kinh tế xã hội của các tín đồ? Một câu hỏi khác, các nước phát triển kinh tế thường đi liền với tính thể tục cao, trong khi thế giới hiện nay “đang trở nên tôn giáo hơn”, vậy thì, thuyết thể tục hóa và phát triển kinh tế có còn tương thích? Tương tự như vậy, ở các xã hội ngoài Âu - Mỹ và là những xã hội phi Kitô giáo thì các nền kinh tế tôn giáo (nếu có) như trường hợp Islam giáo, Phật giáo, Ấn giáo,... sẽ được hiểu như thế nào với định nghĩa trên?,...

Đó là chưa kể nền kinh tế tôn giáo của mỗi quốc gia luôn phải quyết mối quan hệ giữa những “biến số độc lập” và “phụ thuộc” của mỗi tôn giáo, trong đó có vai trò quan trọng đặc biệt của thể chế nhà nước. Để có thể làm rõ một phần quan trọng nói trên, chúng tôi sử

dụng ý kiến của Sriiya lyre đã nói trên về việc khu biệt 4 lĩnh vực nghiên cứu của các nhà kinh tế tôn giáo⁹. Trực tiếp hơn, chúng tôi vận dụng ý kiến của Anne Koch về hai phương diện *tiềm năng kinh tế của tôn giáo*. Thứ nhất, “hoạt động tôn giáo và kinh tế phải được giải thích trong bối cảnh trong các mẫu hình văn hóa và thể chế. Các mô hình kinh tế là yếu tố có ý nghĩa quyết định để xem xét hoạt động kinh tế của các tôn giáo như một thực tại xã hội”. Thứ hai, hoạt động kinh tế của các tôn giáo “theo ý nghĩa là một hệ thống ý nghĩa giá trị hoàn thiện, hấp dẫn và rộng rãi thị trường tài chính của thế giới tư bản hiện nay đã coi ‘tôn giáo thế giới thực sự có vị trí trong thế giới tiền tệ như một môi giới ẩn dụ, và đức tin tôn giáo trong nhiều trường hợp là cơ sở của thị trường, có tác dụng điều chỉnh những thị trường đầu tiên’.... Thông qua chủ nghĩa tiêu thụ, tôn giáo có vai trò tư vấn, quản lý giữ đạo đức kinh doanh. Đúng như lịch sử kinh tế được viết như một phần của lịch sử văn hóa, cũng đã đến lúc phải viết nó như một phần của tôn giáo toàn cầu”¹⁰.

Không chỉ có những nghiên cứu và khảo sát vĩ mô như của B. Grim, các nhà kinh tế hiện nay còn tiếp tục có những nghiên cứu đức tin tôn giáo và tăng trưởng kinh tế (Religious Faith and Economic Growth) có ý nghĩa như thế nào. Nếu như năm 2004, Robert Barro mới có thể đưa ra nhận định rằng, tương tác giữa tôn giáo và một loạt các yếu tố chính trị xã hội tuy có khác nhau nhưng chắc chắn “tôn giáo ngày càng có vai trò quan trọng với thực hành kinh tế thông qua các tác động của đức tin đến những đặc điểm hoạt động kinh tế như: đạo đức làm việc, tính trung thực,... và những điều này có thể tạo nên khuynh hướng khuyến khích năng suất lao động và tăng trưởng kinh tế”¹¹. Vậy thì, đối với mỗi tôn giáo cụ thể, hiện nay, quan hệ như thế nào đối với sự tăng trưởng kinh tế? Một nghiên cứu mới đây Hamki Khalfaoui (2015) thuộc Đại học Tunis El Manar, Tunisia, thông qua việc nghiên cứu thực nghiệm dữ liệu tôn giáo và kinh tế của 20 nước Islam giáo (1990- 2014) đã chỉ ra rằng phần lớn các nước Islam giáo không khuyến khích tăng trưởng kinh tế, nhưng ông rút ra một số nhận định cụ thể và khá giá trị: i) Các nước Islam giáo nếu có tỷ lệ cư dân là người Islam giáo càng cao thì mức phát triển kinh tế càng thấp; ii) Điều kiện xã hội luôn là quan trọng. Tác động tiêu cực của Islam

giáo lên tăng trưởng kinh tế sẽ càng tăng nếu các nước Islam giáo ấy chịu tác động mạnh của nạn mù chữ, thất nghiệp. Ngược lại, ở các nước “Islam giáo vàng” thuộc đế chế Ottoman và Abbasid thì khả năng Islam giáo gắn kết xã hội và tăng trưởng kinh tế tốt hơn; iii) Kinh Koran có những ý tưởng về thúc đẩy phát triển kinh tế (việc làm, kiến thức, làm giàu,...) nhưng vẫn song hành tình trạng kém phát triển của những cộng đồng Islam giáo cực đoan trong sự “thối ruỗng trong bản thân” cộng đồng Islam giáo ấy¹².

Mối quan hệ tôn giáo và kinh tế cũng như vai trò của *Kinh tế tôn giáo* trong thế giới hiện nay diễn ra với nhiều chiều kích mới mẻ, phong phú hơn rất nhiều so với những biểu hiện quen thuộc, đơn giản của mô hình “tôn giáo làm từ thiện”. Ngày nay, *Kinh tế tôn giáo* không chỉ là một thành phần kinh tế mà còn có nhiều dạng thức hoạt động chưa từng có trong một thế giới mà xu hướng xung đột và hợp tác luôn đi liền với nhau. Phần lớn, các nghiên cứu về kinh tế tôn giáo hiện nay thường tập trung trong các nước phát triển. Người ta tỏ ra quan tâm không chỉ vì sự xung đột và hợp tác trong phát triển xã hội nảy sinh rất nhiều bởi yếu tố tôn giáo mà còn lan tới yếu tố phát triển kinh tế, v.v...

Vậy điều kiện nào để kinh tế tôn giáo có khả năng tham gia phát triển kinh tế?

Đối với xã hội, khả năng kích thích kinh tế, xã hội của tôn giáo còn ở chỗ nhiều tôn giáo có khả năng cung ứng những dịch vụ tâm linh, giá trị đạo đức và an ninh sinh tồn cho những cộng đồng ngoài tôn giáo của nó.

Không phải mọi tôn giáo đều có khả năng kích thích tăng trưởng kinh tế, xã hội. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào việc chủ thể tôn giáo và nhà nước có khả năng khuyến khích những mặt tích cực, khắc phục những mặt hạn chế của chúng. Ở đây có vai trò quyết định của môi trường luật pháp, khả năng gắn kết cộng đồng, chính sách kinh tế xã hội và đặc biệt chính sách tôn giáo.

Kết luận

Đã có thể khẳng định, sự tăng trưởng kinh tế (economic growth) ngày nay, chắc chắn có sự tác động của yếu tố tôn giáo. Tăng trưởng kinh tế không chỉ bởi các biến số kinh tế, yếu tố chính trị xã hội mà phải

tính đến việc các tôn giáo là một nguồn lực từ vốn xã hội đến truyền thống, tính cách dân tộc, tư duy, lối sống và phương pháp sản xuất.

Mối quan hệ giữa tôn giáo và sự phát triển (rộng hơn sự tăng trưởng kinh tế) ngày nay càng không thể tách rời vì lý do: các ý niệm tôn giáo hướng các tín đồ vào đời sống và khích lệ những hoạt động hữu ích, tạo nên một lực lượng xã hội có khả năng kích thích tăng trưởng kinh tế xã hội, đồng thời còn có khả năng tích lũy đầu tư như một ngành kinh tế “độc lập”. /.

CHÚ THÍCH:

- 1 Quan điểm xã hội học về tôn giáo của Marx trải qua 3 giai đoạn. *Giai đoạn thứ nhất*, giai đoạn phê bình có tính triết học về tôn giáo (1841 - 1844). *Giai đoạn thứ hai*, thời kỳ Marx chuyển sự phê bình tôn giáo sang địa hạt trực tiếp (1845 - 1856) và *Giai đoạn thứ ba*, sau năm 1857, phê bình tôn giáo về mặt kinh tế. Giai đoạn thứ 3 là đáng chú ý nhất đối với nghiên cứu này. Xem: Đỗ Quang Hưng (2009), “Tôn giáo và Kinh tế: Từ Marx đến Weber”, *Khoa học xã hội*, số 6.
- 2 Thực ra, chỉ những thập niên gần đây những nhà nghiên cứu Mácxit trong và ngoài nước mới chú ý đến chiều kích ngược lại này. Nhiều thập niên trong thời kỳ Chiến tranh Lạnh, khi những quan điểm tả khuynh về tôn giáo còn khá phổ biến trong phong trào cộng sản và công nhân quốc tế, người ta thường bỏ qua ý kiến này của Marx và chỉ nhấn mạnh đến “thực tại kinh tế - xã hội” nói chung trong sự hình thành và phát triển tôn giáo.
- 3 Xem: *Chủ nghĩa Mác sau Mác trong cuốn Michel Lallement*, Histoire de idees sociologiques des origines à Weber, tr. 94 - 95. Ở Việt Nam, đặc biệt từ trước năm 1975, tại miền Nam có rất nhiều cuốn sách chỉ trích quan điểm, chính sách tôn giáo của các nước xã hội chủ nghĩa, trong đó đa số họ cũng lợi dụng vấn đề này để “kết tội” những người Mácxit không những là những người “tam vô” (vô Tô quốc, vô gia đình, vô tôn giáo) mà còn là những người không biết coi trọng các giá trị về đức tin, tâm linh, đạo đức và lối sống tôn giáo trong sự phát triển kinh tế
- 4 Vấn đề này chúng tôi tham khảo cuốn: Max Weber, *Economie et socie'te*, 1995, Paris, Ed. Plon, trang 146 - 165. Ngoài ra, có thể tham khảo thêm M. Weber trong: *Tôn giáo Trung Hoa* (1913), *Tôn giáo Ấn Độ* (1916).
- 5 Ấn ý của Iannacome là sự hiểu biết của chúng ta về các giáo phái, giáo hội trong phát triển kinh tế hiện nay như thế nào. Tác giả bài viết trên (được đăng tải trên *Journal of Economic Politics*, với ý tưởng tôn giáo qua các Mô hình Câu lạc bộ đã thể hiện ý tưởng về khả năng sản xuất, các hình thức tổ chức sản xuất “tiềm ẩn” và sự tiêu thụ tôn giáo. Gần đây, có một số nghiên cứu như của McBride, 2007, đã phát triển nghiên cứu trên của Iannacome khi ông cho rằng “một ‘Câu lạc bộ’ là cách để các tôn giáo chia sẻ những kinh nghiệm về chi phí sản phẩm, hợp tác giữa các thành viên trong sản xuất theo nguyên tắc hướng thiện cũng như chia sẻ lợi ích”.
- 6 Sriya Iyer (2015), *The New Economics of Religion*, University of Cambridge and IZA, Bonn, Gernamny.
- 7 Xem: L. Iannacome (1998), *Journal of Economic Literature*, hoặc Iannacome L. R. and Berman, “Religiuos Extremism: The God, the Bad, and The Deadly”.

Public Choice 128 (1), pp. 109 - 129, 2006. Nhờ những nghiên cứu như của Iannaccone, Kinh tế học tôn giáo đã có mã số nghiên cứu riêng như một chuyên ngành (JEL), dù đến nay vẫn chưa có tạp chí riêng. Điều này phản ánh thực tế là nghiên cứu trong các mối quan tâm của kinh tế học tôn giáo với các lĩnh vực khác trong kinh tế như kinh tế lao động, kinh tế công và tổ chức công nghiệp, cũng như bên ngoài kinh tế như trong xã hội học và khoa học xã hội chính trị. Khi các tác giả có thể công bố công trình của họ ở một loạt các nơi, điều này thường gây khó khăn đối với một nhà nghiên cứu lĩnh vực một khả năng nắm bắt toàn bộ tài liệu trong kinh tế học tôn giáo.

- 8 Xem: Quán Như (1996), “Kinh tế Phật giáo”, trong *Phật giáo trong thế kỷ mới*, tập 1, Giao điểm, Hoa Kỳ, tr. 239 - 243.
- 9 Sriya Iyer (2015), *The New Economics of Religion*,... ibid.
- 10 Ana Knock (2015), “Economics of Religion”, VSR, University of Salzburg, in: R. Segal, K. von Stuckrad (Red.) *Vocabulary for Study of Religion*, Vol. 1-3, VRS, Leiden.
- 11 R. Barro, R. M. McCleary (2006), Religion and Economy, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 2, Spring, pp. 49 - 72.
- 12 Xem: Hamdikhalfawi (2015), Islame and economic growth, *International Journal of Social Sciences Studies*, Vol. 3, N°. 6, November.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alles G. (2009), “Religious Economies and Rational Choice: On Rodney Strak and Roger Finke’s Acts of Faith 2000”, in M. Stausberg (ed), *Contemporary Theories of Religion*, London.
2. Barro R., McCleary R. M. (2003), “Religion and Economic Growth Across Countries”. *American Sociological Review*, 68 (5), pp. 760 - 781.
3. Bateman, Bradley W. and Ethan B. Kapstien (1999), “Between God and the Market: The Religious Roots of the American Economic Association”, *Journal of Economic Perspectives* 13 (4), Fall, pp. 249 - 257.
4. Berger P. L. (1963), “A Market Model for the Analysis of Ecumenicity”, *Social Research* 30 (1), pp. 77-93.
5. Buordieu P. (1994), “The Economy of Symbolic Goods”, in *Practical Reason: On the Theory of Action*, Cambridge.
6. Iannaccone L. R. (1994), “Rational Choice: Framework for the Social Scientific Study of Religion”, in L. A. Young (ed), *Rational Choice Theory and Religion*, New York, pp. 24 - 25.
7. Iannaccone, L. R., and E. Berman (2006): “Religion Extremism: The Good, The Bad, and the Deadly”, *Public Choice*, 128 (1), pp. 109 - 129.
8. Inglehart R., and P. Norris (2004), *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*, New York.
9. Koch A. (2014), *Partly Annotated Bibliography of Economics of Religion*, Open access University of Munich, <http://epub.ub.uni.-muenchen.de/12437/>, last update: Feb.
10. Kolm, S., and J. M. Ythier (eds) (2006), *Handbook of Economics of Giving, Altruism and Reciprocity I*, Amsterdam.
11. Michel Lallement (1993), *Histoire des ide'es sociologique des origines à Weber*, Nathan, Paris.

12. Max Weber *Economies et sociologique* (bản dịch tiếng Pháp).
13. Max Weber (2010), *Nền đạo đức Tin Lành và tinh thần của chủ nghĩa tư bản* (Bùi Văn Nam Sơn, Nguyễn Nghi, Nguyễn Tùng, Trần Hữu Quang dịch), Nxb. Tri thức, Hà Nội.
14. Nguyễn Đức Sự (2005), *Mác - Ăngghen - Lênin về tôn giáo*, Nxb. Tôn giáo, Hà Nội.
15. Widmer, Andreas (2012), *Ministering to the Pioneers of Prosperity, in Free Markets and the Culture of the Common Good*, edited by Martin Schlag and Juan Andre's Mercado, London: Springer, pp. 167 -176.
16. Woodberry, Robert (2013), *Pentecostalism*, edited by Donald E. Miller, Kimon H. Sargeant and Richard Flory, Oxford: Oxford University Press, pp. 119 - 137.
17. Young, Stephen (2003), *Moral Capitalism: Reconciling Private Capitalism with the Public Good*, San Francisco: Berrett-Koehler.
18. Ziai, Aram (ed) (2007), *Exploring Post - Development: Theory and Practice, Problem and Perspectives*, London: Routledge.

Abstract

FROM THE RELATIONSHIP BETWEEN RELIGION AND ECONOMY TO ECONOMICS OF RELIGION

Do Quang Hung

Vietnam National University, Hanoi

Since the 1980s, although there has been caution, many economic and religious researchers have stated that the term of “Economics of Religion” did not only become a specialized discipline in research on religion but it is also a discipline of Economics in addition to agricultural economics, commercial economics, etc. Through exploring the relationship between religion and economy, approaching religion as a social element, connecting the “variables” of religion with the “variables” of the economy, to be able to determine the concept of “Economics of Religion” and how religion affects economic growth, this article indicates the following contents: 1) Characteristics and the transformation of relationships between religion and economy; 2) Economics of Religion and its elements; 3) Economics of Religion and its influence on economic growth.

Keywords: Economics of Religion; Religious Variables; Economic Variables; Economic Growth; Religiosity and Economic Performance.