

بررسی رابطه مذهب و رفتار مصرف کننده در سایر ادیان (غیر اسلام)

تاریخ دریافت: ۸۱/۳/۱

تاریخ تأیید: ۸۱/۶/۱۴

یدالله دادگر* و مرتضی عزتی**

چکیده

در کشورهای غیر مسلمان، مطالعات گسترده‌ای در زمینه اقتصاد و مذهب، از جمله مذهب و رفتار مصرف کننده انجام شده است که در ایران بازخوری از آنها نیست. انتقال این مطالعات به داخل کشور همراه با نقد آنها می‌تواند، زمینه‌های مطالعه اقتصاد اسلامی را فراهم‌تر کند. با مطالعه «وبر» بحثهای جدی در این زمینه آغاز شده است. این مطالعات درباره تفاوت‌های اقتصادی و مصرفی جوامع و افراد، بر حسب مذهب آنها گسترش یافته است، اما در سه دهه اخیر نظریه‌هایی ارائه شده است که در صدد تحلیل رفتار مصرف کننده در قالب مدل‌های اقتصاد خرد بوده‌اند. پایه‌ای‌ترین این نظریه‌ها، مصرف را با نگرش دنیا و آخرت در نظر گرفته است. اما مطالعات مکمل، بحث اثر سرمایه انسانی مذهبی و اثر مؤسسات و گروه‌های مذهبی را در کسب مطلوبیت ناشی از انجام فعالیتهای مذهبی وارد کرده‌اند. مطالعات جدیدتر، شکل دنیوی بیشتری به فعالیتهای مذهبی داده‌اند. این مطالعات باید همراه با نقد در ایران ارائه شوند. مقاله حاضر ارائه فشرده و نقدی از این مطالعات گسترده و پراکنده است که ضعفها و قوت‌های آنها را بیان می‌کند.

واژگان کلیدی: مذهب و رفتار مصرف کننده - مذهب و رفتارهای اقتصادی - مذهب و اقتصاد - مذهب و علم

در ایران و کشورهای اسلامی دیگر، پژوهش‌های قابل توجهی در زمینه اقتصاد اسلامی از جوانب مختلف انجام شده است. این پژوهش‌ها در دسترس پژوهشگران کشورهای مسلمان قرار دارد و با آنها آشنایی دارند. اما در کشورهای غربی (و غیرمسلمان) نیز مطالعات گسترده‌ای در زمینه اقتصاد و مذهب صورت گرفته است که در ادبیات اقتصادی ایران اثری از آنها نیست. این مقاله تلاش دارد به بخشی از این مطالعات در زمینه رفتار مصرف‌کننده - که از مهمترین بحث‌های نظری در اقتصاد است - بپردازد. این تلاش می‌تواند انتقال خوبی از دانش اقتصاد دینی در غرب به ایران باشد تا اقتصاددانان مسلمان بتوانند، با آگاهی به این مباحث در نظریه پردازی و پژوهش در زمینه اقتصاد اسلامی موفق‌تر باشند.

برای روشن شدن بحث به دو نکته باید اشاره کنیم: اول، این که چون اغلب مطالعات علمی و از جمله اقتصاد، توسط اندیشمندان غربی - که قریب به اتفاق آنها مسیحی هستند - انجام شده است، بیشتر مطالعات مربوط به مذهب و اقتصاد در غرب نیز توسط مسیحیان انجام شده است. به تبع این امر، بیشتر آنچه در این جا مطرح می‌شود مطالعات مسیحیان، است؛ اما در کنار آنها مطالعات محدودتری که درباره مصرف در سایر ادیان انجام شده است، نیز به تناسب اشاره می‌شوند. دوم، این که چون بحث مقاله رابطه مذهب و رفتار مصرف‌کننده است، در ابتدا اشاره‌ای به بررسی‌های علمی در زمینه اثر مذهب بر رفتارهای افراد و پس از آن اشاره‌ای به کل مطالعات اقتصاد و مذهب شده است، تا بستر سازی مناسب‌تری برای خواننده صورت گیرد. سپس اشاره‌ای به مطالعات در زمینه اثر مذهب بر رفتارهای اقتصادی از بعد کلان شده است که به نوعی به بحث مصرف ارتباط دارند. پس از آن بحث اثر مذهب، بر رفتارهای مصرفی از ابعاد مختلف مطرح شده و در ادامه با جمع‌بندی مطالعات انجام شده، تابع مطلوبیت و تابع مصرف در بخش‌های نظری مربوط به این زمینه ارائه شده است. در پایان هر یک از این مباحث نقد دیدگاه‌ها و مطالعات انجام شده در این زمینه‌ها نیز صورت گرفته است.

۱- بررسی‌های علمی اثر دین بر رفتارها

علی‌رغم این که پس از قرون وسطی و تجدیدنظر در مذهب و با پیشرفت علم، طی چند قرن اخیر، دین از صحنه زندگی اجتماعی و بویژه از مجامع علمی، دور مانده بود. اما طی چند دهه اخیر نفوذ دین در همه زمینه‌ها، از جمله بررسی‌های علمی، رشد قابل

توجهی کرده است. تشدید گرایش‌های مذهبی در کشورهای مسلمان و مسیحی و نیز نزد یهودیان و پیروان سایر ادیان؛ افزایش رفتارهای مذهبی؛ رشد اصول‌گرایی مذهبی؛ همچنین گسترش حرکت‌های اجتماعی بر اساس مذهب؛ باعث شده است، مذهب بار دیگر بطور جدی وارد صحنه‌های اجتماعی شود. این حرکت در زمینه ایجاد نظام‌های اجتماعی - سیاسی مبتنی بر دین بویژه در کشورهای مسلمان جایگاه خاصی داشته است. به تبع جریانات فزاینده دینی در سطح جهانی، حرکت‌های علمی گسترده‌ای نیز از سوی دانشمندان شاخه‌های مختلف علوم بویژه علوم اجتماعی، در زمینه دین و رفتارهای فردی و اجتماعی انسانها صورت گرفته است.

البته باید اذعان داشت که توجه علوم اجتماعی به دین تنها طی چند دهه اخیر نبوده است. بلکه به دلیل اهمیت دین در جوامع و نزد افراد، اغلب اندیشمندان علوم اجتماعی از بدو پیدایش این شاخه‌ها به دین - بویژه تبیین علمی رفتارهای دینی - توجه کرده‌اند. از جمله آدام اسمیت (Adam Smith) - پدر علم اقتصاد - در کتاب ثروت ملل بخشی از مطالب خود را به دین اختصاص داده است (اسمیت ۱۹۶۵، ۳۶-۷۴). آگوست کنت (Agust Conte) - پدر علم جامعه‌شناسی - در تبیین مراحل تکاملی جوامع یک مرحله از سه مرحله را، مرحله دینی یا الهی نام‌گذاری می‌کند.* فروید (Erch Freud) - دانشمند شهیر روانشناسی - مارکس (Karl Marx) - بنیانگذار سوسیالیسم مارکسیسم و اغلب دانشمندان علوم اجتماعی به این موضوع نیز پرداخته‌اند. با این حال، حرکت جدی علمی - به شیوه جدید - در زمینه دین بطور اساسی از اوایل قرن بیستم آغاز شد. ارائه دیدگاه‌هایی مانند دیدگاه ماکس وبر، لمپتون، رودنسون و نظیر اینها به این حرکت، شکل جدی بخشید. این حرکت در نیمه دوم این قرن تشدید شد و شاخه‌های مختلف علوم را در بر گرفت و از جنبه‌های مختلف در زمینه دین با نگاه علمی گسترش یافت.

از جمله در روانشناسی در زمینه‌هایی مانند دین و تمایل و تنفر (آلپورت Alport و راس Ross - ۱۹۶۷)، دین و آسایش ذهنی (دینر Diener - ۱۹۸۴؛ الیسون Ellison - ۱۹۹۱؛ بیرد Byrd، لیر Lear و شونکا Schuenka - ۲۰۰۰)، دین و بیماریهای روانی و جسمی (بیکر Baker و گورساج Goursuch - ۱۹۸۲؛ برگین Bergin و همکاران، ۱۹۹۸؛ پولوما Poloma و پندلتون Pendelton - ۱۹۹۱) و موضوعات مختلف دیگر، مطالعات گسترده‌ای انجام شده

* - به نقل از باقری ساروخانی؛ دائرة المعارف علوم اجتماعی؛ ۱۲۷۵، ذیل «Conte».

است که حاصل آن صدها کتاب و مقاله منتشر شده علمی در این زمینه‌ها می‌باشد. در جامعه‌شناسی نیز، دانشمندان توجه مجددی به دین کرده‌اند و پژوهش‌های تجربی زیادی در زمینه‌های مختلف جامعه‌شناسی در رابطه با دین انجام داده‌اند. از جمله بررسی رابطه مذهب با جرم و جنایت (چادویک Chadwick و تاپ Top ۱۹۹۳؛ اوانس Evans و دیگران، ۱۹۹۵؛ مدوف، ۱۹۹۳)، دین با سازگاری اجتماعی (بانکستون Bankstone و ژو Zhou - ۱۹۹۵؛ لاو A Low و هاندال Handal - ۱۹۹۵)، دین با نرخ زاد و ولد (مدوف Medoff و اسکو Skov - ۱۹۹۲)، دین باطلاق (هیتون Heaton و پرات Pratt - ۱۹۹۰؛ مدوف و اسکو - ۱۹۹۲)، دین با بزهکاری (بور Bur و مک کال Mc Call - ۱۹۹۴؛ استاک Stack و واسرمن Wasserman - ۱۹۹۲) و صدها کتاب و مقاله در زمینه‌های مختلف جامعه‌شناسی در رابطه با دین که برای متخصصان آشنا است.

در اقتصاد نیز، در زمینه رابطه دین با رفتارهای اقتصادی، تحقیقات مختلفی انجام شده است. مانند مذهب و تفاوت اقتصادی کشورها (وبر Weber - ۱۹۰۵؛ تاوونی Tawney - ۱۹۲۶) دین و نگرشها و رفتارهای اقتصادی افراد (گری لی Greeley - ۱۹۶۳؛ پایل Pyle - ۱۹۹۲؛ مایر Mayer و شارپ sharp - ۱۹۶۲) دین و رفتارهای مصرفی (کف Kahf - ۱۹۷۲؛ صدیقی Siddighi - ۱۹۷۲؛ آزی Corry Azzy و ارنبرگ Ehrenburg - ۱۹۷۵؛ داگلاس Douglas - ۱۹۷۶) دین و تولید (کف، ۱۹۹۱؛ صدیقی، ۱۹۷۹؛ عبدالمنان Abdul Mannan - ۱۹۹۱) و تلاش‌های علمی بسیار مختلف و متنوع دیگر که در ادیان مختلف گسترش یافته و حاصل آن هزارها کتاب و مقاله علمی و قابل عرضه بوده است.

هر چند بررسی‌های علمی در زمینه دین، در بعضی شاخه‌های علم بیشتر بوده است، اما دامنه این بررسی‌ها، دیگر شاخه‌های علوم را نیز در بر می‌گیرد. از جمله پزشکی مانند (لوین Lwine و اندرپول Anderpol - ۱۹۸۷؛ برگین، مسترز Mesters و ریچارد Richards - ۱۹۸۸؛ لوین، ۱۹۹۴)، سیاست (هارکورت Harcourt - ۱۹۹۸)، حقوق (گری لی و هوت Michael Hout - ۱۹۹۹؛ استون Stone - ۲۰۰۰) و ... که همگی نشان‌دهنده اهمیت مذهب، در رفتارهای انسانی و ضرورت بررسی‌های علمی دین در همه زمینه‌ها می‌باشد.

۲- بررسی‌های علمی در زمینه رابطه اقتصاد و دین

هرچند سابقه طرح مباحث اقتصادی از دیدگاه دین به قدمت اندیشه‌های دینی باز می‌گردد، اما می‌توان گفت بحث علم اقتصاد و دین از زمان آدام اسمیت، آغاز شد. آدام اسمیت در کتاب ثروت ملل مباحثی از رفتارهای کلیسا و روحانیون را در قالب

نظریه‌های اقتصادی خود گنجانند، مانند این که روحانیون و معلمان مذهبی نیز مانند دیگران در رفتارهایشان خودمحموری را ملاک دارند، رفتارهای مذهبی روحانیون مانند رفتارهای اقتصادی افراد است و مطالبی مانند اینها (اسمیت [۱۷۷۶]، ۱۹۶۵، ۶۰-۷۴). پس از اسمیت - شاید به این علت که او رفتارهای دینی را بر اساس اصول اقتصادی تحلیل می‌کرد - نظرات او مورد توجه اندیشمندان معتقد به دین قرار نگرفت. آدام اسمیت نظر خود را برای تشریح رفتار کلیسا و سران مذهبی ارائه کرد. وبر ۱۳۰ سال پس از اسمیت تلاش کرد، دیدگاه جدیدی ارائه کند، با این مضمون که تفاوت‌های اقتصادی، در رفتار افراد و در نتیجه تفاوت‌های اقتصادی جوامع، می‌تواند ناشی از تفاوت‌های مذهبی آنها باشد (وبر [۱۹۰۵] ۱۹۵۸). نظریه وبر توسط اندیشمندان مختلف، مورد نقد و بررسی قرار گرفت، اما در خیزش جدید جوامع اسلامی و دانشمندان مسلمان، نظریات جدیدی مبنی بر تأثیر دین بر رفتارهای اقتصادی ارائه شد و به دنبال آن، این خیزش باعث رشد شدید مباحث اقتصاد و دین در ۳۰ سال اخیر شده است. در کنار این رشد، بعضی از محققان به نظریات آدام اسمیت - که نگرش خاصی به مذهب دارد - بازگشته‌اند و بررسی رفتارهای دینی بر اساس مبانی اقتصادی را محور مطالعات خود قرار داده‌اند.

در کنار این روند، اندیشمندان معتقد به دین، در ادیان مختلف تلاش کرده‌اند، اقتصاد سنتی سرمایه‌داری را از ابعاد مختلف به نقد بکشند و بعضی از اقتصاددانان تلاش کرده‌اند، نظامها یا ابعادی از نظامهای اقتصادی مبتنی بر مذهب را ترسیم کنند.

بر این اساس می‌توان مجموع مطالعات در زمینه رابطه اقتصاد و دین را در چهار دسته برشمرد:

- ۱- تشریح و تبیین رفتارهای دینی بویژه گروهها و مؤسسات مذهبی بر اساس و مبتنی بر مبانی اقتصادی با روش علمی مانند آنچه آدام اسمیت بیان می‌کند.
- از جمله مطالعات در این زمینه کتاب اکلاند (Aketund) و دیگران با عنوان: «کلیسای کاتولیک در قرون وسطی به عنوان بنگاه» (۱۹۹۶)، اندرسون (Anderson - ۱۹۸۸)، فینک (Finke) و استارک (Stark - ۱۹۸۸)، یاناکن (Iannaccone - ۱۹۹۲ و ۱۹۹۷) و مانند اینهاست.
- ۲- نقد اقتصاد سنتی بر اساس مبانی دینی. مانند نوشته‌های سید قطب (۱۹۶۶)، صدیقی (۱۹۷۲)، بیسنر (Beisner - ۱۹۸۹) و مانند آن که بیشتر نزد مسلمانان بوده است.
- ۳- بررسی و تبیین نظامهای اقتصادی یا ابعادی از آن بر اساس دین. مانند نوشته‌های صدر (۱۹۶۱)، جامو (Jomo - ۱۹۹۲)، چاپرا (Chapra - ۱۹۷۰) و مانند اینها.

۴- تشریح و تبیین رفتارهای اقتصادی بر اساس و تحت تأثیر دین که طیف گسترده‌ای از تحقیقات و نوشته‌های سه دهه اخیر را که در زمینه دین و اقتصاد به خود اختصاص داده است. از جمله مطالعات انجام شده توسط کشف (۱۹۷۲)، فهیم خان (Fahim Khan - ۱۹۹۱)، متوالی (Metwaly - ۱۹۹۱)، آزی و ارنبرگ (۱۹۷۶) و تعداد زیادی از نوشته‌های مشابه که در این مقاله به بخشی از آنها اشاره می‌شود.

در این جا بررسی ما بیشتر از نوع چهارم و از زاویه خاص تأثیر دین بر رفتارهای مصرفی افراد (خانوارها) است. بر این اساس مطالعات و نوشته‌های موجود در زمینه اثر دین بر رفتارهای مصرفی را در دو دسته مرور می‌کنیم:

۱- اثر مذاهب مختلف بر رفتارهای اقتصادی از جمله رفتار مصرفی جوامع (بُعد کلان)

۲- اثر مذاهب مختلف بر رفتارهای مصرفی افراد (تفاوت رفتار مصرفی پیروان مذاهب مختلف از بُعد خرد)

۳- اثر مذهب در تابع مطلوبیت و رفتار مصرف‌کننده (تفاوت رفتار مصرف کننده مذهبی و غیر مذهبی در هر مذهب).

۳- اثر مذاهب مختلف بر رفتارهای اقتصادی و مصرفی جوامع (بُعد کلان)

هنگامی که در پایان قرون وسطی، توسط نیروهای مسیحی در بخشهایی از سرزمینهای مسیحی نشین در دین مسیحیت تجدید نظر شد، رهبران مسیحی تجدید نظر طلب، قوانین اخلاقی کلیسا را به صورت جدیدی تفسیر کردند. از جمله تفاسیر آنها در زمینه مصرف، کار، مال اندوزی، کسب ثروت، منفعت و نظیر اینها بود. کالوین (Kalvin) که معروف‌ترین کشیش اصلاح طلب بود، برخلاف نظر مسیحیت سنتی، نه تنها با ثروت اندوزی عامه، بلکه با ثروت‌اندوزی کشیشان نیز مخالف نبود و حتی آن را در غنا بخشیدن به حیثیت آنها ضروری می‌دانست (وبر؛ ۱۲۵). فرانکلین (Franklin)، وقت را طلا می‌داند و باکستر، (Bakster) اتلاف وقت و بطالت را مهلک‌ترین گناهان بیان می‌کند (وبر؛ ۱۲۶). باکستر همه را متعهد به کار می‌داند و هیچ استثنایی برای آن قائل نیست (وبر؛ ۱۲۷). در دیدگاه پیوریتنها (Puritans)، هدف الهی تقسیم کار، باید از طریق آثار آن شناخته شود که منافع اقتصادی خصوصی است (وبر؛ ۱۲۸). پروتستانیسم نه تنها به مال اندوزی جنبه قانونی داد، بلکه آن را چنانچه صرف لذتهای زودگذر نشود، به منزله مشیت الهی تلقی

کرد (وبر؛ ۱۴۷). همچنین پاکی و رفاه خانواده طبقه متوسط را یک آرمان محسوب می‌کرد. در کنار این دیدگاهها، مصرف زیاد و تجمل‌گرایی همچنان نکوهش می‌شد (وبر؛ ۱۴۷). ماکس وبر در کتاب معروف خود (اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری، ۱۹۰۵ م.) با بیان مفصل این‌گونه دیدگاهها، نتیجه می‌گیرد که نظام سرمایه‌داری و پیشرفت آن، حاصل این اصلاح دینی است. (وبر؛ ۱۵۰). او می‌گوید: این نگاه موجب توسعه یک زندگی اقتصادی عقلانی بورژوایی شد و مهمتر از همه، این جهان‌بینی، نه تنها عامل مؤثر توسعه این شیوه از زندگی، بلکه گاهواره انسان اقتصادی جدید نیز بود. البته این سودگرایی به مرور ماهیت دینی خود را از دست می‌دهد و در خصلت اقتصادی مستحیل می‌شود (وبر؛ ۱۴۹-۵۱). دیدگاه وبر، درباره این که ایجاد نظام سرمایه‌داری و پیشرفت اقتصادی کشورهای مسیحی حاصل اصلاح دینی یعنی گرایش به مذهب پروتستان است، به عنوان اولین دیدگاه جدی بود که درباره اثر مذهب بر رفتارهای اقتصادی - از جهت تفاوت تأثیر مذاهب مختلف بر اقتصاد - ارائه شد. این دیدگاه، چالش‌هایی جدی بین اندیشمندان مختلف، از جمله جامعه‌شناسان و اقتصاددانان ایجاد کرد و موجب شد، مطالعات بسیاری در این زمینه صورت گیرد. می‌توان این مطالعات را به دو دسته تقسیم کرد.

یک دسته، این مسأله را از بعد کلان مورد توجه قرار داده‌اند و تفاوت رفتارها و موقعیت اقتصادی جوامع پیرو مذاهب مختلف را بررسی کرده‌اند و دسته دیگر به بررسی تفاوت رفتارهای فردی پیروان مذاهب مختلف پرداخته‌اند. به این دو دسته بررسیها اشاره می‌کنیم.

۱-۳- بررسیهای تاریخی انجام شده

بررسیهای انجام شده از بعد کلان، درباره تفاوت جوامع پیرو مذاهب مختلف با بررسی نظری وبر آغاز می‌شود. پس از آن بررسیهای تاریخی برای دوره مورد اشاره وبر (یعنی دوره ایجاد) و رشد سرمایه‌داری (۱۵۰۰ - ۱۸۰۰ م) صورت می‌گیرد. علاوه بر این، بررسیهای دیگری نیز با استفاده از داده‌های دوره معاصر بین جوامع صورت گرفته است که به این مجموعه اشاره می‌کنیم.

اساس نظریه ارائه شده از سوی وبر این است که در قواعد دینی پروتستان - برخلاف دیدگاههای ارائه شده از سوی سران کاتولیک - تجمع ثروت به خودی خود نفی نشده است، بلکه استفاده از ثروت برای رفاه زیاد و تجمل‌طلبی نفی شده است. به بیانی

کلی‌تر تجمع ثروت تشویق شده - بلکه کار نکردن و ناتوانی در اداره امور اقتصادی شخصی نکوهش شده است - و مصرف زیاد نکوهش شده است (وبر، ۴۸-۱۳۲). نتیجه این امر افزایش پس‌انداز و ایجاد زمینه انباشت سرمایه بوده است که موجبات رشد سرمایه‌داری و اقتصاد غرب (کشورهای پروتستان) را فراهم کرده است. پس، این نظریه بر دو پایه مذهبی تشویق افزایش ثروت و نکوهش افزایش مصرف استوار است. طبق این نظریه، نتیجه این نگاه مذهبی خاص پروتستان موجب افزایش سرمایه و رشد اقتصادی شده است (وبر، ۱۴۸). به تبع این نتیجه، بیشتر پژوهشگرانی که در این زمینه مطالعاتی داشته‌اند، تلاش کرده‌اند، نتیجه این نظریه (یعنی تفاوت رشد اقتصادی) را مورد بررسی، آزمون یا نقد قرار دهند و کمتر در صدد بررسی اصل اثر مذهب بر مصرف بوده‌اند.

در مقابل این نظریه که فرهنگ پروتستان، بر اثر تشویق ثروت‌اندوزی و نکوهش مصرف، موجب رشد سرمایه و اقتصاد می‌شود، دیدگاه‌های مخالفی نیز ارائه شده است. عمده این دیدگاه‌ها بر بررسی‌های تاریخی و تجربی استوار هستند که به آنها نیز اشاره خواهیم کرد. از جمله تاوونی (Tawney - ۱۹۲۶) در یک بررسی تاریخی تلاش می‌کند، نشان دهد، نظرات وبر صحیح نیست. این مطالب بطور دقیق‌تر و جامع‌تر در بررسی ساموئلسون (Samuelson - ۱۹۹۳) ارائه شده است. ساموئلسون در بررسی تاریخی خود، توضیح می‌دهد که تقریباً همه نهادهای سرمایه‌داری که از سوی وبر به عنوان محصول جنبش اصلاح‌گری پروتستان مطرح می‌شود، پیش از مطرح شدن این جنبش - هرچند در حد محدودتر - وجود داشته‌اند. ساموئلسون در بررسی خود این نتیجه را می‌گیرد که بطور اساسی رهبران اولیه مذهب پروتستان، علاقه جدی به موضوعات اقتصادی نداشته‌اند و اصلاح‌گری آنها جنبه مذهبی، اجتماعی بسیار قوی‌تری داشته است. حتی آنها فهم کافی در باره بازار نداشته‌اند و دیدگاه آنها درباره مفاهیم مصرف و اعتبار و بهره با دیدگاه رهبران مذهبی کاتولیک یکسان بوده است. در این بررسی تلاش می‌شود، شواهد تاریخی قابل دسترس از دوران مورد بررسی وبر که خلاف نظرات وبر را نشان می‌دهند، مورد اشاره قرار گیرد. از جمله در بین مناطقی که وبر می‌گوید پروتستان موجب رشد اقتصادی شده است، شواهدی ارائه می‌کند که نقض نظریه وبر را نشان می‌دهند.

دلاکرو (Delacroix - ۱۹۹۵) نیز در یک بررسی، در این زمینه، برخی شواهد تجربی

تاریخی را ارائه می‌کند، که نشان می‌دهد، برخی از پیشرفته‌ترین مناطق دوران مورد اشاره وبر، کاتولیک مذهب بوده‌اند. او شاهد دیگری می‌آورد که بیشتر ثروت بعضی از مناطق پروتستان‌نشین، متعلق به کاتولیکها بوده است. همچنین شایان ذکر است که در این زمینه، رابرت تولیسون (Robert Tollison - ۱۹۹۲) نیز در بررسی تاریخی خود با تفاوت در استدلالها و شواهد ارائه شده، به نتایج مشابهی دست می‌یابد.

در مقابل، تحقیقات دیگری نیز انجام شده است که نظریه وبر را تأیید می‌کنند. از جمله ترورور روپر (Trevor Roper - ۱۹۶۳) در تحقیق خود درباره جمعیت تجار جمهوری آلمان در قرن هفدهم به این نتیجه می‌رسد که اکثریت افراد فعال در جوامع تجاری جمهوری آلمان در این قرن، کالوینیست بوده‌اند.

آلن (Allen - ۱۹۹۸) در تحقیق پیرامون دستمزد در اروپا طی سالهای ۱۵۰۰ تا ۱۷۵۰ میلادی، به این نتیجه می‌رسد، که دستمزد واقعی طی این دوره بطور متوسط در نمونه شهرهای پروتستان مورد بررسی ۴٪ افزایش یافته است، در حالی که در نمونه شهرهای کاتولیک ۱۹٪ کاهش داشته است.*

۲-۳- بررسیهای انجام شده در دوره معاصر

در بررسیهای تجربی مربوط به دوره معاصر که بر اساس نظریه وبر صورت گرفته است نیز، پژوهشهای دیگری در زمینه اثر اختلاف مذاهب بر رشد اقتصادی انجام شده است که به بعضی از آنها اشاره می‌کنیم.

از جمله مطالعاتی که اخیراً در این زمینه انجام شده، مطالعه برو (Barro - ۲۰۰۲) می‌باشد. برو در بررسی رابطه بین مذهب و توسعه اقتصادی، مطالعه خود را بر روی کشورهای مختلف بویژه کشورهای مسیحی‌نشین انجام داده است. او تلاش کرده است با استفاده از داده‌های مختلفی که به شیوه‌های گوناگون فراهم شده است، بررسی خود را انجام دهد. از جمله نتایج این تحقیق عبارتند از: گرچه دینداری همراه با توسعه اقتصادی، کاهش می‌یابد، اما ماهیت این رابطه با تغییر اندازه توسعه یافتگی تفاوت می‌کند.

مک کلری (Mc Cleary - ۲۰۰۲) نیز در پژوهشی، بر مبنای نظریه وبر تلاش می‌کند، با

* - همچنین می‌توان رجوع کرد به تحقیقات گابای (Gabaix - ۱۹۹۴)، بلوم (Blum) و دادلی (dadley - ۲۰۰۱)، پوستوتنکو (Postoutenko - ۲۰۰۱) و مانند اینها.

استناد به مبانی مذهبی مذاهب اصلی جهان، رابطه بین اعتقاد به رستگاری و اعمال اقتصادی را در مذاهب مسیحیت (کاتولیک و پروتستان)، اسلام، هندو و بودیسم بررسی کند. او با تشریح این مبانی به این نتیجه می‌رسد که بین اعتقاد به پرداخت صدقه و اطمینان از پاداش اخروی در مذاهب مختلف رابطه مثبت وجود دارد. در مذاهب اسلام هندو و بودایی هر دو اینها زیاد، در کاتولیک اولی زیاد و دومی تا حدودی زیاد و در پروتستان هر دو کم است.

گویسو (Guiso)، ساپینزا (Sapienza) و زینگالز (Zingales - ۲۰۰۲) در پژوهشی با استفاده از داده‌های میدانی جمع‌آوری شده از صدها هزار نفر از مردم دارای مذاهب مختلف در ۶۶ کشور جهان تلاش کرده‌اند، اثر مذاهب مختلف و مذهبی بودن (در مقابل مذهبی نبودن) افراد را بر روی نگرشهایی که برای رشد اقتصادی، مثبت ارزیابی می‌شود بررسی کنند. در این تحقیق عواملی مانند همیاری اجتماعی، حقوق قانونی، دولت و اقتصاد بازار مورد توجه بوده است. نتیجه پژوهش نیز آن است که بطور متوسط، مذهب روی نگرشهای مناسب برای رشد اقتصادی تأثیر مثبت دارد، تنها استثنا در این زمینه این است که افراد مذهبی، تمایل نژادی (بر اساس مذهب) بیشتری دارند.

در این زمینه همچنین می‌توان به پژوهشهایی نظیر مطالعات گلاهِ (Glah) و ووریس (Vorhies - ۱۹۸۹)، نیس بت (Niss. Bet - ۱۹۸۹)، هیت، واترز و واتسون (۱۹۹۵) پالدام (۱۹۹۹) و مانند آنها نیز رجوع کرد.

در نهایت می‌توان گفت با مروری بر تاریخ اندیشه‌های اقتصادی، مطالعه «وبر» را نقطه عطف بررسیهای دین و اقتصاد می‌یابیم. هر چند اغلب مطالعات انجام شده درباره نظریه وبر - از جمله شالوده بحث وبر - توجیه تفاوت‌های اقتصادی بویژه رشد اقتصادی بر حسب تفاوت‌های مذهبی است، اما پایه‌های اصلی نظریه وبر بر دو محور پس‌انداز و مصرف استوار است. بر اساس نظر او، وجود دو انگاره مذهبی نکوهش مصرف زیاد و تشویق ثروت اندوزی (همراه با تشویق کار و نکوهش تنبلی) موجب انباشت سرمایه و در نتیجه باعث رشد اقتصادی کشورهای پروتستان نشین شده است. مطالعات تجربی انجام شده نیز نشان می‌دهند، در اغلب موارد، این ادعا قابل توجیه است. با این حال مطالعات انجام شده دیگر، در این زمینه برخی مذاهب را مشابه و برخی را متفاوت قلمداد کرده‌اند. هر چند این مطالعات در زمینه کل جوامع انجام شده است، اما زمینه‌ساز مطالعات مربوط به اثر مذهب بر رفتارهای اقتصادی در سطح خرد بوده است.

۴- اثر مذاهب مختلف بر رفتارهای مصرفی افراد (از بُعد خرد)

در واقع می‌توان گفت، بخش اصلی نظریهٔ وبر درباره این که باورهای مذهبی پروتستان باعث رشد اقتصادی بیشتر می‌شود، این است که رفتارهای اقتصادی - بویژه رفتار مصرفی و درآمدی - پیروان مذهب پروتستان از سایر مذاهب متفاوت می‌باشد. می‌توان گفت این نظریه بیشتر جنبه خرد و بین فردی دارد. در زمینه رابطه ابعاد مختلف رفتارهای اقتصادی افراد با مذهبی که از آن پیروی می‌کنند، تحقیقات مختلفی صورت گرفته است. در این جا برخی از این نوع تحقیقات را مرور می‌کنیم تا ابعاد مسأله و یافته‌های علمی در این زمینه روشن‌تر شود.

طی ۴۰ سال اخیر، در غرب، تحقیقات مختلفی درباره رابطه بین رفتار فردی و متغیرهای مذهبی مختلف انجام شده است. بعضی از اینها با استفاده از مدل‌های مصرف یا مدل‌های مبتنی بر روابط اقتصادی، انجام شده‌اند که در ادامه بحث به آنها اشاره خواهیم کرد، اما بعضی از این مطالعات، صرف نظر از نوع مدل، به بررسی رابطه رفتارهای مصرفی و نوع مذهب پرداخته‌اند. در این میان بعضی بررسی کلی‌تر انجام داده‌اند و برخی بر روی رفتار مصرفی تمرکز کرده‌اند. از جمله می‌توان به این نوع تحقیقات به صورت ذیل اشاره کرد.

داگلاس (Douglas - ۱۹۷۶) از اولین افرادی بوده است که به صورت تجربی رابطه بین پیش زمینه ارزشهای اخلاقی (ملی) و رفتار مصرف‌کننده در سطح خرد را بررسی کرده است. او در تحقیق خود به این نتیجه رسید، که بین شغل و داشتن همسر غیر شاغل (خانه‌دار) با رفتار مصرفی، رابطه اندکی وجود دارد، در حالی که بین فرانسوی الاصل یا آمریکایی الاصل بودن زن خانواده و رفتار مصرفی، رابطه قوی‌تر وجود دارد.

یکی از تحقیقات مربوط به رابطه مذهب و مصرف، تحقیق هریشمن (Hirschman - ۱۹۸۳) است. هریشمن در این تحقیق تلاش کرده است، رابطه بین پیروی از مذاهب پروتستان، کاتولیک و یهود را با انتخاب محل تفریح آخر هفته، وسیله نقلیه و نگهداری حیوان اهلی در منزل، بین آمریکاییان بررسی کند. نتیجه اخذ شده این است که بین مذهب در جامعه مورد بررسی و رفتارهای مصرفی یاد شده، رابطه معناداری وجود دارد.

از جمله تحقیقات دیگری که در این زمینه صورت گرفته است. تحقیق سود (Sood) و ناسو (Nasu - ۱۹۹۵) می‌باشد که بر روی نمونه‌ای از ژاپنیها و پروتستانهای آمریکایی و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. در این تحقیق، چهار فرضیه در زمینه رابطه

بین دینداری، ملیت و رفتار مصرف‌کننده در نظر گرفته شده است، از جمله نتایج حاصل در این زمینه عبارتند از: رفتار مصرفی ژاپنیها و پروتستانهای آمریکایی مورد بررسی بطور مشخصی از هم متفاوت است (ژاپنیها، پیروان یک دین در نظر گرفته شده‌اند). در این جا افراد ژاپنی به دو گروه مذهبی (متدین) و غیرمذهبی (یا کم مذهبی) و پروتستانها نیز به این دو گروه تفکیک شده‌اند که بین رفتار مصرفی افراد مذهبی و افراد کمتر مذهبی در ژاپن، تفاوت معناداری یافت نشد، اما بین رفتار مصرفی متدینها و غیرمذهبیهای پروتستان آمریکایی تفاوت معناداری به دست آمد.

تحقیقات دیگری نیز در این زمینه انجام شده است که نتایج مشابهی داشته‌اند: از جمله می‌توان رجوع کرد به مطالعات مایر (Mayer) و شارپ (Sharp - ۱۹۶۲)، گریلی (Greeley - ۱۹۶۲)، لهرر (Lehrer - ۲۰۰۲)، رالف پیلی (Ralph Pyle - ۱۹۹۲)، گای (Gay - ۱۹۹۱)، یاناکن (Iannaccon - ۱۹۹۸)، گولدین (۱۹۹۲) و...

با وجود این که اغلب مطالعات انجام شده، نشان دهنده تفاوت‌های فردی بر حسب مذهب هستند، بر اساس برخی مطالعات نیز، بین بعضی مذاهب در این زمینه مشابهتهایی اصولی دیده می‌شود. برخی دیدگاهها، تفاوت‌های فرهنگی یا تفاوت‌های دیگر را نیز در این زمینه مؤثر دانسته‌اند. بر این اساس نمی‌توان همه تفاوت‌های اقتصادی را تنها بر مبنای اختلاف مذهب افراد توجیه کرد. با این وجود، رفتارهای موردی افراد درباره مصرف برخی کالاها و خدمات، تحت تأثیر باورهای مذهبی، بویژه سطح رسوخ این باورها نزد افراد است. هر چند در کمتر مطالعه‌ای از این زاویه به بحث پرداخته شده است، اما اگر فردی اعتقاد به ناپسندی مصرف یک کالا یا خدمت یا انجام یک عمل داشته باشد، آن کالا یا خدمت را مصرف نخواهد کرد، یا کمتر مصرف می‌کند یا عمل را انجام نخواهد داد. از این رو اوامر و نواهی مذهبی بر این نوع رفتارها تأثیر می‌گذارند. چنانچه مذاهب از این جهت متفاوت باشند، رفتارهای پیروان آنها به صورت متناسب متفاوت خواهد بود. مذاهب الهی، همچون یهود، مسیحیت و اسلام در اغلب این اوامر و نواهی اشتراک نظر دارند و می‌بایست بررسی درباره پیروان آنها نتیجه یکسان بدهد. اما تفاوت‌های نشان داده شده در مطالعات می‌تواند، از این ناشی شده باشد که در برخی از این مذاهب، بعضی اوامر و نواهی، تحریف شده و تغییر کرده‌اند. با این وجود در همه این مذاهب اثر اعتقاد داشتن به دین و اعتقاد نداشتن به آن می‌تواند بطور جدی‌تر وارد مباحث علمی شود. مطالعاتی در این زمینه‌ها صورت گرفته است که به آنها می‌پردازیم.

۵- اثر مذهب در تابع مطلوبیت و تابع مصرف

بخشی از مطالعات مربوط به اقتصاد و دین، در ربع آخر قرن بیستم که توسط محققان غیر مسلمان انجام شده است، رفتارهای (و هزینه‌های) مذهبی را به عنوان بخشی از رفتارهای (هزینه‌های) کلی که انسان برای کسب مطلوبیت انجام می‌دهد، در نظر گرفته‌اند. این تحقیقات به تبع برخی از پژوهش‌های انجام شده، در زمینه اقتصاد اسلامی از جمله تفکیک افق زمانی مصرف کننده مسلمان به دنیا و آخرت و حداکثر کردن مطلوبیت دنیوی و اخروی در نوشته‌های منذر کھف (در سالهای ۱۹۷۲ و ۱۹۷۴) مصرف را به دو بخش مذهبی و غیر مذهبی تقسیم کرده‌اند و برای هر یک، مطلوبیت جداگانه‌ای در نظر گرفته‌اند که جزیی از تابع مطلوبیت کل فرد (خانوار) می‌باشد. فرد (خانوار) موجودی (دارایی) خود را صرف تأمین کالاها و خدماتی می‌کند که بخشی از آن در راه مذهب و بخشی برای امور غیر مذهبی است تا مطلوبیت ناشی از این مصارف را درون تابع مطلوبیت خود حداکثر کند.

مبنای این نظریات، تبیین تفاوت رفتار، بین افراد پیرو مذهب و افراد سکولار (یا بی‌مذهب) در هزینه‌های مصرفی مذهبی و غیر مذهبی است. این نظریات در شکل ساده خود اثر مذهب بر روی تخصیص دارایی و زمان را برای افراد متدین تبیین می‌کنند. این نظریه در شکل پیشرفته‌تر اثر سرمایه انسانی مذهبی بر مقدار هزینه‌ها و زمان صرف شده برای فعالیتهای مذهبی را وارد مدل می‌کند. در شکل پیشرفته‌تر از آن نیز اثر کیفیت مذاهب، گروه‌های مذهبی و مراسم مذهبی آنها را وارد مدل می‌کنند. به این سه بُعد نظریه اشاره می‌کنیم.

تذکر این نکته در این جا مناسب است، که منظور از مصرف، بهره‌مندی از یک کالا یا خدمت است، در زمان حال یا آینده یا در دنیای پس از مرگ یا انجام عملی که منجر به مطلوبیت شود. کسب این کالا یا خدمت، نیازمند پرداخت هزینه است. کالاها و خدمات دنیوی، وضع مشخصی دارند و برای دستیابی به کالاها و خدمات اخروی باید هزینه آن را در این جهان پرداخت کرد. بر این اساس هر پرداختی در نهایت یا منجر به کسب مطلوبیت دنیوی یا منجر به کسب مطلوبیت اخروی می‌شود. از این رو می‌توان هر نوع صرف مال و زمان را با هدف مصرف در نظر گرفت.

۵-۱- تابع مطلوبیت و تابع مصرف فرد مذهبی

در مطالعات غیر مسلمانان، اولین مطلب از این نوع، مقاله آزی (Azy) و ارنبرگ

(Ehrenberg - 1975) می‌باشد. این دو محقق مدلی تحت عنوان مدل تولید خانوار مذهبی (Religious Household Production) برای تبیین ساختار حضور در کلیسا و مشارکت مالی در امور کلیسا (اعانات) ارائه کردند. بر اساس این مدل، افراد (خانوارها) زمان و داریی خود را طوری به فعالیت‌های غیر مذهبی و فعالیت‌های مذهبی تخصیص می‌دهند که مطلوبیت آنها در زندگی این دنیا و زندگی پس از مرگ حداکثر شود. بر این اساس، هدف اصلی از فعالیت‌های اقتصادی، تخصیص زمان و داریی به مصرف دنیوی و مصرف اخروی است که باعث ایجاد مطلوبیت برای افراد (خانوارها) می‌شود. در این جا مسأله، چگونگی وارد کردن مطلوبیت مصرف کالاهای اخروی به تابع مطلوبیت مصرف‌کننده می‌باشد.

نویسندگان، یک تابع مطلوبیت به شکل معمول را تشریح می‌کنند که فرد (خانوار) در صدد حداکثر کردن همزمان مطلوبیت دنیوی و اخروی خود بر اساس آن است. شکل کلی تابع مطلوبیت این فرد، چنین است:

$$U = U(z_1, z_2, \dots, z_n, A) \quad (1)$$

که در آن مصرف دنیوی با z_i و مصرف آخرت با A نشان داده شده است. مصرف دنیوی در هر دوره، مجموعه‌ای از کالاها و خدمات متداول خانوار است که بر اساس داده‌های (عوامل) زمان (T_i) و کالاهای در اختیار یا خریداری شده (X_i) فرد (خانوار) تعیین می‌شود. پاداشهای اخروی نیز به مجموع فعالیت‌های مذهبی فرد (خانوار) در طول زندگی (دوره‌های مختلف حیات دنیوی) بستگی دارد. می‌توان مجموعه این پاداشها را کالاها و خدماتی در نظر گرفت که هزینه آن در دنیا پرداخت می‌شود و در آخرت برای مصرف در اختیار انسان قرار می‌گیرد و چنین نشان داده می‌شود:

$$R_1, R_2, R_3, \dots, R_n$$

این نیز در اصل به موجودی زمان و داراییهایی که فرد برای مصرف در فعالیت‌های مذهبی در هر دوره در نظر گرفته است، بستگی دارد. بر این اساس خواهیم داشت:

$$\begin{aligned} Z_i &= Z(T_i \text{ و } X_i) \\ R_i &= R(T_i \text{ و } X_i) \\ A &= A(R_1, R_2, \dots, R_n) \end{aligned} \quad (2)$$

آزی و ارنبرگ در مقاله خود تأکید می‌کنند، که ممکن است، رفتارهای مذهبی برای زمان حاضر نیز مطلوبیت ایجاد کند، اما مدل خود را به صورت ساده (یاد شده) ارائه

می‌کنند که در آن فعالیت‌های مذهبی تنها به مطلوبیت اخروی منجر می‌شود. با این وجود، این مدل می‌تواند، تحلیل خوبی از رفتارهای خانوارهای مذهبی ارائه کند. از جمله نکات دیگری که بر اساس نظر پژوهشگران در این مدل باید، در نظر داشت چنین است:

این مدل نوعی جایگزینی، بین زمان و پول را برای انجام فعالیت‌های مذهبی، در خود لحاظ کرده است. به این صورت که شرایط کارایی ایجاد می‌کند، خانوارهایی که از زمان کمتری برخوردارند و دارای درآمد کافی (زیادتر) هستند، فعالیت‌های مذهبی را به شیوه‌های هزینه بر (پرداخت پولی) انجام دهند و خانوارهایی که اعضای آن دستمزد کمتری دارند، فعالیت‌های مذهبی را به صورت زمان بر، انجام دهند.

هنگامی که در این مدل قید بودجه (استاندارد) را برای دوره زندگی وارد کنیم با در نظر گرفتن این که اثرگذاری نهایی فعالیت مذهبی با افزایش سن کاهش نمی‌یابد، در مشاهدات تجربی دیده شده است، که فعالیت‌های مذهبی با بالا رفتن سن افزایش می‌یابد. این اثر که در سنین بالا وجود دارد (افزایش انجام فعالیت‌های مذهبی) با این شرایط همراه است که منابع قابل اختصاص (از نظر کیفیت و مقدار منابع) برای زندگی اخروی در طول دوران زندگی با افزایش سن افزایش نمی‌یابد. در این بحث، اثر سن بر افزایش مشارکت مذهبی با توجه به افزایش معمول دستمزد به تبع سن، تا حدی کم توجیه می‌شود.

همچنین مشاهدات تجربی نشان می‌دهد با وجود این که افزایش دستمزد زنان در طول عمر با افزایش سن - نسبت به مردان - کندتر (کمتر) صورت می‌گیرد، ولی آنها با افزایش سن، مشارکت بیشتری در فعالیت‌های مذهبی دارند. بر اساس این مشاهدات، این فرضیه آزی - ارنبرگ که با افزایش سن، فعالیت‌های مذهبی افزایش می‌یابد به صورت قوی‌تری تأیید شده است.

شاید بتوان گفت، اولین کار تجربی جدی براساس این نظریه، تحقیق ارنبرگ (۱۹۷۷) می‌باشد که سعی کرد، از طریق مطالعه میدانی، با اطلاعات نمونه‌ای از مردم امریکا، نظریه و فرضیه‌های تشریح شده در مقاله آزی - ارنبرگ را آزمون کند. نتیجه بررسی ارنبرگ از رفتار مذهبی افراد چنین بود که با افزایش سن، فعالیت‌های مذهبی (پرداخت مالی و اعمال مذهبی) افراد افزایش می‌یابد، بویژه در مورد زنان، ضریب قوی‌تر بوده است. همچنین با افزایش درآمد، مشارکت مالی در امور کلیسا (پرداخت‌های پولی مذهبی) افزایش می‌یابد. پس از ارنبرگ، تحقیقات دیگری نیز در این زمینه انجام شده است.

از جمله اولین تحقیقاتی که در زمینه مقدار فعالیت‌های مذهبی و اقتصاد صورت گرفته، پژوهشی است که استارک (Stark - 1972) انجام داده است. او در پژوهش خود، تلاش کرده است، رابطه بین سطح درآمد، با اعتقادات مذهبی و مقدار فعالیت‌های مذهبی را در بین مردم آمریکا بررسی کند. در بررسی او، رابطه معناداری بین این متغیرها یافت نشد.

البته ممکن است مشکل در نحوه انتخاب شاخصها و متغیرها بوده باشد. با این حال، یاناکن (1992) تلاش کرد، چنین مطالعه‌ای را با دقت بیشتر برای آزمون رفتارهای گروه‌های مذهبی مختلف (مانند محافظه‌کار، لیبرال و دیگر گروه‌ها) انجام دهد. در بررسی او برای کل افراد بین سطح درآمد و حضور در کلیسا رابطه منفی، ولی بین سطح درآمد و پرداخت کمک مالی به کلیسا رابطه مثبت به دست آمد، اما بین گروه‌های مختلف، گروه‌های محافظه‌کار و اصول‌گرا، هم در پرداخت کمک مالی و هم در مقدار حضور در کلیسا فعال‌تر بوده‌اند.

هوگ (Hoge) و یانگ (Yang - 1994) نیز در تحقیق مشابهی به این نتیجه می‌رسند که اعضای شاخه‌های لیبرال نسبت به اصول‌گرایان (شاخه‌های مذهبی‌تر) پروتستان سهم کمتری از درآمدشان را به کلیسا (کمک به کلیسا) اختصاص می‌دهند. همچنین بر اساس نتایج این پژوهش، از نظر اختصاص وقت، برای انجام اعمال مذهبی نیز چنین رابطه‌ای بین گروه‌های مذهبی‌تر با افراد معمولی وجود دارد.

نتایج حاصل از بررسی دیگری که توسط مرکز ملی تحقیقات نظرسنجی آمریکا - با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده، برای سالهای ۹۰-۱۹۸۶ - انجام شده است، نشان می‌دهد، نسبت حضور در کلیسا (به صورت سالیانه) برای پیروان مذاهب پروتستان کمتر از کاتولیک‌هاست. نسبت حضور در کلیسای پروتستانهای اصول‌گرا، بیشتر از پروتستانهای دیگر (لیبرال) است. از نتایج دیگر این پژوهش، می‌توان گفت: سطح درآمد افراد، اثر معناداری بر روی حضور در کلیسا برای کل مسیحیان نداشته است؛ در حالی که برای کل مسیحیان اثر درآمد بر مقدار کمک مالی به کلیسا مثبت بوده است. با ثبات سایر شرایط، کمک‌های پرداختی اصول‌گرایان پروتستان بیش از پروتستانهای دیگر (لیبرال) و این دو بیش از کاتولیک‌ها بوده است.

آموزش نیز اثر مثبتی بر روی حضور در کلیسا برای همه گروه‌ها داشته است. از نتایج دیگر این تحقیق نیز این است که پروتستانهای سیاه پوست در پرداخت کمک به

کلیسا و حضور در کلیسا از پروتستانهای سفیدپوست فعال تر بوده‌اند. زنان نیز نسبت به مردان در حضور در کلیسا بیشتر عمل کرده‌اند (یاناکن ۱۹۹۸).

شوشانا نیومن (Shoshana Neuman - ۱۹۸۶) نیز با پژوهش بر روی داده‌های زمانی دقیق روی کارگران یهودی مرد در اسرائیل نتایجی را به دست آورد که مدل ارائه شده توسط آزی-ارنبرگ و از جمله اثرات U شکل سنی را تأیید می‌کند.

ویلکس (Wilkes)، بارنت (Burnett) و هاول (Howell - ۱۹۸۶) پژوهشی در زمینه رابطه دینداری و عوامل تعیین کننده مصرف، انجام داده‌اند که مقدار دینداری را با چهار عامل حضور در کلیسا، اهمیت دادن به ارزشهای مذهبی، پذیرش درونی مذهب و اعتقاد به ارزشهای مذهبی اندازه‌گیری کرده‌اند. وی پژوهش خود را در بین آمریکاییان انجام داده‌اند و بین دینداری و مقدار هزینه‌های مذهبی دوره زندگی، درآمد، سن، جنس و مانند آن رابطه معنادار یافته‌اند.

در مقابل، پژوهشهای میدانی که از سوی اولبریچ (Holler Urbrich) و والاس (Wallace - ۱۹۸۳، ۱۹۸۴) انجام شد، نتوانست، هیچ توجیهی برای این که توقعات یا انتظارات اخروی، باعث مشارکت مالی مذهبی می‌شود و این نکته با بالا رفتن سن افزایش می‌یابد، ارائه کند. همچنین این ادعا که نرخهای بالاتر گرایش زنان به مذهب را می‌توان با دستمزدهای پایین‌تر آنها تبیین کرد، نیز رد کردند. همچنین آزمونهای برابری همزمان پیرامون رابطه بین اعانات به کلیسا و حضور در کلیسا که از سوی سولیوان (۱۹۸۵) صورت گرفت نیز مدل آزی و ارنبرگ را تأیید نمی‌کند.

روی هم رفته روشن به نظر می‌رسد که هزینه فرصت زمانی برای رفتار مذهبی، هم در مقدار و هم در موقعیت زمانی انجام فعالیت برای اعمال مذهبی، تأثیرگذار است. همچنین برخی بررسیهای رگرسیونی بر روی داده‌های حاصل از پژوهشهای میدانی نشان می‌دهد که هر مقدار دستمزد افزایش می‌یابد، مقدار مشارکت مذهبی، شکل پولی‌تری به خود می‌گیرد، یعنی مقدار اعانات یا کمکهای مالی به کلیسا در مقایسه با نسبت حضور در کلیسا افزایش می‌یابد. این الگو در سراسر دوره زندگی (با بیشترین مشارکت پولی در بهترین سالهای کسب درآمد و بالاترین نرخهای حضور در کلیسا برای خانوارهای دارای کمترین دستمزد) در میان خانوارها و در میان شاخه‌های مختلف مذهبی تداوم می‌یابد.

آن شاخه‌های مذهبی که اعضایشان از سطوح درآمدی و آموزشی نسبتاً بالایی

برخوردارند، بر خدمات حرفه‌ای افرادی مانند رؤسای فرقه‌های مذهبی، آموزگاران و مدیران گروه سراینده‌گان کلیسا بسیار زیاد اتکا می‌کنند. آنها همچنین تمایل دارند تا میتینگها (جلسات) کمتر و کوتاهتری برگزار کنند و مراسم مذهبی را که زمان کمتری می‌برند، مورد توجه قرار دهند.

در یک جمع‌بندی مختصر، می‌توان گفت مدل آزی - ارنبرگ با مبانی مذهبی مطرح شده است. زندگی را به زندگی دنیوی و اخروی و به تبع آن مطلوبیت را به مطلوبیت دنیوی و اخروی تفکیک می‌کند. این ویژگی مهم مدل آزی - ارنبرگ، است. هر چند این مطلب در نظرات کُهِف در سالهای قبل از آن مطرح شده است. با این وجود کُهِف، این مطلب را برای مسلمانان و آزی - ارنبرگ آن را برای مسیحیان بیان کرده‌اند. مدل آزی - ارنبرگ علاوه بر این ویژگی منطبق با نگاه مذهبی، ویژگی ساده بودن را نیز دارد که ویژگی مهمی برای ایجاد قابلیت تحلیل و نیز آزمون تجربی می‌باشد.

با این وجود، آزی - ارنبرگ بحث خود در زمینه تخصیص درآمد و زمان به فعالیت‌های مذهبی را در قالب تولید مذهبی خانوار مطرح می‌کنند، به این معنا که فرد با فعالیت (تخصیص زمان یا پول) خود خدمتی مذهبی ایجاد می‌کند که خود از آن مطلوبیت کسب می‌کند، اما در مدل‌های بعدی که بر مبنای این مدل گسترش یافته‌اند، بحث مصرف بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

مدل آزی - ارنبرگ - علی رغم تمامی محدودیت‌هایش - به علت سادگی و نیز به دلیل این که اساس تقریباً تمامی مدل‌های بعدی اقتصادی پیرامون رفتار مذهبی در غرب می‌باشد، همچنان از اهمیت بالایی برخوردار است. گرچه مدل‌هایی که بعد از این مدل مطرح شده‌اند، فرضیات آن را گسترش داده‌اند، اما چارچوب مدل آزی - ارنبرگ را حفظ کرده‌اند.

۵-۲- اثر سرمایه انسانی مذهبی بر مقدار هزینه‌ها و اعمال (فعالیت‌های) مذهبی

از لحاظ نظری علاوه بر زمان و دارایی، عوامل دیگری نیز بر مقدار فعالیت‌های (اعمال و هزینه‌های) مذهبی مؤثرند. استیگلر (Stigler) و بیکر (Becker - ۱۹۷۷) توضیح می‌دهند که تنها مقدار زمان و دارایی در اختیار فرد، در تخصیص به فعالیت‌های مذهبی مؤثر نیستند، بلکه صبغه مذهبی فرد، مانند دانش مذهبی، آشنایی با مراسم و دکترین مذهبی، ارتباط با افراد مذهبی و نظیر اینها نیز در تخصیص مقدار زمان و دارایی به فعالیت‌های مذهبی مؤثر است. این مجموعه عامل را سرمایه انسانی مذهبی می‌نامند.

می‌توان در ترکیب با مدل آزی - ارنبرگ اثر سرمایه انسانی مذهبی بر مقدار فعالیت‌های مذهبی فرد (خانوار) را به صورت مدل زیر نشان داد:

$$R = R(T_p, X_p, S_p) \quad (4)$$

که در آن نمادهای قبلی برقرار و نماد S_p نشان دهنده اثر سرمایه انسانی مذهبی در مقدار فعالیت‌های مذهبی فرد (خانوار) می‌باشد. این مدل مانند مدل قبل وارد تابع مطلوبیت فرد می‌شود. نقد در این حالت مدل می‌تواند، اثرات عادت را نیز در عامل سرمایه انسانی منتقل کند. این عادت به نوعی، بخشی از اثر افزایش سن را دربر خواهد گرفت. بر اساس این مفهوم و ورود بحث سرمایه انسانی مذهبی، در مدل می‌توان گفت ممکن است، افراد به علت عادت و نظیر آن و نه برای کسب پاداش یا رستگاری در زندگی پس از مرگ، فعالیت‌های مذهبی خود را افزایش دهند.

بر اساس دیدگاه سرمایه انسانی مذهبی، ممکن است با تغییر مذهب، اعمال مذهبی افراد کاهش بیابد، زیرا دانش، اعمال، سنتها و دکتترین مذهبی در مذاهب مختلف متفاوت است. از این رو افرادی که به مذهب جدید می‌پیوندند، از سرمایه انسانی کمتری در مذهب جدید برخوردارند. سرمایه مذهبی در طول عمر فرد و توسط والدین، دوستان، هم‌کیشان، آشنایان، حضور در مراسم مذهبی یا مطالعات طول عمر افزایش می‌یابد.

از جمله مطالعات تجربی انجام شده در این زمینه توسط یاناکن (۱۹۹۰) انجام شده است. او تلاش کرده با استفاده از داده‌های منتشر شده توسط منابع مختلف که بر اساس مطالعات میدانی به دست آمده‌اند، اثر سرمایه انسانی مذهبی، زمان و دارایی را بر روی فعالیت‌های مذهبی آزمون کند. او در این مقاله تلاش می‌کند، الگوهای مشاهده شده از تغییر فرقه‌ای مذهب، ازدواج بین مذهبی، سن تغییر مذهب، ارتباط بین حضور و پرداخت کمک مالی به کلیسا، اثر آموزش (تربیت) و ازدواج داخل مذهبی بر روی مشارکت در فعالیت‌های مذهبی را تبیین کند. نتایج حاصله در این تحقیق چنین نشان می‌دهند که مدل‌های سرمایه انسانی با شرایط یاد شده از پشتیبانی تجربی خوبی برخوردارند. از جمله نتایج کلی این تحقیق نیز چنین است:

هنگامی که افراد به سن بلوغ می‌رسند و تصمیم به انجام اعمال مذهبی می‌گیرند، به سمت آن شاخه‌های مذهبی می‌روند که والدین آنها پیرو آن شاخه‌ها بوده‌اند. افرادی که در این سنین تغییر مذهب می‌دهند، به سمت مذاهب گرایش دارند که در محیط اجتماعی زندگی آنها حاکم بوده است. همچنین بیشتر تغییر مذاهبها (در نمونه مورد بررسی) بین

مذاهب نزدیک به هم صورت گرفته است. تغییر مذهب مانند تغییر شغل، اغلب در اوایل دوران زندگی که تلاش برای سازگاری با محیط انجام می‌شود، صورت گرفته است. در طول زمان با افزایش سن، منافع تغییر مذهب کاهش و هزینه‌های آن افزایش می‌یابد. در نتیجه، تغییر مذهب در سنین بالا به ندرت انجام می‌شود.

چون مذهب زن و شوهر به عنوان داده‌های مکمل عمل می‌کنند، ازدواج‌های بین مذهبی کمتر دوام داشته‌اند، در حالی که ازدواج‌های درون مذهبی دوام بیشتری داشته‌اند. علاوه بر این، همان نیروهایی که گرایش به مذهب والدین را ترغیب می‌کند، ازدواج داخل مذهبی را تقویت می‌کند. چنانچه در ازدواج‌های بین مذهبی یکی از دو زوج به مذهب همسر تغییر مذهب می‌دهند، دوام ازدواج بیشتر می‌شود، زیرا منافع (و مطلوبیتهای) مذهبی افزایش می‌یابد. (یاناکن، ۱۹۹۰).

نظریه اثر سرمایه انسانی مذهبی از این جهت که علاوه بر درآمد و زمان فرد، یک عامل مذهبی رانیز وارد مدل می‌کند، یک پیشرفت علمی در زمینه اثر مذهب بر رفتار مصرف‌کننده محسوب می‌شود. اما در این زمینه نکات قابل تأملی نیز وجود دارد. از جمله این که عامل سرمایه انسانی مذهبی به خوبی قابل اندازه‌گیری نیست و ملاک مشخص و قابل اتکایی برای آن نمی‌توان یافت. به همین علت مطالعات تجربی در این زمینه کمتر بوده است.

علاوه بر اینها، اثر سرمایه انسانی در بسیاری از موارد از عوامل دیگر قابل تفکیک نیست، از جمله، این مدل می‌تواند اثرات عادت را نیز در عامل سرمایه انسانی منتقل کند. این عادت به نوعی، بخشی از اثر افزایش سن را دربر خواهد گرفت. بر این اساس ممکن است افراد به علت عادت و مانند آن و نه برای کسب پاداش یا رستگاری در زندگی پس از مرگ، فعالیت‌های مذهبی خود را افزایش دهند. این کار هیچ جنبه اخروی ندارد، از این رو مطلوبیت این افراد دنیوی خواهد شد و نمی‌توان آن را در قالب مطلوبیت اخروی لحاظ کرد.

مهمتر از همه این که عامل سرمایه انسانی به شکل مطرح شده، موجب تقویت اعتقادات و ایمان می‌شود و بهتر است آن را در قالب اثر ایمان بر مصرف یا فعالیت مذهبی گنجانند.

۵-۳- اثر گروهها و مؤسسات مذهبی

ویژگیهای مختلف مذاهب یا گروهها و مؤسسات مذهبی نیز می‌تواند بطور جدی بر مقدار مشارکت افراد در فعالیت‌های مذهبی مؤثر باشند. در واقع آنچه که در نظریه آزی -

ارنبرگ به عنوان تولید خانوار مطرح می‌شود، تولید نهادهای مذهبی است. گروهها و مؤسساتی که فرقه یا شاخه‌ای از مذهب را دارند، خدماتی ایجاد می‌کنند که افراد یا خانوارهای پیرو آنها با برخورداری از خدمات آنان می‌توانند عبادت انجام دهند و متناسب با این عبادت، انتظار داشته باشند که در آخرت پاداش خواهند گرفت و به رستگاری در زندگی پس از مرگ می‌رسند. در واقع بر اساس این ایده جدید اگر خانوار تولید کالا و خدمت مذهبی می‌کند، در قالب کلیسا یا گروهها و نهادهای مذهبی است.

بر اساس مباحث نظری مربوط به اثر گروهها و نهادهای مذهبی بر مقدار فعالیت‌های مذهبی، علاوه بر زمان، دارایی و سرمایه انسانی مذهبی، ویژگیهای گروهها و نهادهای مذهبی نیز بر مقدار احساس رضایت یا تهذیبی که فرد از مشارکت در فعالیت‌های مذهبی به دست می‌آورد مؤثر می‌باشد. در این جا مذهب یا گروه و فرقه مذهبی به عنوان مؤسسه‌ای تلقی می‌شود که خدمات مذهبی مانند خدمات عبادی، توصیه‌های مذهبی، فعالیت‌های خیریه و خدمات نیمه عمومی (یا شبه عمومی) نظیر اینها را ارائه می‌کند.

پیروان مذاهب با مشارکت در فعالیت‌های مذهبی از این خدمات بهره‌مند می‌شوند. یکی از ویژگیهای مهم مورد بحث در این جا، ویژگیهای خود مراسم است. چنانچه مراسم مذهبی با شکوه‌تر برگزار شود، افراد بیشتری در آن حضور یابند، حضور قلب افراد را افزایش دهد، به عمق و ژرفای وجود نفوذ کند و ویژگیهایی مانند اینها را داشته باشد، افراد از حضور و مشارکت در فعالیت‌های مذهبی احساس رضایت بیشتری خواهند کرد.

این ویژگیها به خود افراد با زمان، دارایی و سرمایه انسانی مذهبی ثابت آنها که صرف مشارکت مذهبی می‌شود، بستگی خاصی ندارد، بلکه به ویژگیهای گروه یا نهاد مذهبی (مانند کلیسا یا مذهب و فرقه) بستگی دارد. بر این اساس ویژگیهای این فعالیتها، عامل مؤثری بر مقدار مشارکت افراد در فعالیت‌های مذهبی است. اگر این عامل را کیفیت مراسم بنامیم، می‌توان مدل موجود برای فعالیت‌های مذهبی را به صورت زیر کامل کرد:

$$R = R_t (T_t, X_t, S_t, Q) \quad (6)$$

که در آن Q نشان دهنده کیفیت گروه است که تابعی از ویژگیهای فعالیت‌های مذهبی گروهها (یا نهادها و مؤسسات) مذهبی می‌باشد (کار carr و لندا Landa - ۱۹۸۳، همچنین سولیوان ۱۹۸۵، یا ناکن ۱۹۹۲ و والیس Wallis - ۱۹۹۰).

در مباحث جدیدتر علاوه بر کیفیت گروه، فرقه یا مذهب به کیفیت سایر افراد

مشارکت‌کننده در مراسم نیز توجه ویژه می‌شود. به این معنا که چنانچه افراد دیگر با حضور قلب بیشتر عبادت کنند، فعال‌تر و مستمرتر در مراسم شرکت کنند، با دیگران با روی باز برخورد کنند، مشتاقانه‌تر حضور یابند و اعمال دیگری مانند این را که موجب کسب رضایت و مطلوبیت بیشتر دیگران را فراهم آورد، انجام دهند، بی‌شک افراد تمایل بیشتری به مشارکت در فعالیتهای مذهبی خواهند یافت. در مقابل چنانچه افراد با بی‌میلی در مراسم شرکت کنند، حضور گاه و بی‌گاه داشته باشند، با دیگران با خوشرویی رفتار نکنند و اعمالی این‌گونه انجام دهند، رغبت دیگران را برای مشارکت در فعالیتهای مذهبی کاهش می‌دهند (یاناکن، ۱۹۸۸ و مورای Murray - ۱۹۹۵)

یاناکن در پژوهشی (۱۹۹۲) به بررسی ابعاد مختلف تغییر مذهب و پیوستن به فرقه‌های مذهبی پرداخته است که از جمله نتایج آن، این است که چون پیوستن به فرقه‌های کوچک (اغلب اصول‌گرا) مستلزم تحمل کردن برچسب مذهبی بودن و رعایت کردن قواعد شدیدتر مذهبی در زمینه‌های مختلف از جمله عبادت، خوراک، پوشاک، روابط با جنس مخالف و مانند اینها است که در مجموع موجب عزلت و کناره‌گیری بیشتر از جامعه می‌شود، برای افراد هزینه‌های بالایی دربر دارد. در نتیجه افرادی که دارای هزینه فرصت (دستمزد) بیشتری در جامعه هستند، برایشان پیوستن به این فرقه‌ها هزینه برتر است. بنابراین این‌گونه افراد کمتر به فرقه‌های خاص می‌پیوندند. در مقابل، بطور نسبی اعضای این فرقه‌ها بیشتر از افرادی هستند که دارای هزینه فرصت اجتماعی کمتری می‌باشند.

مونتگومری (Montgomery - ۱۹۶۶ a) با بررسی رفتار تغییر مذهب، بحث پویاتری را در این زمینه ارائه کرد. بر اساس بررسیهای او، بالا بودن هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی پیروی از فرقه‌های مذهبی سخت‌گیر، موجب می‌شود، افراد از این فرقه‌ها خارج شوند و به گروهها یا مذاهب آسانگیرتر پیوندند. اما اگر افراد در این فرقه‌ها از سرمایه انسانی مذهبی بیشتری برخوردار باشند، هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی بیشتر را، آسان‌تر تحمل می‌کنند. از این رو پیوستن، باقی ماندن یا خارج شدن از این فرقه‌ها، بستگی زیادی به سرمایه مذهبی افراد دارد.

بر اساس بررسی مونتگومری هنگامی که کودکانی که والدینشان عضو این فرقه‌ها هستند یا به هر علت دیگر جذب این فرقه‌ها شده‌اند، به سن تکلیف مذهبی می‌رسند، به سران مذهبی فشار وارد می‌کنند که تقاضای مشارکت در فعالیتهای مذهبی را برای آنان

کاهش دهند. چنانچه این تقاضا برآورده نشود، تمایل به خروج از فرقه زیاد می‌شود. بنابراین در نهایت ممکن است، موجب انتقال افراد از فرقه‌ها به کلیساهای بزرگ‌تر (که آسانگیر هستند) شود.

با بررسی رابطه بین مقدار پرداخت اعانه (کمک) به کلیسا و اندازه پیروان کلیساهای مختلف، سولیوان (Sullivan - ۱۹۸۵) و زالسکی (Zaleski) و چک (Charles E. Zech - ۱۹۹۴) به این نتیجه رسیده‌اند که بین نرخ سرانه پرداخت کمک مالی به کلیسا و نیز فعالیت‌های دیگر مذهبی با تعداد پیروان حاضر در تجمعات و مراسم مذهبی، رابطه منفی وجود دارد. زالسکی و چک مطالعه خود را گسترده‌تر انجام داده‌اند و پیروان مذاهب کاتولیک و پروتستان را دربر گرفته است. نتیجه این بررسی چنین است که برای کلیساهای و پیروان هر دو مذهب در این زمینه رفتار یکسانی وجود داشته است. علاوه بر این، بررسی ایشان به این نتیجه منجر شده که مشارکت مالی مذهبی کاتولیکها، بسیار کمتر از (حدود دوسوم تا نصف) مشارکت مالی مذهبی پروتستانها است. جالب این است که اختلاف تعداد مشارکت کنندگان در فعالیت‌های مذهبی ۳۵٪ از این اختلاف نرخ سرانه را می‌پوشاند. البته لیپفورد (Lipford - ۱۹۹۵) در تحقیق دیگری - پس از توصیه پاپ به مشارکت بیشتر - در بررسی خود پیرامون مراسم مذهبی باپتیستها، اسقفی‌ها و مشایخها در کارولینای شمالی به این نتیجه می‌رسد که بین تعداد اعضای مشارکت کننده در مراسم مذهبی با مقدار پرداخت سرانه مالی آنها به کلیسا رابطه مثبت وجود دارد. این نتایج دوگانه، بررسیهای بیشتر یا داده‌های کامل‌تر و جدیدتر را طلب می‌کند.

با تأملی در دیدگاه‌های ارائه شده دربارهٔ اثر گروه‌ها و مؤسسات مذهبی می‌توان به این نکته پی برد که هر چند این نظر به عنوان مکمل مباحث قبلی مطرح است، اما این دیدگاه از لحاظ ماهیت، اندکی با دو نظر قبلی متفاوت است. این تفاوت به نگاه دنیوی و اخروی اینها باز می‌گردد. در بحث آزی - ارنبرگ بطور صریح، مطلوبیت جهان پس از مرگ (آخرت) در کنار مطلوبیت دنیا توسط افراد مطرح می‌شود. در بحث سرمایه انسانی نیز تا حدودی چنین است، اما در بحث اثر گروه‌ها و مؤسسات مذهبی، مطلوبیت حاصل از ویژگی‌های گروه‌ها بیشتر جنبه دنیوی دارد. این مطلوبیت در زمان انجام عبادت (و فعالیت مذهبی) حاصل می‌شود و این نوع مطلوبیت است که افراد را جذب یک گروه می‌کند یا موجب طرد گروه توسط فرد می‌شود.

با این حال نمی‌توان انکار کرد که مطلوبیت دنیوی نیز می‌تواند، موجب جلب افراد به

فعالیت‌های مذهبی شود. در این حالت، فرد مطلوبیت این فعالیت را با مطلوبیت سایر فعالیت‌های دنیوی با شرایط مساوی مقایسه می‌کند.

۶ نقد و بررسی نهایی

بطور کلی می‌توان نقطه عطف مطالعات علمی انجام شده در زمینه دین و اقتصاد را، مطالعه ماکس وبر دانست که مذهب پروتستان را عامل کاهش مصرف، افزایش تولید و در نتیجه انباشت سرمایه و رشد سرمایه‌داری بیان می‌کند. هرچند نظریه وبر معطوف به شکل‌گیری سرمایه‌داری است، اما بر دو پایه کاهش مصرف و افزایش ثروت استوار است که از این جهت، می‌توان گفت: اولین نظریه‌ای است که مذهب را با مصرف مرتبط می‌کند. از آن پس مطالعات مختلفی در این زمینه و زمینه‌های دیگر انجام شده است. بعضی از پژوهش‌های انجام شده، نظریه وبر را تأیید می‌کنند و بعضی نیز جنبه‌هایی از آن را رد می‌کنند. با این وجود اغلب این تحقیقات این نکته را که مذهب عامل مؤثری در نگرشها و رفتارها از جمله رفتارهای اقتصادی می‌باشد را تأیید می‌کنند.

مطالعات انجام شده در دوره‌های معاصر نیز نشان می‌دهد، تفاوت‌های اقتصادی جوامع با تفاوت‌های مذهبی و دین رابطه دارند. در این زمینه مطالعات در سطح خرد نیز این مطلب را تأیید می‌کنند که تفاوت‌های مذهبی افراد با تفاوت رفتارهای اقتصادی و از جمله تفاوت رفتارهای مصرفی رابطه دارند.

هرچند نظریه وبر، قریب به یک قرن، مورد بحث اندیشمندان اقتصاد و جامعه‌شناسی بوده است. اما مطالعات انجام شده، تنها به این یک نکته ختم نشده است. طی ۳۰ سال اخیر بویژه در زمینه نظریه‌پردازی رفتار مصرف‌کننده تحت تأثیر دین، مطالعات بسیار گسترده‌ای انجام شده است. علاوه بر مباحث مطرح شده حول نظریه وبر، در مباحث نظری موجود در زمینه رابطه دین و رفتار مصرف‌کننده، بطور کلی سه جنبه اصلی وارد نظریه شده است: یکی اثر دین داشتن بر رفتار با هدف اخروی، دوم اثر سرمایه انسانی مذهبی بر مقدار تخصیص زمان و دارایی برای فعالیت‌های مذهبی (با هدف اخروی) و سوم اثر گروه مذهبی (یا نوع مذهب) در مقدار تخصیص زمان و دارایی برای فعالیت‌های مذهبی است.

بر اساس نظریه‌های یاد شده، درباره رفتار مصرف‌کننده تحت تأثیر دین، می‌توان گفت: مصرف‌کنندگان متدین (مذهبی) نسبت به مصرف‌کنندگان غیر مذهبی (سکولار)،

مصرف متفاوتی دارند. در تابع مطلوبیت مصرف‌کنندگان متدین، فعالیت برای آخرت دارای مطلوبیت است، در حالی که برای مصرف‌کنندگان غیر مذهبی، فعالیت برای آخرت معنادار نمی‌باشد. به همین تناسب، می‌توان گفت: مصرف‌کنندگانی که تدین زیاد دارند در مقابل افراد کم تدین و بویژه متناسب با درجات مختلف تدین باید تفاوت رفتاری داشته باشند. به این معنا که باید اثر فعالیت (هزینه کردن یا صرف زمان) برای آخرت در تابع مطلوبیت افراد با درجات تدین مختلف، متفاوت باشد و نزد متدینها مطلوبیت زیاد و نزد غیر متدینها مطلوبیت کم داشته باشد. این بحث وارد نظریه‌ها نشده است. بویژه این که در این جا نیازمند وارد کردن یک عامل به عنوان مقدار تدین هستیم که در این نظریه‌ها بطور مشخص به آن پرداخته نشده است. به این معنا که در نظریه‌های ارائه شده، تفاوت کلی متدین و بی‌دین مطرح شده است، اما تفاوت درجات تدین و ملاک آن مطرح نیست.

درباره اثر سرمایه انسانی مذهبی نیز اینطور نیست که سرمایه انسانی مذهبی بتواند بطور مشخص به عنوان یک ثروت در حال مصرف شدن وارد نظریه شود. به نظر می‌رسد سرمایه انسانی مذهبی با تعاریف ارائه شده از سوی نویسندگان یاد شده به صورتی سکولار وارد نظریه شده است. در حالی که صبغه مذهبی فرد می‌تواند عاملی برای افزایش ایمان او باشد و این ایمان است که باعث افزایش فعالیت‌های با هدف اخروی می‌شود. علاوه بر این، اثر عواملی مانند عادات، تغییر فرهنگ، دورویی و مانند اینها می‌تواند در عمل و تجربه با عامل سرمایه انسانی مخلوط شود و محققان را به اشتباه بیاندازد.

اما اثر گروه‌ها و مؤسسات مذهبی نیز دارای این نقد می‌باشد که گروه مذهبی عاملی برونزا است و چنانچه این عامل را به صورت یاد شده در نظر بگیریم، دین درونی تبدیل به دین صوری و به نوعی منطبق با نظریه‌های سکولار می‌شود. بویژه این که در این حالت اعمال مذهبی به خودی خود و بدون این که برای جلب رضایت خدا یا کسب پاداش اخروی انجام شود، واجد مطلوبیت می‌شود و در آن، عمل برای خدا و کسب پاداش فراموش شده است و این با واقعیت دین و اعمال دینی انطباق ندارد.

در مجموع می‌توان گفت نگاه موجود و حاکم بر این نظریه‌ها (بویژه بحث سرمایه انسانی و اثر مؤسسات و گروه‌ها) در زمینه دین، نگاه «دین دنیایی شده» است. این نگاه به دین با واقعیت ادیان تفاوت اساسی دارد. هر چند ممکن است بعضی از این

نظریه پردازان یا پژوهشگرانی که در این زمینه تحقیق کرده‌اند و در این جا نامشان ذکر شد به این نوع نگاه دینی معتقد نباشند، اما از نظریه‌های یاد شده این نوع نگاه برداشت می‌شود. با این حال این نظریه‌ها برای انطباق با اصول دینی باید راهی بسیار بیشتر را بپیمایند. بویژه در دین اسلام، این نوع نگاهها به دین قابل پذیرش نیست. از این رو علی‌رغم این که طی سه دهه اخیر مطالعات اقتصاد و دین بویژه در زمینه رفتار مصرف‌کننده تحت تأثیر مذهب رشد زیادی داشته است، اما این مطالعات از نظر مبانی دینی ضعیف هستند. همچنین از لحاظ سازگاری درونی و تنقیح عوامل دینی مورد اشاره نیز، ابهامهای قابل توجهی دارند. بر این اساس راه جدی و طولانی‌تری را برای پیشرفت می‌طلبند.

فهرست منابع و مآخذ

- 1- A Formal Model of Church and Sect (1988); Amer.J.Soc., Supplement, 94, pp. 241-68.
- 2- Allen, Douglas W. Other (1991) in the Church A Property Rights Approach, J. Econ. Behave. Organ., 27 : 1 P.P. 97-117.
- 3- Allen, R.C. (1998) The Great Divergence : Wages and Prices in Europe from the Middle Ages to the First World War; University of British Columbia Press.
- 4- Anderson, Gary M. (1988) Mr. Smith and the Preachers: The Economics of Religion in the Wealth of Nations; J. Polit. Econ., 96 : 5 , pp 1066-88
- 5- Anderson, Gary M. and Tollison, Robert D. (1992) Morality and Monopoly : The Constitutional Political Economy of Religious Rules,; Cato J.m, 12 : 2 pp. 373-92.
- 6- Andrew Cunningham (2000) Science and Religion in the Thirteenth Century Revisited : The Making of St. Francis the Proto - Ecologist Part1: Creature not Nature; stud; Hist. Phil. Sci, Vol. 31, No.1, p.p. 613-43.
- 7- Azzi, Corry and Ehrenger: Ronald G. (1975) Household Allocation of Time and Church Attendance,; J. Polit. Econ., 83 : pp. 27-56.
- 8- Bainbridge, William S. (1989) The Religious Ecology of Deviance,; Amer. Soc. Rev., 54 : 2, pp. 288-95.
- 9- Barro, Robert J.and Mc Cleary, Rachel M. (2002) Religion and Political Economy in an International Panel; NBE R Working Paper, No 8931, May.
- 10- Beisner, E. Calvin (1989) Christian Economics : A System Whose Time Has Come? Lynchburg : Liberty University.
- 11- Blum, Ulrich and Dudley, Leonard (2001) J.Evolutionary Economics; p.p. 207-230.

- 12- Carr, Jack L. and Landa, Janet T. (1983) The Economics of Symbols, Clan Names, and Religion; *J. Legal Stud.*, 12 : 1 pp. 135-56.
- 13- Chiswick, Barry R. (1983) The Earnings and Human Capital of American Jews; *J. Human Res.*, 18 : 3, pp. 313-36.
- 14- Contemplations on the Economic Approach to Religious Behavior (1996b); *Amer. Econ Rev.*, 86 : 2, , pp. 443-47.
- 15- Delacroix, Jacques. (1992) A Critical Empirical Test of the Common Interpretation of the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism; Paper Presented on meetings of Int. Assoc. Business & Society in Leuven, Belgium.
- 16- Douglas, S.P. (1976) Cross - National Comparisons and Consumer Stereotypes: A Case Study of working and Non - Working Wives in the U.S. and France; *J. Consumer Research*; June P.P. 12-20.
- 17- Durkheim, Emile. [1915] 1965. The Elementary Forms of the Religious Life. Translated by Joseph W. Swain. New York : Free Press.
- 18- Durkin, John T., and Greeley, Andrew M (1991) A Model of Religious Choice Under Uncertainty : On Responding Rationally to the Nonrational; *Rationality and Society*, 3:2, pp. 178-96.
- 19- Ehrenberg, Ronald G. (1977) Household Allocation of Time and Religiosity : Replication and Extension; *J. Polit. Econ.* 85 : 2, pp. 415-23.
- 20- Ekelund, Robert B. Jr., Hebert, Robert F. and Robert D. Tollison. (1989). An Economic Model of the Medieval Church : Usury and a Form of Rent Seeking, *J. Law, Econ., Organ.*, 5:2, pp. 307-31.
- 21- Ekelund, Robert B. et al. (1996) Sacred Trust : The Medieval Church as an Economic Firm; New York : Oxford U. Press.
- 22- Ellison, Christopher G. (1991) Religious Involvement and Subjective Well - being; *J. Health & Soc. Behav.*, 32 : 1 , pp. 80-99.
- 23- Evans, T. David et al. (1995) Religion and Crime Reexamined : The Impact of Religion, Secular Controls, and Social Ecology on Adult Criminality *Criminology*, 33:2 , pp. 195-224.
- 24- Finke, Roger and, Stark, Rodney (1988) Religious Economics and Sacred Canopies : Religious Mobilization in American Cities 1906; *Amer. Soc. Rev.*, 53 : 1, pp. 41-49.
- 25- Gabaix,x. (1999) Zipf's law and the Growth of Cithies; *J, American Economic Reviw*, No. 2, P.P. 129-132.
- 26- Gaiso, Luigi, & Sapienza, Paola, & Zingales, Luigi (2002) People's Opium? The Economic Effect of Religion; Preliminary and Incomplet Version, April.
- 27- Gay, Craig M. (1991) With Liberty and Justice for Whom? The Recent Evangelical Debate over

- Capitalism Grand Rapids; MI : Eerdmans.
- 28- Glahe, Fred and Vorhies, Frank (1989) Religion, Liberty and Economic Development : An Empirical Investigation; Public Choice, 62 : 3, pp. 201-15.
 - 29- Goldin, Liliana R. (1992) Work and Ideology in the Maya Highlands of Guatemala : Economic Beliefs in the content of Occupational Change; Economic Development and Cultural, Changel University of Chicago. P.P. 103-123.
 - 30- Greeley, Andrew M. (1963) A Note on the Origins of Religious Differences; J. Scientific Studies of Religion, Vol. 3, P.P. 21-31.
 - 31- Greeley, Andrew M. (1989) Religious Change in America; Harvard U. Press.
 - 32- Heath, W.C. and Waters, M.S. and Watson, J.K. (1995) Religion and Economic Welfare : An Empirical Analysis of State Per Capita Income; J. Economic Behavior & Organization, Vol. 27, P.P. 129-142.
 - 33- Heaton, Timothy B. & Pratt, Edith L. (1990) The Effects of Religious Homogamy on Marital Satisfaction and Stability; J. Family Issues, 11:2, pp. 191-207.
 - 34- Hirschman, Elizabet C. (1983) Religious Affiliation and Consumer Processes : An Initial Paradigm in Jagdish N. Sheth ed. Research in Marketing, JAI Press, Greenwich, CT.
 - 35- Hoge, Dean R. and Yang, Fenggang; (1994) Determinants of Religious Giving in American Denominations: Data from Two Nationwide Surveys; Rev. Rel. Res., 36: 2, pp. 123-48.
 - 36- Human Capital in Religious Communes (1995b): Literacy and Selection of Nineteenth Century Shakers; Explor. Econ. Hist, 32 : 2, pp. 217-35.
 - 37- Iannaccone, Laurence R. (1984) Consumption, Capital and Habit Formation with an Application to Religious Participation. U.Chicago : ph.D. Dissertation.
 - 38- Iannaccone, Laurence R., Roger, Strak and Rodney Stark. (1997) Deregulation Religion: The Economics of Church and State; Econ. Inquiry, 35: 2, pp. 350-64.
 - 39- Introduction to the Economics of Religion (1998); J. Economic Literature, Vol. 36, P.P. 1465-97.
 - 40- Kahf, Monzer; (1973) A Contribution to the study of the Economics of Islam; Utah U.S.A., Univ. of Utah S.L.C. July.
 - 41- Kahf, Monzer (1974) A Model of the Household Decisions in Islamic Economy : in Association of Muslim Social Scientists; Proceeding Third National Seminar, Gary Indiana, May p.p. 19-28.
 - 42- Kuran, Timur (1993) The Economic Impact of Islamic Fundamentalism; in Fundamentalisms and the State : Remaking Politics, Economics, and Militance. Martin E. Marty and R. Scott Appleby, eds; Chicago : U. Chicago Press, pp. 302-41.
 - 43- Lehrer, Evelyn (1996) The Role of the Husband's Religious Affiliation in the Economic and

- Demographic Behavior of Families; J. Sci. Study Rel., 35:2, pp. 145-55.
- 44- Levin, Jeffrey S. (1994) Religion and Health : Is There an Association, Is It Valid, and Is It Causal?; Soc. Sci. Med., 38:11, pp. 1475-82.
- 45- Lipford, Jody W., McCormick and Robert E. , and Tollison , Robert D (1993) Preaching Matters; J. Econ. Behav. Organ., 21:3, pp. 235-50.
- 46- Loy, David (1997) Religion and the Market; Japan: Bunyo, Faculty of International Studies.
- 47- Mayer, Albert J. and Sharp, Harry (1962) Religious Preference and Worldly Success; American Sociological Review.
- 48- McCleary, Rachel M. (2002) Salvation and Economic Incentives; PRPES Working Paper, May
- 49- Medoff, Marshall H. (1993) An Empirical Analysis of Adoption; Econ. Inquiry, 31:1, pp. 59-70.
- 50- Montgomery, James D. (1996a) Dynamics of the Religious Economy : Exit, Voice, and Denominational Secularization; Ration. & Soc., 8:1, pp. 81-110.
- 51- Murray, John E (1995a) Determinants of Membership Levels and Duration in a Shaker Commune, 1780-1880; J. Study Rel., 1995a, 34: 1, , pp. 35-48.
- 52- Nature Not Creature; (2001) Vol, 32. No.1. pp, 69-98.
- 53- Neuman, Shoshana (1986) Religious Observance within a Human Capital Framework : Theory and Application; App. Econ., 18: 11, pp. 1193-202
- 54- Paldam, Martin (1999) Corruption and Religion Adding to the Economic Model? Center for Dynamic Modeling in Economics, Working Paper No. 21.
- 55- Postouten ko, Kirill (2001) Imaginary Ethnicity; American Behavioral Scientist, Vol 45, No 2, Oct P 285-95.
- 56- Progress in the Economics of Religion (2001); Santa Clara: Santa Clara University, CA95053.
- 57- Pyle, Ralph E. (1993) Faith and Commitment to the Poor: Theological Orientation and Support for Government Assistance Measures; Soc. Rel., 1993, 54:4, pp. 385-401
- 58- Religion and Economic Action: The Protestant Ethic, The Rise of Capitalism and the Abuses of Scholarship; J. Sci. Study Rel., 34 : 1 pp. 126-27.
- 59- Religious Practice (1990): A Human Capital Approach; J. Sci. Study Rel., 29:3, 1990, pp. 297-314.
- 60- Risk, Rationality, and Religious Portfolios (1995); Econ. Inquiry, 38:2, pp. 285-95.
- 61- Sacrifice and Stigma (1992): Reducing Free - Riding in Cults, Communes, and Other Collectives; J. Polit. Econ., 100:2 , pp. 271-97.
- 62- Samuelsson, Kurt (1993) Religion and Economic Action : The Protestant Ethic, the Rise of Capitalism, and the Abuses of Scholarship; Toronto : U. Toronto Press.
- 63- Smith, Adam [1776] (1965) An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations; New York : Modern Library.

- 64- Sood, James and Nasu, Yukio; (1995) Religiosity and Nationality An Exploratory Study of Their Effect on Consumer Behavior in Japan and the United States; J. Business Research, Vol. 34, P.P.1-9.
- 65- Stark, Rodney (1972) The Economics of Piety : Religious Commitment and Social Class; in Issues in Social Inequality. Gerald W. Thielbar and Saul D. Feldman, eds. Boston: Little, Brown, pp. 483-503.
- 66- Stigler, George J. and Becker, Gary S. (1977) De Gustibus Non Est Disputandum; Amer. Econ. Rev., 67 : 2, pp. 76-90
- 67- Sullivan, Dennis H. (1985) Simultaneous Determination of Church Contributions and Church Attendance; Econ. Inquiry, 23: 2, pp. 309-20.
- 68- Tawney, Richard H. (1926) Religion and the Rise of Capitalism; New York : Harper and Row.
- 69- The Consequences of Religious Market Structure (1991): Adam Smith and the Economics of Religion; Rationality & Society, 3:2, pp. 156-97.
- 70- The Role of Religion in Union Formation (2002): An Economic Perspective; Preliminary Draft, May.
- 71- The Effect of Religious Market Competition on Church Giving; Rev. Soc. Econ., 1995, 53 : 3, pp. 350-67.
- 72- Trevore, Roper H.R. (1963) Religion, the Reformation and Social Change; J.Historical Studies, No 4, P.P. 18-44.
- 73- Ulbrich, Holley and Wallace, Myles (1983) Church Attendance, Age, and Belief in the Afterlife: Some Additional Evidence; Atlantic Econ.J., 11:2, pp. 44-51.
- 74- Wallis, Joe L. (1990) Modelling Churches as Collective Action Groups; Int.J.Soc. Econ., 17:1, pp. 59-72.
- 75- Weber, Max (1958) The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism; Translated by Talcott Parsons; New York : Free Press.
- 76- Wilkes, R.R. and Burnett, J.J. and Howell, R.D. (1986) On the Meaning and Measurement of Religiosity in Consumer Research; J. Academic Marketing Science, Vol. 14, (1) P.P. 74-56.
- 77- Women's Work Force Status and Church Attendance (1984); J.Sci. Study of Rel., 23 : 4, p.p. 341-50.
- 78- Zaleski, Peter A. and Charles , Zech, E. (1994) Economic and Attitudinal Factors in Catholic and Protestant Religious Giving; Rev. Rel. Res., 36 :2, pp. 158-67.