

Miran Lavrič

## Sodobne aplikacije teorije racionalne izbire na področju sociologije religije

*POVZETEK: Članek je zastavljen kot predstavitev temeljnih tez sociološke teorije racionalne izbire, ki se v zadnjem času vse uspešneje aplicira tudi na področju sociologije religije. Gre za razmeroma mlad teoretični pristop k raziskovanju religije, ki (tudi) religijsko vedenje posameznikov obravnava kot pretežno racionalno motivirano. Predpostavlja se, da se ljudje glede svoje religioznosti odločajo in vedejo podobno kot glede drugih stvari v življenju. V svojih menjavah z nadnaravnimi silami tehtajo koristi in stroške, se pogajajo in menjavajo posrednike. V članku so predstavljene temeljne teze in pristopi najpomembnejših avtorjev na tem področju.*

*KLJUČNE BESEDE: sociološke teorije, teorija racionalne izbire, religija*

### 1 Temeljne postavke teorije racionalne izbire

Teorija racionalne izbire zagotovo spada med pomembnejše teoretične koncepte v sodobnem družboslovju. Kot pove že njeno ime, izhaja iz v ekonomski znanosti že dolgo uveljavljene predpostavke racionalno motiviranega delovanja družbenih akterjev. Znano je, da so tudi sociologi že dolgo pred uveljavitvijo sociološke teorije racionalne izbire upoštevali racionalno motivirano vedenje posameznikov. Posebej ga je izpostavil Max Weber (1922), za njim pa Talcott Parsons (1937).

V Parsonsovi teoriji družbenega delovanja je delovanje racionalno,

če zasleduje smotre, ki so znotraj dane situacije mogoči, in če sredstva, ki z njimi razpolaga akter, v največji možni meri ustrezajo namenu, in sicer iz razlogov, ki jih pozitivna empirična znanost prepozna kot razumljive in preverljive (citirano v Schutz 2004: 107).

S tega vidika je delovanje akterja racionalno samo toliko, kolikor akter pravilno, to je skladno s pogledi empirične znanosti, razume vse okoliščine, ki so povezane z njegovimi smotri in sredstvi za njihovo dosego. Če pojem racionalnosti razumemo na tak način, hitro ugotovimo, da se ljudje v vsakdanjem življenju redko vedemo povsem racionalno in da je v tem smislu sociološka teorija, ki temelji zgolj na predpostavki racionalnega akterja, praktično neuporabna.

Teorija racionalne izbire je lahko smiselna šele, če v razumevanju racionalnega delovanja akterjev sledimo razmišljanju Maxa Webra, ki dejansko tudi velja za pred-

hodnika teorije racionalne izbire (Harrington 2006: 493). Webrova dediščina je v teoriji racionalne izbire prepoznavna vsaj na dveh področjih. Prvo takšno področje je predpostavka metodološkega individualizma, ki poudarja razlaganje kompleksnih družbenih pojavov skozi razlago motivov, odločitev in dejanj posameznih akterjev. Swedberg (2003: 288) v tej zvezi ugotavlja, da je bilo Webrovo delo ključno izhodišče za oblikovanje razlagalnega modela »od-mikro-k-makro«, ki je »nekakšen simbol sociologije racionalne izbire«.

Za našo razpravo je pomembnejše drugo področje Webrove dediščine v sociološki teoriji racionalne izbire. Weber namreč velja za pionirja kontekstualno razumljene racionalnosti na področju sociologije (Swedberg 2003: 289). Racionalno delovanje je razumel kot tisto delovanje, ki temelji na jasni zavesti o cilju in na sistematičnem ocenjevanju sredstev za doseg cilja, pri čemer je izhajal iz družbenega akterja (posameznika) in njegovega razumevanja sveta.

Vendar pa se teorija racionalne izbire od Webrovega pristopa tudi pomembno razlikuje. Ključni odmik je v tem, da se ji za sociološko sklepanje ne zdi vredno upoštevati drugače kot racionalno motiviranih ravnanj posameznikov. Ta razlika izhaja iz nekoliko drugačnega razumevanja same racionalnosti. Weber namreč kljub zavzemanju za kontekstualno razumevanje racionalnosti delovanja akterjev implicira tudi nedeljivo povezanost racionalnega vedenja z upoštevanjem objektivnih dejstev. Slednje se morda najbolj jasno kaže prav v njegovi analizi religije. Potem ko dokazuje, da je tudi magijsko in religijsko vedenje pretežno racionalno motivirano, zapiše:

Samo mi, na temelju moderne znanosti o naravi, lahko objektivno ugotovimo, katere domneve, na katerih temelji to delovanje, so »pravilne« in katere so »zmotne« ter na tej osnovi določimo zmotne atribucije vzrokov kot iracionalne, dejanje utemeljeno na takšnih osnovah pa kot »magij« (Weber 1922: 400).

Weber se s takšnim razumevanjem oddaljuje od strogo kontekstualnega razumevanja racionalnosti. Delovanje šamana je znotraj njegovega (šamanovega) razumevanja sveta sicer racionalno, vendar pa je za Webra iracionalno v točki predpostavk, ki niso v skladu z empiričnimi dejstvi oziroma ugotovitvami empirične znanosti.

V Webrovi analizi je torej racionalnost delovanja povezana z empirično dokazljivostjo predstav, na katerih je delovanje utemeljeno. Elster (2000) v tej predpostavki identificira temeljno pomanjkljivost Webrovega obravnavanja racionalnosti. Glede Webrove ocene o predpostavkah šamanskega zdravljenja se sicer strinja, da so (bile) zmotne, toda »racionalnost in resnica sta dve različni stvari« (2000: 37). Problem omejitve resničnosti predpostavk, na katerih temelji delovanje, je vsaj v tem, da je ta resničnost relativna in pogosto nedoločljiva. Posledično je nedoločljiva tudi racionalnost delovanja akterjev. Tej dilemi se Weber v celoti izogne.

Sociološka teorija racionalne izbire je v tej zvezi bolj dosledna in zavzame strogo subjektivistično stališče:

Racionalno vedenje ni vedenje, ki je objektivno optimalno ali prilagodljivo, pač pa je to vedenje, ki se zdi optimalno akterju samemu in ki je uresničeno prav zato, ker je percipirano kot optimalno (Elster 2000: 28).

Najprej moramo torej razumeti, kako akter razume konkretno situacijo, šele nato lahko ocenimo racionalnost njegovih izbir. Z besedami Jamesa Colemana (1990: 18): »Velik del tega, kar je običajno razumljeno kot neracionalno, je preprosto posledica dejstva, da opazovalci niso odkrili razumevanja situacije s strani akterja, iz katere je dejanje lahko povsem racionalno.«

Na teh osnovah se predpostavlja, da je metodološko smiselno na sleherni družbeno delovanje akterjev gledati kot na racionalno motivirano. Osnovno izhodišče teorije racionalne izbire je v predpostavki, da se akterji vedno odločajo za možnosti, ki jih zaznavajo kot optimalne z vidika razmerja med percipiranimi stroški in percipiranimi nagradami posameznih izbir. Elster (2000: 30) strne temeljni aksiom teorije racionalne izbire v preprosti formuli: »Ljudje poskušajo potegniti največ iz vsega, s čimer razpolagajo, to pa vključuje tudi njihova prepričanja in preference.« Na podoben način, le nekoliko bolj razdelano, Stark in Finke (2000: 38) racionalno vedenje zamejita takole: »Znotraj omejitev njihove informiranosti in razumevanja, omejeni z razpoložljivimi možnostmi, vodeni z njihovimi preferencami in okusi, ljudje poskušajo realizirati racionalne izbire.«

Stvar torej nikakor ni enostavna. Poleg tega, da se ljudje odločamo »iz svojega topega kota« (na osnovi lastnih informacij in razumevanja) in da smo pri tem omejeni z danim številom možnosti, pri človeških izbirah igrajo pomembno vlogo tudi preference in okusi. Ti namreč odločilno določajo, kaj in v kolikšni meri ljudje dojemamo kot nagrado in kaj kot strošek.

Za nekatere preference lahko rečemo, da so razmeroma stabilne (ljudje v veliki večini npr. želijo biti zdravi), druge se v različnih kulturah občutno razlikujejo (npr. preference v prehrani, umetnosti ipd.), mnoge pa se močno razlikujejo tudi med posameznimi predstavniki istih kulturnih okolij (nekateri npr. radi berejo knjige, drugi ne). Razumevanje te okoliščine pomaga premagati pogosto napačno predstavo, da je teorija racionalne izbire utemeljena na predpostavki sebičnega posameznika, ki mu je zgolj za njegov osebni (materialni) blagor. To, kar ljudje dojemamo kot nagrado, je namreč lahko zelo različno. V tem smislu je, ugotavljata Stark in Finke (2000: 39), premisa »sebične racionalnosti« humanistična v polnem pomenu besede, »saj izpostavlja človeško zmožnost percipiranja nagrad v naših sanjah, upanjih, ljubeznih in idealih«.

S tem pa omejitve človeške racionalnosti še niso izčrpane. Ob vseh teh pogojih namreč ljudje le »poskušajo realizirati racionalne izbire«. Vedno nam to ne uspe v polni meri. Včasih ne izberemo možnosti, ki jo zaznavamo kot optimalno, zaradi pomanjkanja volje ali energije; včasih se odzovemo impulzivno, bodisi zaradi pomanjkanja pozornosti, naglice, strasti, jeze bodisi zaradi česa drugega. Vendar v teoriji racionalne izbire vsi ti odkloni veljajo za zanemarljive, vsaj kadar gre za analizo fenomenov na makro ravni. Z besedami Petra Abella (2000: 233): »Vsega tega se je seveda potrebno zavedati, vendar pa bi bilo postavljanje teh obrobni zadev v pozicijo osrednjega pomena v modeliranju 'mikro-makro' mehanizmov blago rečeno kontraproduktivno.« Teorija racionalne izbire ne predpostavlja, da so vsa človeška dejanja vedno racionalno utemeljena, pač pa zgolj kot smiselno metodološko izhodišče sociološke analize jemlje

predpostavko, da zdravi ljudje, kadar imajo možnost izbire, izberejo tisto možnost, ki se jim zdi najbolj optimalna z vidika percipiranih stroškov in koristi.

## 2 Teorija racionalne izbire in religija

Pristop teorije racionalne izbire k znanstvenemu proučevanju religije se je intenzivno začel razvijati z izidom knjige *A Theory of Religion* Rodneyja Starka in W. S. Bainbridgea (1987). V njej avtorja teoretično obravnavata tezo, da je (tudi) religijsko vedenje družbenih skupin in posameznikov smiselno obravnavati na osnovi predpostavke racionalne izbire. Avtorja izhajata iz temeljne predpostavke teorije racionalne izbire, po kateri si ljudje prizadevamo za tisto, kar zaznavamo kot nagrado, in se izogibamo tistemu, kar dojemamo kot strošek. Človeško delovanje je tako utemeljeno na ponavljajočih se situacijah (problemih), v katerih smo ljudje prisiljeni v določene stroške, da bi prišli do zelenih nagrad. Temeljno podlago religije avtorja vidita v dejstvu, da so »mnoge nagrade na voljo le v omejenih količinah, nekatere pa sploh ne obstajajo« (Stark in Bainbridge 1987: 31). Ta aksiom imenujeta tudi »tragično dejstvo«. Omejene količine pomenijo, da v neki družbi ne morejo imeti vsi ljudje toliko razpoložljivih nagrad posamezne vrste, kolikor si jih želijo. Ta del »tragičnega dejstva« izhaja predvsem iz omejenih naravnih virov in človeške proizvodne zmogljivosti. Da bi bila situacija še hujša, je učinek večine nagrad minljiv. Človek si mora vedno prizadevati za pridobivanje hrane, vode, zadovoljitev spolnih potreb in podobno.

Ker je moč v družbi neenakomerno porazdeljena, je neenakomerno razporejen tudi dostop do razpoložljivih, vendar (pre)redkih nagrad. Posamezniki in skupine z več družbene moči si uspejo prilaščati več takšnih nagrad, šibkejši pa se soočajo s frustracijami in iskanjem drugih poti za doseg te nagrad in/ali iskanjem nadomestnih nagrad, ki so dosegljive tudi njim. Religija je lahko ena od oblik iskanja takšnih substitutov.

Njena vloga pa je še pomembnejša, če pomislimo na drugi del tragičnega dejstva: na nagrade, ki empirično sploh ne obstajajo. Tipičen primer takšne nagrade je preseganje nujnosti umiranja (za slednje lahko rečemo, da je za večino ljudi nezaželen pojav). Avtorja najprej ugotovita, da ni možno dokazati ne-obstoja takšnih nagrad, kar pravzaprav omogoča menjavo, utemeljeno na potencialnem doseganju teh (domnevno obstoječih) nagrad. Takšne, razmeroma nedostopne nagrade so povezane z razlagami, ki jih je zelo težko ocenjevati z vidika njihove učinkovitosti. Bolj ko je neka nagrada splošna in pomembna (npr. večno življenje), težje je v povprečju oceniti razlago, kako jo doseči. Ljudje smo v tem pogledu torej soočeni z močnimi željami, določeno ponudbo razlag glede njihovega uresničevanja, vendar praktično brez pravih možnosti, da bi preverili učinkovitost teh razlag.

Od tod Stark in Bainbridge (1987: 35) postavita ključno hipotezo: »V razmerah odsotnosti zelenih nagrad bodo ljudje pogosto sprejemali razlage, ki postavljajo doseganje teh nagrad v oddaljeno prihodnost ali nek drug nepreverljiv kontekst.« Razlage, ki ne sledijo pravilu nepreverljivega konteksta, so podvržene visokemu tveganju, ko

se znotraj pričakovanega časovnega okvira oziroma preverljivega konteksta zgodi, da uporabniki teh razlag niso dosegli zelenih nagrad.<sup>1</sup>

Razlaga nas nato pripelje do pojma *kompensatorja*, ki je osrednji pojem Stark-Bainbridgeove teorije religije. Kompensator je definiran kot vera v nagrado, ki bo pridobljena v oddaljeni prihodnosti ali v nekem drugem kontekstu in ki ne more biti neposredno potrjena. Kompensatorji nastopajo kot neotipljivi nadomestki zelenih nagrad. Kot takšni predstavljajo nagrade že sami po sebi oziroma, natančneje, ljudje jih obravnavajo, kakor da so nagrade. Za vsako realno nagrado ali skupino nagrad je možno formirati kompensator. Pri tem ločimo kompensatorje, ki predstavljajo pričakovanje nagrad ožjega pomena (*specifični kompensatorji*), in tiste, ki obljublajo nagrade velikega in splošnega pomena (*splošni kompensatorji*).

Specifični kompensatorji so del vsakdanje izkušnje vsakega človeka. Zdravnik lahko bolniku, ki ima občasne težave s prebavo, svetuje, naj določen čas ne uživa mesa in alkoholnih pijač. Bolnik se v tem primeru lahko odloči za odrekanje neposrednim nagradam (meso, alkoholne pijače), kar nadomesti s kompensatorjem – vero v ozdravljenje, ki pa je postavljeno v nek drug kontekst in seveda ne more biti neposredno preverljivo. Podobno lahko varčevalec naloži svoj denar v delnice na borzi in – namesto da bi na primer šel na daljše počitnice – uživa v veri, da se bo nekoč, v nepreverljivem kontekstu, njegovo premoženje občutno povečalo.

Vzemimo nadalje primer mladeniča, ki pridno hodi v šolo in se uči v veri, da bo to vodilo k boljšemu življenju v njegovi prihodnosti. Njegovi študijski napor in odrekanja v veliki meri temeljijo na veri v nagrado, ki bo domnevno pridobljena v nekem drugem kontekstu. Ta kompensator se, v primerjavi z zgoraj navedenima, navezuje na večje število pomembnejših nagrad (višji družbeni status, trajno večji zaslužek, boljše razumevanje sveta in svoje vloge v njem in podobno) in je torej v primerjavi z njima (ki obljubljata le boljše prebavo oz. nekoliko več denarja) splošnejše narave.

Predvsem za posameznike z nizko stopnjo moči (pripadnike deprivilegiranih družbenih slojev) je pogosto značilno, da težko dostopajo do velikega števila neposredno obstoječih in pomembnih nagrad (bivalni pogoji, prehrana, druge materialne dobrine, kakovostna zdravstvena oskrba in podobno). Takšno stanje kliče po zelo splošnih kompensatorjih. Posameznik tako lahko sprejme vero, da se bliža radikalna sprememba družbenega reda, v kateri bodo sedanji bogataši postali reveži in obratno. V nekem nepreverljivem in oddaljenem kontekstu torej pričakuje veliko število pomembnih nagrad tudi za sebe. Za vse ljudi (tudi tiste z veliko družbene moči) pa velja, da ne moremo dostopati do nekaterih nagrad zelo velikega pomena. Omenjena je že bila človeška želja po preseganju nujnosti smrti. Ker nam ta nagrada danes neposredno ni dostopna, je z racionalnega vidika upravičeno pričakovati, da se bomo ljudje pogosto zadovoljili s kompensatorjem. Akumulacija frustracij, ki izhajajo iz tragičnega dejstva nedostopnosti najbolj pomembnih nagrad, kliče po splošnih kompensatorjih posebne vrste: »Najbolj splošni kompensatorji lahko temeljijo le na nadnaravnih razlagah«

1. Šolski primer takšnih razlag najdemo v milenarističnih gibanjih, ki doživljajo hude udarce, ko pretečejo zastavljeni roki obljubljenе odrešitve.

(Stark in Bainbridge 1987: 37). Na teh osnovah avtorja definirata religijo kot sistem splošnih kompenzatorjev, ki so utemeljeni na nadnaravnih predpostavkah.

Pozneje se Stark sicer oddalji od pojma splošnega kompenzatorja in namesto njega začne uporabljati nekoliko bolj specifičen termin »onostranske nagrade« (Stark in Finke 2000: 84). Glede na to, da ta terminološka sprememba vsebinsko v ničemer ne spreminja predpostavk obravnavane teorije, bomo v naši obravnavi še naprej uporabljali pojem kompenzatorja.<sup>2</sup>

### 3 O religijskem povpraševanju in racionalnem posamezniku

Stark in sodelavci poskušajo – izhajajoč iz navedenega razumevanja racionalnosti – pokazati, da se ljudje religijsko udeležujejo pretežno na osnovi racionalnih motivov, to je na osnovi pričakovanih stroškov in koristi.

Za začetek pogledjmo nekaj citatov iz indijskih svetih spisov, Svetega pisma in Korana:

- *Indra ... naj te obilne daritve in molitve naše razveselijo ... naj bomo torej deležni tvoje milosti, ki nam bo prinesla koristi (Rig Veda 10.89).*
- *Kdor bo veroval in bo krščen, bo zveličan, kdor pa ne bo veroval, bo obsojen (Mr 16,16).*
- *In vsak, kdor je zapustil hiše ali brate ali sestre ali očeta ali mater ali otroke ali njive zaradi mojega imena, bo prejel stokratno in dobil v delež večno življenje (Mt 19,29).*
- *Kdor veruje v Sina, ima večno življenje; kdor pa v Sina ne veruje, ne bo videl življenja, ampak ostane nad njim Božja jeza (Jn 3,36).*
- *Ne delajte za jed, ki mine, temveč za jed, ki ostane za večno življenje in vam jo bo dal Sin človekov (Jn 6,27).*
- *Gospod bo zagotovo pomagal tistim, ki podpirajo njegovo vero, zakaj On je resnično močan in velik (Koran, sura 22:40).*
- *Širi blagovest med verniki in dobrodelniki! Resnično jim pripadajo rajski vrtovi, prepredeni z rekami (Koran, sura 2:25).*

Iz navedenih citatov ni težko razbrati prepričljivo ugodnega razmerja med stroški in koristmi. Zdi se očitno, da pripadniki različnih religij racionalno vstopajo v menjalne odnose z nadnaravnimi silami. Pripravljeni so jim ponuditi svojo lojalnost in določene žrtve, od njih pa pričakujejo nagrade, ki se brez nadnaravne pomoči zdijo

---

2. Čeprav Stark in Finke tega ne omenjata eksplicitno, se zdi, da pojem kompenzatorja ni bil izpuščen iz konceptualnih razlogov (teh sploh ne navajata). Domnevamo, da je opustitev posledica nekoliko vprašljive konotacije besede kompenzator, ki namiguje, da so religijske nagrade v nekem smislu »neprave«, da so le nadomestki »pravih« nagrad. Glede na to, da z opustitvijo koncepta kompenzatorja obravnavana teorija v konceptualnem smislu ničesar ne pridobi, po naši oceni pa nekatere definicije celo brez potrebe zapleta, ne vidimo potrebe po vključevanju predlagane terminološke spremembe.

negotove ali povsem nedosegljive. Seveda pa je z vidika posameznika potrebna vera, da bo nagrada v nepreverljivem kontekstu resnično realizirana. Kot smo že opazili, je za ljudi v določenih okoliščinah sprejemanje tovrstnega tveganja povsem racionalno. Človek, ki se odreka jedači in pijači, nima nobenega zagotovila za dejansko odpravo želodčnih težav, enako kakor v srednjem veku bolnik, ki so mu sistematično spuščali kri, ni imel nobenega zagotovila, da bo (zaradi takšne torture) ozdravel. Pa vendar je v obeh primerih sprejemanje tveganja akterjem zvenelo racionalno. Podobno je lahko za človeka, ki nima praktične možnosti preseganja mnogih tegob življenja, tveganje glede realizacije nagrad v nepreverljivem kontekstu povsem racionalno sprejemljivo. Od tod že lahko slutimo, v čem je jedro poslanstva religijskih organizacij. Gre za to, da ljudje znotraj teh organizacij zmanjšujejo percipirano tveganje glede pridobitve nagrad v nepreverljivem kontekstu.

V luči zgoraj povedanega ne moremo mimo naporov, ki so usmerjeni v neposredno dokazovanje racionalnosti religije. Krščanska teologija je na primer vsaj od Tomaža Akvinskega naprej intenziven poskus racionalnega utemeljevanja vere. Takšno utemeljevanje je danes posebej opazno v novodobnih religijskih gibanjih. Smrke (2000: 289) ugotavlja, da je za ta gibanja posebej značilno koketiranje z znanostjo:<sup>3</sup> »Uporablja se skoraj zastrašujoč znanstveni jezik, ne pa tudi znanstvena metod(ologij)a.« Vsi ti intelektualni naporji seveda povečujejo verodostojnost religioznih razlag in v tem smislu pri uporabniku zmanjšujejo percipirano tveganje ob sprejemanju religijskega kompenzatorja. Ob tem ne gre pozabiti na dejstvo, da imajo mnoge religijske trditve tudi razmeroma prepričljivo empirično podlago. Pinker (2006) navaja primer vere v nesmrtno dušo. Eno od empiričnih dejstev, ki ga je moč razumeti v podporo obstoja duše, so sanje. Ko spimo, sta naše telo in zavedni um pri miru, del nas pa vseeno aktivno živi. Tudi sence in odsevi lahko zbujejo razmišljanje v smeri nematerialne oblike življenja. Zdi se, da imajo obliko in gibanje osebe, ne pa tudi telesa. Še bolj zanimiv je fenomen smrti. Oseba lahko normalno hodi naokrog, vidi, sliši, se pogovarja, naslednji trenutek pa se lahko spremeni v povsem negibno telo brez življenja. Zdi se, kot da jo je nenadoma zapustila neka entiteta, ki ji je doslej dajala življenje. Med najpogostejše sodobne dokaze o obstoju duše spadajo številna pričevanja pa tudi znanstvene raziskave o obsmrtnih doživetjih, ki dejansko kažejo, da bi utegnila zavest v neki obliki preživeti fizično smrt telesa (prim. Zaleski 1991; Van Lommel in dr. 2001).

Na še na en pomemben mehanizem, ki določa religijsko povpraševanje, je v okviru teorije racionalne izbire opozoril C. G. Ellison, ki pravi takole (1995: 13): »Kjer so socialne vezi konsolidirane, je odločitev glede participacije v religijskih aktivnostih lahko barometer solidarnosti z življenjskimi nazori skupnosti. Posledično lahko odločitev o

---

3. Evidenten primer takšnega poizkusa je utemeljevanje ideje reinkarnacije na domnevno znanstveni način Američana Michaela Newtona. V knjigi *Usoda duš* (2001) v Swedenborgovem slogu natančno opiše onostranstvo, le da – za razliko od Swedenborga, ki da je onostranstvo obiskal osebno – uporablja (domnevno znanstveno) metodo »hipnoze za metafizično regresijo«, s katero naj bi domnevne preučevance mentalno preselil v »življenje med življenji«.

zapustitvi religijske skupine resno ogrozi temeljne socialne odnose.« Ellison opozarja na ceno religijske neparticipacije. Posamezniki morajo v svojih kalkulacijah glede religijske participacije upoštevati tudi socialno ceno, ki bi jo morali plačati, če bi se nehali religijsko udeleževati oziroma če bi zamenjali svojo religijo. Zlasti v religijsko monopoliziranih okoljih in tam, kjer je religija močno prepletena z etnično ali kako drugo skupinsko identifikacijo, so tovrstni socialni pritiski lahko ključni motivator religijske participacije.

Z omembo družbene razsežnosti religije smo se dotaknili še enega temeljnega motivatorja religijskega udeleževanja. Številne raziskave potrjujejo, da je konkretno religijsko vedenje v veliki meri pridobljeno skozi procese socializacije (prim. Berger 1967; Gaede 1976; Roberts in Davidson 1984). Laurence Iannaccone (1990) ta vidik znotraj teoretičnega okvira teorije racionalne izbire obravnava s pomočjo koncepta religijskega človeškega kapitala (ang. religious human capital) in ekonomske doktrine »gospodinjne proizvodnje« (ang. household production). V tem modelu se gospodinjstva obravnavajo kot enote, ki proizvajajo dobrine za lastno uporabo (in ne za prodajo na trgu). Dejavnosti, kot so kuhanje jedi za vso družino, vzgoja otrok, rekreacija in podobno, se ustvarjajo in porabljajo v okvirih gospodinjstev, pri čemer se kot viri uporabljajo izdelki, kupljeni na komercialnem trgu (za družinsko kosilo je na primer treba nakupiti surovine in ustrezne gospodinjne pripomočke). Tako si lahko predstavljamo družino, ki hkrati oblikuje/utrjuje in uporablja vero v naklonjenost nadnaravnih sil, pa tudi dobrine, ki so s tem povezane (bivanjski smisel, psihološka stabilnost članov, moralne smernice, nagrajujoči socialni stiki s pripadniki religijske organizacije in podobno). Za ustvarjanje ali ohranjanje teh dobrin vlaga določene resurse (inpute), ki jih Iannaccone deli v tri skupine: (1) investirani čas (namenjen obiskovanju obredov, molitvi in drugih religijsko obarvanih aktivnosti), (2) finančni vložki (npr. prispevki za religijsko organizacijo, religijski kipci, simboli, obleke) in (3) človeški kapital. Slednji je ključen v Iannacconevem modelu religijskega vedenja. V tem smislu gre za specifični, religijski človeški kapital, ki ga Stark in Finke (2000: 120) definirata kot stopnjo obvladovanja verskih resnic, ritualov in drugih elementov določene religije.

Religijski kapital sestavljajo religijska znanja, veščine, socialne mreže in izkušnje, ki povečujejo percipirano korist religijske participacije. Za pridobivanje religijskega kapitala je seveda potrebno investiranje virov (čas, energija, denar), njegovo posedovanje pa na drugi strani povečuje koristi, pridobljene iz religijskega udeleževanja, in stimulira nadaljnje investiranje v religijo. Vsaka religijska dejavnost je torej vedno hkrati tudi investicija v religijski kapital, ta pa je obenem predpogoj in rezultat religijske dejavnosti. Udeležba na verskih obredih tako na primer povečuje razumevanje religijske doktrine, kar utrjuje kompenzator in hkrati povečuje zadovoljstvo in občutek smisla pri religijskih obredih.<sup>4</sup>

---

4. Podobno logiko lahko uporabimo tudi na drugih trgih, povezanih s pojmom človeškega kapitala, kakršen je trg izobraževalnih storitev. Tudi v tem primeru je poraba izobraževalne storitve pomembno pogojena s predhodno izobrazbo in tudi v tem primeru je poraba hkrati tudi investicija v človeški kapital.



Religijski kapital je tako »pomembna determinanta posameznikove sposobnosti, da producira in ceni religijske izdelke« (Iannaccone 1990: 299–300). Povsem logično je torej, da pomembno prispeva k oblikovanju in razvijanju religijskih preferenc: »Tekoče religijske izbire bodo vedno temeljile na preteklih izkušnjah, interakcijah, odnosih in podobno« (Iannaccone 1995: 118). Glede na to, da otroci kujejo svoj začetni religijski kapital znotraj tradicije svojih staršev, bodo najverjetneje ostali znotraj iste religijske tradicije, saj bodo na ta način uspešno uporabili svojo zgodnjo naložbo in maksimalno koristili kot odrasli religijski porabniki (Iannaccone 1990: 299–300). Na ravni konkuriranja religijskih ponudb lahko torej pričakujemo, da bodo uspešnejše tiste, ki omogočajo religijskim porabnikom optimalno investiranje akumuliranega religijskega kapitala. To so tiste, ki so vsaj v širšem smislu doktrinarno umeščene v neko religijsko okolje, hkrati pa zadovoljujejo nekatere religijske potrebe na boljši način kot obstoječi konkurenčni ponudniki.<sup>5</sup>

Razmerje med religijskim kapitalom in religijsko aktivnostjo ter njenimi učinki lahko ilustriramo na solidno dokumentiranem primeru slovite Matere Tereze. Rojena leta 1910 v Skopju v zelo verni katoliški albanski družini je Mati Tereza skozi primarno socializacijo skovala zajeten religijski kapital. V posebni idiografski študiji Susan Kwilecki in Loretta Wilson (1998) ugotavljata, da je Agnes (rojstno ime Matere Tereze) kot deklica in mlada ženska »očitno pridobivala visoko stopnjo zadovoljstva iz religijske participacije« (Kwilecki in Wilson 1998: 208). Ko se je odločila pridružiti irskemu nunskemu Loretovemu redu in svoje življenje v celoti posvetiti religiji, se je počutila kot »najsrečnejša nuna na svetu« (1998: 209). Njeno intenzivno investiranje v religijski kapital (nedvomno podprto z ustreznim »talentom«) je obrodilo sadove v obliki posebne vznesenosti in sreče. Kmalu potem je Mati Tereza svojo religijsko investicijo še povečala s tem, ko je zapustila varno zavetje Loretovega reda in se v celoti posvetila bogu: »Vedela sem, da je to Njegova volja in da Mu moram slediti« (prav tam). Kristusa je prepoznala v najbolj revnih in bolnih ter se začela ukvarjati z dobrotelostjo. Iz tega časa o svojih občutjih poroča z zanosom: »Karkoli storim, je za njega. In on mi daje moč. /.../ Dala sem mu vse in on me je vzel za svojo z nežnostjo in ljubeznijo.« In še: »Nestrpno pričakujem trenutek smrti. /.../ Tam gori bom srečala Jezusa« (Kwilecki in Wilson 1998: 210). V žargonu racionalne izbire lahko rečemo, da je bil kompenzator izjemno prepričljiv in učinkovit. Avtorici dokazujeta, da gre za uspešen izid »zavestnega iskanja višjih religijskih koristi skozi višjo stopnjo investiranja« (prav tam). Ob tem poudarjata, da je investirala skladno s svojim predhodno akumuliranim religijskim kapitalom: »Mati Tereza je skovala svojo misijo za uboge na temelju katoliških sredstev svetosti: dobrotelnosti, obrednosti in asketizmu« (p. t.).

---

5. V določenih primerih je seveda možna tudi popolna konverzija, kjer posameznik v celoti zavrne akumulirani religijski kapital in se pridruži religijski organizaciji z bistveno različnimi religijskimi koncepti. Takšni prehodi so redki in se po Starku in Finkeju (2000: 119) ne dogajajo v »normalnih okoliščinah«. Glavna gonilna sila takšnih konverzij so tesni socialni stiki s pripadniki drugih religijskih tradicij, pri tem pa posameznik vedno teži k maksimalnemu ohranjanju svojega obstoječega religijskega kapitala (2000: 123).

## 4 O ponudbi religijskih organizacij

Religijska ponudba je za teorijo racionalne izbire tako bistvena plat religijske dinamike, da avtorji celotno teorijo pogosto imenujejo kar »ponudbena teorija religije« (ang. supply-side theory of religion). Kot bomo videli v naslednjem podpoglavju, je to povezano z dokazovanjem, da je religijsko dogajanje v vsaki družbi določeno predvsem z značilnostmi ponudbe religijskih organizacij.

Začnimo s Starkom in Bainbridgeom, ki posamezne religije razumeta kot »človeške organizacije, ki se ukvarjajo z zagotavljanjem splošnih kompenzatorjev, ki izhajajo iz nadnaravnih podmen« (1985: 8). Temu ustrezno podata tudi svojo definicijo religijske organizacije, po kateri je religijska organizacija tista družbena organizacija, katere temeljni namen je ustvarjanje, vzdrževanje in preskrba nadnaravno utemeljenih kompenzatorjev (1987: 42).

Temeljno poslanstvo religijske organizacije je v prvi vrsti zagotavljanje kompenzatorjev svojim članom. Ljudje se v religijske organizacije združujejo predvsem zato, da bi ustvarjali in utrjevali vero v nagrade, ki bodo pridobljene v nekem nepreverljivem kontekstu in za dosego katerih je predvidena pomoč nadnaravnih sil. Kot religijsko organizacijo lahko torej razumemo vsako, tudi manjšo, razmeroma zaključeno skupino posameznikov, ki se združujejo z namenom oblikovanja in vzdrževanja nadnaravno utemeljenih kompenzatorjev, pri čemer se njihove razlage, obredi ali druge organizacijske značilnosti občutno razlikujejo od že obstoječih religijskih organizacij na območju njenega delovanja.

Jezus in njegova skupina prvih učencev bi v tem pogledu lahko veljala kot primer religijske organizacije. Kako torej odgovoriti na vprašanje, kdo je v tem primeru religijski ponudnik in kdo uporabnik? Ali je možno reči, da je bil Jezus ponudnik nove religije, njegovi učenci in vsi drugi, ki so mu sledili, pa njeni uporabniki? Stvar očitno ni tako preprosta. Lahko domnevamo, da je tudi Jezus v svoji skupini utrjeval in kalil svojo vero ter bil v tem smislu uporabnik religijske organizacije, po drugi strani pa so tudi apostoli s svojo vero in delovanjem prispevali k oblikovanju, utrjevanju in širjenju nove vere ter v tem smislu opravljali vlogo ponudnika. Zdi se očitno, da v primeru religije ni možno postaviti jasne razmejitve med ponudnikom in uporabnikom.

Poglejmo si problematiko še na že omenjenem primeru Matere Tereze in katoliškega nunskega reda Misijonarke ljubezni, ki ga je Mati Tereza (uradno) ustanovila leta 1950. Vsaj od trenutka ustanovitve reda lahko govorimo o Materi Terezi kot o ustanoviteljici in upraviteljici uspešne religijske organizacije. Uporabniki storitev reda so bili na eni strani revni in bolni, ko je šlo za dobrodelnost, in na drugi strani višji sloji, ko je šlo za filantropijo. Oboji so bili deležni ponudbe duhovnosti in (občutka) odrešenosti (Kwilecki in Wilson 1998: 213). Glede racionalnosti religijske porabe je bilo že dosti povedanega. Za ilustracijo povejmo le, da so imeli gojenci v »domu za umirajoče« možnost dobiti »vstopnico za v nebesa«. Mati Tereza poroča, kako je neki moški »umrl z nasmehom na obrazu in z vstopnico za Svetega Petra« (prav tam). Red je zagotavljal pomembne koristi tudi za redovnice: »Vse naše sestre so polne sreče. So najbolj očiten primer žive vere v sreči,« poroča Mati Tereza (v Kwilecki in Wilson 1998: 215).

Na tem mestu nas zanimata predvsem vloga in interes upravitelja religijske organizacije, ki se zdi najbližje tistemu, čemur bi lahko rekli »ponudnik religije«. Če zanemarimo doseženi svetovni sloves in prestiž, lahko sklepamo, da je Mati Tereza s svojim delovanjem predvsem intenzivirala lasten subjektivni blagor. Nadaljevala je s povečevanjem religijskega kapitala in s tem zadovoljstva, ki so ji ga prinašale religijsko obarvane dejavnosti. Enako lahko sklepamo za druge začetnike novih religijskih gibanj. Ustanovitev in širjenje gibanja pozitivno vpliva na osebni religijski kapital ustanovitelja, na višjo stopnjo prepričljivosti kompenzatorja in s tem povezane psihosocialne koristi.

Očitno je, da so ponudniki religije v najožjem smislu hkrati tudi njeni uporabniki. V nadaljevanju pa bomo pokazali, da so vsi uporabniki religije hkrati tudi njeni oblikovalci in ponudniki. Od tod izhaja, da moramo notranjo dinamiko religijske organizacije obravnavati v okvirih že opisane logike gospodinjske proizvodnje oziroma »ekonomike gospodinjstva« (ang. household economics). Vsi člani namreč sodelujejo pri oblikovanju, predvsem pa pri utrjevanju kompenzatorjev, ki jih hkrati tudi vsi uporabljajo. Pri tem nekateri člani (ustanovitelji, voditelji) investirajo več kakor drugi.

Z vidika sociološke analize je seveda pomembno posebej obravnavati religijske specialiste, ki se profesionalno ukvarjajo z religijo – Stark in Finke (2000: 102) jim pravita ekleziastiki. Kot izhaja iz zgornje razprave, tudi ti s svojo dejavnostjo oplajajo svoj religijski kapital in maksimirajo donose v obliki prepričljivosti kompenzatorja in psihosocialnih koristi. Pri tem se pri poklicnih religijskih specialistih pojavijo specifične interesne dimenzije. Stark in Finke najprej ugotavljata, da gre za poklicno skupino, in dodajata, da »so vse profesije zarote proti laičnosti« (2000: 164). V tem smislu lahko pričakujemo, da bodo ekleziastiki postavljali vstopne omejitve v svoje vrste (npr. ustrezno šolanje, spolna vzdržnost) in si na ta način zagotavljali privilegiran položaj glede vodenja religijske organizacije. S tem je povezana tudi težnja, da si poskušajo ekleziastiki izboljšati razmerje med stroški in nagradami, ki je sicer pričakovano za »navadne« vernike. Avtorja navajata primer uvedbe profesionalne duhovniške službe v zgodnjem krščanstvu, ki je vodila do precejšnjih razlik v življenjskem slogu klerikov in laikov (prvi so živeli razkošneje od drugih). Ob tem je pomembna tudi predpostavka, da je praviloma v interesu ekleziastikov rast religijske organizacije. Poklicna skupina s tem povečuje resurse, s katerimi razpolaga, ter zase in svoje bližnje ustvarja nove (boljše) poklicne položaje. Ironija je, da ima večina naporov v številčno rast religijske organizacije na dolgi rok pogosto negativne učinke na prepričljivost kompenzatorjev. Ekleziastiki, ki za svoje religijsko poslanstvo prejemajo (predobro) plačilo, niso prepričljivi verski voditelji. Lahko se namreč zdi, da je njihova verska predanost le navidezna in da nastopa predvsem kot sredstvo za doseganje drugih nagrad. Pri tem obstaja tudi dolgoročna tendenca zviševanja njihove materialne preračunljivosti, saj bodo čisti religijski motivi pri novih članih (ki se potegujejo za materialno ugodnejše pozicije) tendenčno v povprečju manj pomembni. Velikost religijske organizacije v smislu števila ekleziastikov in sakralnih objektov je povezana tudi s finančnimi stroški. Odvisnost od (pogosto tudi državnih) denarnih sredstev sili religijsko organizacijo k konformnejšemu, profanejšemu načinu delovanja, kar dodatno zmanjšuje prepričljivost

kompenzatorja in dolgoročno vodi v zmanjšano (oziroma – v monopolnih razmerah – v apatično) članstvo.

Odnos med interesi ekleziastikov in religioznostjo ostalih pripadnikov religijske organizacije bomo dodatno osvetlili, upoštevajoč Iannacconejev (1992) model. Avtor odpira temo z ugotovitvijo temeljne značilnosti religijskih dobrin, ki je z ekonomskega vidika v izjemno visoki pričakovani nagradi (večno življenje, večna blaženost, mir na zemlji ...) ob izjemno visoki stopnji tveganja. Religijska ekonomija je tako poseben primer, kjer niti ponudniki v ožjem smislu (ustanovitelji religijskih organizacij in ekleziastiki) ne morejo biti prepričani o resničnosti svojih obljub. Po ekonomskih zakonitostih bi zato pričakovali veliko naporov, usmerjenih v zmanjšanje možnosti prevare, predvsem v povečevanje količine verodostojnih informacij v zvezi s ponujenimi nagradami. V tem smislu so ključna predvsem osebna pričevanja o verskih izkustvih, ki si jih člani verskih skupnosti med seboj izmenjujejo. Informacije subjektov, ki s širjenjem neke informacije ne morejo kaj bistveno pridobiti, so dosti prepričljivejše kot informacije profesionalcev, katerih vsakdanji kruh je odvisen od uspešnega posredovanja takšnih informacij. Ne preseneča torej, da se religija uspešno uresničuje v skupnostih, kjer so člani med seboj tesno povezani in kjer imajo profesionalci (ekleziastiki) nizke dohodke ali pa jih sploh ne prejemajo. Nizki dohodki povečujejo verodostojnost nepreverljivih obljub predstavnikov skupnosti. Manj tuzemskih nagrad (glede na svojo profesijo) uživajo ekleziastiki, prepričljivejša je njihova obljuba oziroma vera glede nadnaravno posredovanih nagrad.

Religija se torej uspešno uresničuje v tesno povezanih skupnostih, v katerih je (oziroma naj bi bila – če izhajamo iz bistva religije) zavezanost posameznikov samoumevna in torej ni (ali pa je le malo) neposredno sankcionirana ali nagrajevana. Takšna solidarnostna struktura pa religijske organizacije po drugi strani naredi zelo ranljive za pojav posameznikov, ki v kolektivnih strukturah živijo na račun naporov drugih članov skupnosti. Takim posameznikom Iannaccone pravi »free-riders«, mi pa jih bomo imenovali zastonjkarji. Zastonjkar je posameznik, ki uživa dobrine, ki jih ustvarja skupina, ne da bi k tem dobrinam tudi sam prispeval delež, ki se glede na standarde skupine za tega posameznika razume kot primeren.

V skupnosti, kjer prevladujeta vzajemno zaupanje in solidarnost, je za posameznika namesto naporov v smeri kolektivnega interesa lahko mikavnejša izbira »proste vožnje«. Iannaccone ugotavlja, da so večje religijske organizacije pogosteje polne posameznikov, ki iz kolektivne strukture predvsem jemljejo tisto, kar jim ugaja, vanjo pa ne prispevajo nič ali zelo malo.<sup>6</sup> V (večjih) religijskih organizacijah so elementi proste vožnje mikavni tako za ekleziastike kakor tudi za ostale pripadnike. Prvim religijska participacija pomeni tudi dostop do pomembnih otipljivih nagrad (materialno ugodje, socialni status), kar lahko zmanjša njihovo versko gorečnost in prepričljivost. Drugi

---

6. Novejše raziskave v religijskem okolju pritrjujejo opisani tezi. Brewer in sodelavci (2006) so na obsežnem vzorcu 2048 denominacij Evangeličanske luteranske cerkve v Ameriki (ELCA) potrdili, da so ljudje, ki si želijo koristiti od cerkve, ne da bi prispevali k njenemu poslanstvu, dejansko pogosteje navzoči v popularnejših denominacijah v njihovem območju.

člani se lahko vključujejo v religijske aktivnosti predvsem iz interesov, ki zadevajo razvijanje in vzdrževanje njihovih socialnih mrež ali način preživljanja prostega časa. Takšni ekleziasitiki in drugi člani religijskih organizacij resno ogrožajo prepričljivost kompenzatorja in s tem moteče vplivajo na osrednjo religijsko ponudbo.

Religijske organizacije so torej v precepu: po eni strani morajo oblikovati tesno povezane solidarne skupnosti, saj na tem temelji prepričljivost kompenzatorjev, po drugi strani pa prav takšna struktura ustvarja ugodne pogoje za zastojkarje, kar povratno negativno vpliva na verodostojnost verskih trditev. Rešitev iz te zagate se ponuja v visokih zahtevah, ki so postavljene pred pripadnike skupnosti. Religijske organizacije sicer redko in v majhnem obsegu od svojih članov zahtevajo denarno opredeljive prispevke. Namesto tega prevladujejo nedenarne oblike osebnega žrtvovanja. Od vernika se lahko zahteva spoštovanje določenih omejitev na področju spolnosti, prehranjevanja ali uporabe sodobnih medicinskih in drugih tehnoloških pripomočkov. Pogosta zahteva je tudi nenavadno oblačenje in vedenje, ki lahko v okolici sproža posmeh in prezir. Lahko se zahtevajo visoka materialna odrekavanja (npr. odreči se svojemu premoženju), celo zavezanost k žrtvovanju življenja pod določenimi pogoji in drugo. Celoto teh osebnih stroškov lahko opredelimo kot *ceno pripadnosti v religijski organizaciji*.

Cena pripadnosti blaži problem nezavezanih zastojkarjev na dva načina. Prvič: že ob vstopu v skupnost odbija premalo predane kandidate. Kdor želi vstopiti, je postavljen pred dilemo: sodelovati v celoti ali pa sploh ne. In drugič: omejitve zunanjih aktivnosti (obiskovanje kina, koncertov, restavracij, težave v druženju zaradi specifičnega načina oblačenja in vedenja in podobno) preusmerjajo energijo in pozornost obstoječih članov k notranjim aktivnostim skupnosti. Člani z omejenim dostopom do zunanjih aktivnosti so bolj goreči v aktivnostih, ki jih ponuja in vzpodbuja skupnost navznoter. Živahnost internih verskih aktivnosti in gorečnost članov povratno pozitivno vplivajo na verodostojnost kompenzatorja.

Ceno pripadnosti poznajo vse religijske organizacije, vendar pa se ta cena med posameznimi tipi religijskih organizacij občutno razlikuje. Stark in Finke v tem smislu dokazujeta, da so (svetu nasprotujoče) sekte v primerjavi s (konformnejšimi) cerkvami bistveno zahtevnejše. Verske doktrine v takšnih skupnostih prežemajo domala vse podrobnosti vsakdanjega življenja, in to pogosto z zahtevami, ki se bistveno razlikujejo od prevladujočih načinov vedenja v širši družbi. Člani takšnih skupnosti morajo torej plačevati razmeroma visoke cene pripadnosti. Ključno vprašanje je, zakaj to počnejo. Zakaj si nekdo obrije glavo, se obleče v predmoderno vzhodnjaško nošo in se javno izpostavlja ob petju nabožnih pesmic? Ali je lahko tudi takšno vedenje racionalno?

Odgovor bomo skušali najti v preprosti ekonomski logiki: če je nekdo pripravljen plačati visoko ceno, je to verjetno zato, ker za to pričakuje primerno visoko kakovost. Ena dimenzija te kakovosti leži v dejstvu, da za razliko od sekt velike religijske organizacije (cerkve) dajejo več poudarka tuzemskosti, kar hkrati pomeni oddaljevanje od utrjevanja kompenzatorjev. V velikih religijskih organizacijah je bog za mnoge člane pogosto »oddaljena, neosebna in neodzivna entiteta« (Stark in Finke 2000: 146). V sektah so neposredne religijske nagrade večje: bog je bližje, je stvarnejši – kompenzatorji so prepričljivejši. Visoka cena pripadnosti povzroči visoko stopnjo zavezanosti

članov, ta pa visoko stopnjo prepričljivosti kompenzatorjev. Druga dimenzija višje kakovosti nagrad v manjših sektah je socialna. Raziskave potrjujejo, da so takšne skupine notranje bolj povezane, kar zagotavlja članom visoko stopnjo emocionalne, pogosto pa tudi materialne varnosti in stabilnosti (Stark in Finke 2000: 150).

Z vidika teorije racionalne izbire so torej navidez čudaške zahteve verskih skupnosti do svojih članov in pridruževanje posameznikov takšnim skupnostim lahko izraz povsem racionalnega mišljenja in delovanja: »Učinkovite religije lahko zahtevajo stigmo, samo-žrtvovanje in bizarne vedenjske standarde, in povsem razumni posamezniki se lahko pridružujejo nekonvencionalnim skupinam« (Iannaccone 1992: 128).

Doslej smo obravnavali le en – sicer osrednji – vidik ponudbe religijskih organizacij. Stark in Bainbridge poudarjata, da religijske organizacije poleg kompenzatorjev ponujajo tudi različne razpoložljive (konkretne) nagrade. Ponudbo religijskih organizacij delita v dve skupini (1987: 46):

a. Ponudba, ki je neposredno vezana na kompenzatorje:

- *verske doktrine*, ki eksplicirajo in logično utemeljijo vero v nagrade, ki bodo pridobljene v nepreverljivem kontekstu;
- *verska izkustva*, ki potrjujejo avtentičnost kompenzatorjev in omogočajo sproščanje potlačenih čustev;
- *molitev in zasebno čaščenje*, ki sta v bistvu ponujena mehanizma za doseganje nadnaravne pomoči in s tem povezanega čustvenega olajšanja;
- *občutek moralne superiornosti*, ki je izražen v prepričevanju, da je posameznik (ne glede na morebitno tuzemsko šibkost in majhnost) med posebnimi izbranci nadnaravnega in na ta način deležen elitne identitete; tudi to lahko razumemo kot kompenzator posebne vrste.<sup>7</sup>

b. Ponudba drugih nagrad:

- *pripadnost religijski organizaciji*, kar (poleg tega, da pomaga utrjevati kompenzatorje) pomeni stabilne in tople socialne stike, pogosto pa ponuja tudi ugoden status v širši skupnosti, utrjuje socialne odnose in na ta način povečuje možnost dostopanja do drugih razpoložljivih nagrad;
- *obiskovanje religijskih obredov*, ki poleg specifično religijskega pomena ponujajo tudi estetske užitke ter možnost socialnih stikov in dostopanja do drugih razpoložljivih nagrad preko tovrstnega ustvarjanja socialnih mrež;
- *sodelovanje v družabnih aktivnostih*, kot so petje v zboru, plesne in druge interesne skupine;
- *socializacija otrok*, kar lahko razumemo kot pomoč pri prenosu kulturne in moralne dediščine na otroke.

Religijske organizacije v pluralnih religijskih razmerah med seboj konkurirajo v okviru vseh navedenih elementov. Tako se lahko znotraj ene religijske doktrine (npr. protestantsko krščanstvo) v istem socialnem okolju razvije večje število konkurenčnih religijskih organizacij, ki se glede verske doktrine razlikujejo le malo ali nič. Shawc-

---

7. Nagrada v tem primeru ni pričakovana v posmrtnem stanju, vseeno pa znotraj nepreverljivega konteksta.

huck in sodelavci (1992: 240) pravzaprav temeljno religijsko doktrino definirajo kot nespremenljivi (ang. non-negotiable) izdelek religijske organizacije. Bistvo marketinga religijske organizacije je tako v optimiranju drugih vidikov njene ponudbe. Svojo tržno privlačnost lahko izboljšujejo na področjih, kot so privlačnost religijskega obreda, organizacija religijskega pouka, religijska literatura, dostopnost in privlačnost religijskih objektov, družabne aktivnosti, kot so izleti, koncerti, pevske vaje in podobno.

To nam pomaga bolje razumeti tržni pogled na religijo, ki je razširjen predvsem v ZDA. Ta pogled ne izraža nujno relativnosti religijskih resnic, ampak je pogosto razumljen kot optimalen način širjenja ene (krščanske) religijske doktrine. Tudi Shawchuck (1992: 240) poudarja: »Naša zvestoba je namenjena Bogu in njegovim zakonom, ne pa načinom, kako se ti širijo.« Na videz paradoksalno lahko torej poiščemo stik krščanskega fundamentalizma in tržnega pristopa k religiji. V tej luči je tržni pristop razumljen zgolj kot učinkovito orodje evangelizacije.

## 5 Temeljne postavke teorije religijskega trga

Laurence Iannaccone je leta 1992 provokativno zapisal:

Za religijske porabnike lahko rečemo, da »kupujejo« cerkve, tako kot kupujejo avtomobile; s tehtanjem stroškov in koristi, iščoč najvišji donos na njihovo duhovno investicijo. Religijski »proizvajalci« se trudijo oblikovati svojo ponudbo vsaj tako atraktivno kot njihovi konkurenti. Religija se oglašuje in trži, proizvaja in porablja, povprašuje in ponuja (Iannaccone 1992: 123).

Že Adam Smith (1934) je v slovitem delu *Bogastvo narodov* (prvič objavljeno leta 1776) trdil, da »nevidna roka trga« kot univerzalno načelo dominira tudi na področju religije. Vendar pa je med preučevalci religije predvsem debata o sekularizaciji Smithovo tezo za celih dvesto let povsem marginalizirala. Aktualna je postala šele v okviru pristopa teorije racionalne izbire, v ožjem smislu pa se pojem religijskega trga danes najpogosteje povezuje z Laurenceom R. Iannacconejem. Iannaccone najprej, podobno kot Stark in Bainbridge, religijo identificira kot objekt izbire in na drugi strani kot človeški proizvod, s čimer dokazuje, da lahko govorimo o religiji kot tržni dobrini in posledično o religijskem trgu.

Za ta trg po Iannacconeu veljajo enake temeljne zakonitosti kot za vsak drugi trg. Pluralna religijska situacija v družbi postavlja religijske ponudnike v konkurenčni položaj, s čimer jih (skladno s splošno teorijo trga) prisili k učinkovitemu prilagajanju svoje ponudbe potrebam in željam uporabnikov. Religijski monopoli na drugi strani povzročajo neučinkovito duhovščino in apatično versko populacijo (Iannaccone, 1992).<sup>8</sup> Za ustrezno razumevanje in empirično uporabnost Iannacconejeve teze je pomembno razumeti, da konkurenčnost religijskega trga pomeni stopnjo, do katere različne religijske organizacije aktivno naslavlajo svojo ponudbo na iste ciljne populacije.

---

8. Že zgodnja Stark in Bainbridge sta pozornost usmerila na stopnjo konkuriranja na religijskem trgu, ko ugotavljata, da se religijske organizacije med seboj razlikujejo glede na to, kako kakovostne in verodostojne nize kompenzatorjev ponujajo, pa tudi po tem, v kolikšni meri se razlikujejo od drugih religijskih organizacij (1985: 44).

Razmere, kadar gre na enem trgu za več avtohtonih religij, ki se usmerjajo na različne (ponavadi etnične) skupine in med katerimi ni omembe vrednega (svobodnega) prehajanja vernikov, v tem smislu ne veljajo kot merilo konkurenčnosti religijskega trga (Stark in Finke 2000: 202). Stolz (2006: 24) navaja primer Švice, kjer kljub soobstoju protestantizma in katolištva skorajda ni prestopov posameznikov iz ene religije v drugo. Podobno velja na primer tudi za okolje Bosne in Hercegovine, kjer so v tržno nekonkurenčnem odnosu tri religije: islam, pravoslavno krščanstvo in katolištvo.

Tezo vpliva konkurenčnosti religijskega trga na religijsko participacijo Iannaccone (1992) dokazuje z visokimi stopnjami verovanja in obiskovanja verskih obredov na konkurenčnejših religijskih trgih, kakršen je na primer religijski trg v ZDA. Nadalje dokazuje, da je stopnja verovanja in obiskovanja obredov praviloma nižja v monopolnih ali vsaj dominantnih religijskih institucijah, še posebej, če so te kakorkoli sponzorirane s strani države. Nekoliko pozneje Iannaccone, skupaj s Starkom, pojasnjuje tudi pojav sekularizacije v Evropi kot posledico rigidne, dolgočasne religijske ponudbe, ki je posledica monopolov nekdanjih uradnih cerkva. Iz tega izhaja osnovna razlika med ZDA, kjer je versko življenje živahno, pestro in intenzivno, in Evropo, kjer prevladuje verska apatija in kjer verski ponudniki le s težavo ohranjajo obstoječe in še težje pridobivajo nove odjemalce (Stark in Iannaccone 1994).

## Literatura

- Abell, Peter (2000): *Sociological Theory and Rational Choice Theory*. V B. Turner (ur.): *The Blackwell Companion to Social Theory*: 229–242. Oxford: Blackwell.
- Berger, Peter (1967): *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. Garden City: Doubleday.
- Coleman, James (1990): *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Belknap Press.
- Brewer, M. Stephanie, Jozefowicz, J. James, in Stonebraker, J. Robert (2006): Religious free riders: The impact of market share. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45 (3): 389–396.
- Ellison, Christopher (1995): Rational choice explanations of individual religious behavior: Notes on the problem of social embeddedness. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34 (1): 89–97.
- Elster, Jon (2000): *Rationality, Economy, and Society*. V S. Turner (ur.): *The Cambridge Companion to Weber*: 27–39. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gaede, Stanley (1976): A causal model of belief-orthodoxy: Proposal and empirical test. *Sociological Analysis*, 37: 205–217.
- Harrington, Aus (2006): *Encyclopedia of Social Theory*. London, New York: Routledge.
- Iannaccone, Laurence (1990): Religious practice: A human capital approach. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 29: 297–314.
- Iannaccone, Laurence (1992): Religious markets and the economics of religion. *Social Compass*, 39: 123–131.
- Iannaccone, Laurence (1995): Woodoo economics? Reviewing the rational choice approach to religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 34 (1): 76–89.



- Kwilecki, Susan, in Wilson, Loretta (1998): Was Mother Teresa maximizing her utility? An idiographic application of rational choice theory. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 37 (2): 205–221.
- Newton, Michael (2001): *Usoda duš*. Ljubljana: Ara.
- Parsons, Talcott (1937): *The Structure of Social Action*. New York: McGraw-Hill.
- Pinker, Steven (2006): The evolutionary psychology of religion. *The Humanist*, sept.–okt.: 10–14.
- Roberts, Michael, in Davidson, James (1984): The nature and sources of religious involvement. *Review of Religious Research*, 25: 334–350.
- Shawchuck, Norman, Kotler, Philip, Wrenn, Bruce in Ruth, Gustav (1992): *Marketing for Congregations*. Nashville: Abingdon Press.
- Smith, Adam (1934): *The Wealth of Nations*. London: The Modern Library.
- Schutz, A. (2004): Problem racionalnosti v družbenem svetu. V F. Adam in M. Tomšič (ur.): *Kompandij socioloških teorij*: 107–122. Ljubljana: Študentska založba.
- Smrke, Marjan (2000): *Svetovne religije*. Ljubljana: FDV.
- Stark, Rodney in Bainbridge, S. William (1985): *The Future of Religion*. Los Angeles: University of California Press.
- Stark, Rodney, in Bainbridge, S. William (1987): *A Theory of Religion*. New York: Peter Lang Publishing.
- Stark, Rodney in Iannaccone, Laurence (1994): A supply side reinterpretation of the »secularization« of Europe. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 33: 230–252.
- Stark, Rodney in Finke, Roger (2000): *Acts of Faith*. Los Angeles: University of California Press.
- Stolz, Jörg (2006): Salvation goods and religious markets: Integrating rational choice and Weberian perspectives. *Social Compass*, 53 (1): 13–32.
- Swedberg, Richard (2003): The changing picture of Max Weber's sociology. *Annual Review of Sociology*, 29: 283–306.
- Van Lommel, Pim, Van Wees, Ruud, Meyers, Vincent in Elfferich, Ingrid (2001): Near-death experience in survivors of cardiac arrest. *The Lancet*, 358: 2039–2045.
- Weber, Max (1978): *Economy and Society*. Vol. I. Berkeley: University of California Press.
- Zaleski, Carol (1991): *Onostranska potovanja*. Ljubljana: Mladinska knjiga.

**Naslov avtorja:**

dr. Miran Lavrič, asistent  
Univerza v Mariboru  
Filozofska fakulteta  
Oddelek za sociologijo  
*miran.lavric@uni-mb.si*