

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ РЕЛИГИИ: КОНТУРЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В.А. Воробьев, С.А. Кристиневич\*

В статье рассмотрены возможности и ограничения использования экономического подхода в качестве инструмента междисциплинарного познания на примере исследования религиозной сферы, объясняются мотивы религиозного поведения с позиций теории рационального выбора, отслеживаются междисциплинарные связи экономической теории с социологией религии и религиоведением.

**Ключевые слова:** междисциплинарный подход, экономика религии, религиозное поведение, религиозные рынки.

**JEL-классификация:** A12, B41, D71, Z12.

*Материал поступил 8.02.2016 г.*

### *Эпистемическая схема исследования*

Доминировавшие в экономической теории в конкретные исторические отрезки времени исследовательские программы существенно различались методологическими основаниями и задавали стандарты, методы и, до известной степени, ценностные ориентиры экономического анализа. Современная исследовательская программа состоит из конституирующей части, включающей неизменный набор допущений (принцип методологического индивидуализма, транзитивность и устойчивость предпочтений, равновесие и оптимизация как способы описания экономических процессов и поведения экономических субъектов) и корректируемой части (принцип ограниченной рациональности, признание неполноты информации, оппортунизм как характеристика экономического поведения, возрастающее значение трансакционных издержек, допущение о неполноте спецификации и защиты прав собственности).

Гносеологический аппарат данной программы, с одной стороны, учитывает достижения иных общественных наук. С другой стороны, наблюдается неудовлетворен-

ность исследователей узкими рамками экономической теории, что заставляет их расширять границы экономического анализа и решать «проблему выбора» в неэкономических областях. Как результат, с середины XX в. отмечается экспорт аксиоматики экономической науки в смежные сферы. В итоге к настоящему времени экономическая теория представляет собой эпистемический инструмент, характеризующийся использованием преимущественно опций микроэкономики, неинституционализма и поведенческой экономики и включающий набор формализованных моделей, описывающих как экономические, так и неэкономические явления и процессы.

Возникновение «экономического империализма» как отдельного направления теоретико-экономических исследований нельзя назвать уникальным, поскольку случаи методологических притязаний на универсальность со стороны социальных наук широко известны: например, социологические экспансии Э. Дюркгейма, Р. Коллинза или панпсихологизм З. Фрейда. Реакция со стороны представителей других общественных наук на распространение экономической методологии за первоначальные

\* **Воробьев Виктор Анатольевич** (vorobiev\_v@bseu.by), доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);

**Кристиневич Сергей Анатольевич** (kristinevich@rambler.ru), кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

пределы имеет широкий диапазон: от полного принятия (Цебелис, 1997) или поиска ее ограничений (Грин, Шапиро, 1994) до предостережений о «захвате и замене» фундаментальных положений смежных наук (Baert, da Silva, 2010).

Процесс современного экономического исследования, как правило, вписывается в следующую эпистемическую схему: 1) *методология* задает принципы и исследовательские техники построения теории; 2) *теория* (концептуализация) – процесс выбора языка описания, который делает возможным различение предмета исследования в объекте; 3) *операционализация* предполагает выделение наблюдаемых «рабочих» понятий и определение их индикаторов и показателей (сведение теоретического знания к эмпирическим процедурам измерения); 4) *апробация* – тестирование (в том числе с использованием экономико-математических моделей) подобранных «рабочих» понятий с целью определения их «работоспособности»; 5) *интерпретация* – процедура обработки эмпирических данных и описания объекта исследования.

Последующее изложение является примером *междисциплинарных связей* экономической теории с социологией религии и религиоведением по схеме «методология – теория (концептуализация) – операционализация – апробация – интерпретация». При этом формат статьи не предполагает исчерпывающего изложения проблемы: количество исследований в данной области лавинообразно увеличивается<sup>1</sup>, разрабатываются все новые теоретические подходы и модели, зачастую по-разному интерпретирующие одни и те же эмпирические факты.

### Методология

Существенное методологическое влияние на экономический анализ различных сфер деятельности человека (в том числе религиозной) оказали работы Э. Даунса, Дж. Бьюкенена, М. Олсона, Г. Беккера. Они применили методологию микроэкономики и неонституционализма для изучения объек-

тов, относящихся к сфере интересов социологов, политологов, юристов, историков, религиоведов. Такое вмешательство расширило объект анализа экономической теории, но оставило неизменным ее предмет – *рациональное человеческое поведение, к какой бы области оно ни относилось* (Автономов, 1998. С. 41–42).

Одним из первых гипотезу о том, что люди в любой своей деятельности ведут себя рационально, т. е. преследуют личную выгоду, выдвинул Э. Даунс (Downs, 1957. P. 295–300). Дальнейшее развитие методология экономического империализма получила в работах Дж. Бьюкенена и Г. Таллока. Во-первых, они согласны с Даунсом, что индивиды в любой роли ведут себя рационально, т. е. стремятся к максимизации своего благосостояния. Во-вторых, они отрицают существование коллективной рациональности, настаивая на принципе «методологического индивидуализма». И, в-третьих, Бьюкенен и Таллок считают, что процесс принятия людьми решений в той или иной сфере их деятельности нужно анализировать как *разновидность рыночного обмена* (Бьюкенен, 1997).

М. Олсон оспорил бесспорный для многих факт, что деятельность групп индивидов с общими интересами обычно направлена на реализацию этих общих интересов (Олсон, 1995. С. 1). Пока нет какого-либо принуждения и группа недостаточно мала, ее члены, действующие рационально, не будут содействовать реализации общих интересов, а захотят остаться «безбилетниками».

Выдающийся вклад в разработку методологии позитивного экономического анализа внес Г. Беккер, который выделил три взаимосвязанных элемента *экономического подхода*, отличающего экономическую теорию от других обществоведческих дисциплин: во-первых, максимизирующее поведение все равно кого – индивида, семьи, фирмы, профсоюза, государственной или религиозной организации; во-вторых, разнообразные рынки координируют действия индивидов, фирм, организаций; в-третьих, предпочтения не изменяются существенно во времени и пространстве, не отличаются существенно у различных людей, даже принадлежащих к разным социальным группам, обществам и культурам. Стабильность

<sup>1</sup> Это, в частности, нашло отражение в том, что данное научное направление уже получило свой код в JEL-классификации – Z 12 (Cultural Economics: Religion).

предпочтений предполагается не к рыночным товарам и услугам, а к основополагающим объектам выбора, фундаментальным аспектам жизни людей – таким как вера, престиж, здоровье, зависть или доброжелательность, чувственные наслаждения и т. д. (Беккер, 1993. С. 26).

Человеческое поведение не может в одном случае носить максимизирующий характер, в другом – нет, в одном основываться на рыночном равновесии, в другом – нет, в одном мотивироваться стабильными предпочтениями, в другом – неустойчивыми (Там же. С. 38). И если экономический подход зачастую не используется для изучения различных аспектов человеческого поведения, это определено тем, что «многие экономисты не могут устоять перед искушением и прячут свой собственный недостаток понимания за разглагольствованиями об иррациональности поведения, неискоренимом невежестве, глупости, сдвигах *ad hoc* в системе ценностей и тому подобном, что под видом взвешенной позиции означает просто-напросто признание своего поражения» (Там же. С. 35).

### **Теория (концептуализация)**

Проблемное поле социологии религии как объекта экономического (междисциплинарного) анализа включает четыре дискурса (Stausberg, 2009. Р. 3–6).

Первый – *специфика религии(й)* как объекта, т. е. выявление типичных черт религии, отличающих ее от всего остального. Если религия обладает собственными закономерностями, имеет свой «специальный код», а ее конкретные свойства могут быть идентифицированы, она становится объектом научного наблюдения, объяснения или повторного описания.

Второй – *происхождение религии(й)*, понимаемое не столько как выявление ее истоков, сколько как возможность появления в любое время при наличии определенных условий (и особый интерес вызывают эти условия) и исчезновения.

Третий – *функции религии(й)*, которые важно отличать от эффектов религии. Если «функция» – нормативная категория, то «эффект» – понятие эмпирического (пози-

тивного) порядка: например, в то время как религии может предписываться функция упрочения социальной сплоченности, результаты религиозной деятельности нередко отрицательно влияют на межличностные отношения и согласованность поведения членов общества.

Четвертый – *структура религии(й)*, понимаемая как стандартный набор (если таковой имеется) ее необходимых элементов, компонентов.

Не в каждой *теории религии* представлены все четыре дискурса: например, если нормативный анализ религии обычно содержит положения о самобытности и функциональности религии, то позитивный не предписывает ей общие функции или структуры.

Одной из первых социологических теорий, в которой обозначенные дискурсы в той или иной мере получили отражение, была *теория секуляризации*. Она считала неизбежным исчезновение религии, пыталась объяснить процесс снижения значимости религии для индивидов и общества, переход от общества, обустроенного на религиозной традиции, к светской модели организации. Теория секуляризации прежде всего раскрывала причины потери религиозными организациями и религиозными лидерами политического влияния в европейских странах в процессе Реформации. К 60-м годам XX в. эта теория была интегрирована в более общую социологическую теорию модернизации, которая рассматривает развитие науки и технологий, распространение образования, рост доходов как факторы формирования культуры, в которой социальная роль религии должна снижаться<sup>2</sup>. Соответственно критика теории секуляризации прежде всего основывается на доказательстве отсутствия жесткой и прямой связи между модернизацией и снижением индивидуальной религиозности.

*Теория рационального выбора* (в определенной мере альтернативная теории секуляризации) явилась продуктом социоло-

<sup>2</sup> Аргументация, представленная в теории секуляризации, совершенствовалась Д. Хьюмом, Дж. Ст. Миллем, К. Марксом, М. Вэбером, Э. Дюркгеймом, З. Фрейдом и др. Доступный для русскоязычного читателя критический обзор становления и развития теории секуляризации представлен в статьях Р. Сафронова (2009), С. Опалева (2010).

экономического анализа религиозной сферы<sup>3</sup>, экономическая составляющая этого направления научной мысли разрабатывается в рамках *экономической теории (экономики) религии*.

Экономика религии – междисциплинарное исследование на основе методологии неоклассической экономической теории. Известный американский экономист Лоренс Яннаконе определяет экономику религии как направление позитивного экономического анализа, которое использует инструменты и методы экономической теории, чтобы изучить религию как переменную (эндогенную и экзогенную), испытывающую или оказывающую влияние на иные социально-экономические переменные (Iannaccone, 1998. Р. 1466).

Экономику религии следует отличать от того, что обычно называют «*религиозной экономикой*» (Там же). Последняя, опираясь на традиции веры, дает нормативный социальный комментарий относительно поведения экономических субъектов или экономических систем (подходы к кредиту, банковскому делу, финансам, перераспределению доходов, основанные на законах шариата (исламская экономика); христианские взгляды на капитализм и социализм, распределение доходов, налогообложение и др.; экономические взгляды, основывающиеся на иудаизме, буддизме и других религиях).

Современный социоэкономический анализ религии далек от представления о ней как исчезающем анахронизме «донаучных времен». Напротив, он пытается объяснить наблюдающееся в современном мире усиление (или, по крайней мере, сохранение на прежнем уровне) религиозной

составляющей человеческой жизнедеятельности<sup>4</sup>. Л. Яннаконе возражает против характеристики экономики как атеистической науки по определению, считающей, что религиозные верования и поведение не играют никакой роли в жизни *homo economicus*. Он полагает, что развитие экономики религии призвано похоронить два мифа: первый – о *homo economicus* как «холодном» творении, лишенном потребности и способности к благочестию; второй – о *homo religiosus* как нерациональном существе (Там же. Р. 1491–1492).

Утверждать, что религиозное поведение является чисто экономической (а не социологической или религиоведческой) проблемой, было бы, по меньшей мере, самонадеянно. Право же развивать такие направления исследований, как экономика религии, или экономика семьи, экономика терроризма и т. п., основано на способности экономической науки находить предмет исследования в «чужеродном» объекте с помощью собственного языка описания (концептуализации).

Экономическая теория, используя свой уникальный когнитивный стиль (преимущественно опции микроэкономики), выявляет объект изучения (религиозное поведение) в собственной системе различий: анализирует поведение потребителей религиозных услуг (домашних хозяйств), их производителей (домохозяйств и религиозных организаций), функционирование религиозных рынков и их государственное регулирование, рассматривает религиозное благо как разновидность смешанного общественного блага и т. п.

Можно выделить следующие основные теоретические подходы, разрабатываемые экономикой религии:

*теория потребления религиозных благ домашними хозяйствами*, в основе которой – микроэкономическая теория поведения потребителя;

<sup>3</sup> Теория рационального выбора опиралась на подход, впервые предложенный еще А. Смитом в «Исследовании о природе и причинах богатства народов», который рассматривал эгоизм в качестве мотивирующего фактора деятельности как светских людей, так и служителей церкви. Он полагал, что в условиях рынка церковь функционирует на тех же рыночных принципах, что и светские компании, а тип рыночной структуры (конкуренция, монополия) и степень государственного регулирования воздействуют на религию так же, как и на любой другой сектор экономики. Теория рационального выбора получила развитие в работах С. Уорнера (Warner, 1993), Р. Старка, В. Бейнбриджа (Stark, Bainbridge, 1987), Р. Финке (Stark, Finke, 2000), Л. Яннаконе и др. В русскоязычной литературе серьезный обзор теории рационального выбора (глазами социолога) представлен в статье Е. Руткевич (2013).

<sup>4</sup> Данные по 230 странам и территориям показали, что в 2010 г. более 5,8 млрд взрослых и детей (84% населения мира) в той или иной форме были вовлечены в религиозную деятельность (A Report on the Size and Distribution of the World's Major Religious Groups as of 2010. The Global Religious Landscape. Pew Forum on Religion and Public Life. URL: <http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-exec/>).

*теория «домашнего производства» религиозных благ* – базируется на теории потребления (теории распределения времени) Г. Беккера<sup>5</sup>: в ней домохозяйства рассматриваются не только как потребительские, но и как производственные единицы, создающие экономические блага (в том числе религиозные) с использованием имеющихся у них ограниченных ресурсов (прежде всего комбинируя денежные затраты с затратами времени);

*теория религиозного капитала* человека (накопленный запас религиозных знаний, навыков, взаимного доверия и дружбы между членами данной религиозной группы) – основывается на теории человеческого капитала Г. Беккера. Религиозный капитал человека создается в процессе семейного воспитания и участия индивида в религиозной деятельности и используется в будущем производстве религиозных ценностей (Iannaccone, 1990. P. 297). Если человеческий капитал окупается в течение жизни, то ценность религиозного капитала может резко увеличиться после физической смерти;

*теория производства религиозных благ* вне домашних хозяйств, когда *религиозная организация рассматривается либо как стандартная неоклассическая фирма*, которая «производит» и «продает» религиозные товары и услуги с целью максимизации прибыли (поиска ренты, максимизации числа прихожан) (Finke, Stark, 2005; Ekelund, Hebert, Tollison, Anderson, Davidson, 1996; Iannaccone, 1991, 1998), либо как *некоммерческая организация*, максимизирующая меру благочестия ее участников и стремящаяся к нулевой экономической прибыли;

*теория рыночных структур на религиозных рынках* (основывается на микроэкономической теории отраслевых рынков)<sup>6</sup>: если государством выделяется доминирующая религия (религиозная фирма), а ста-

тус учения объявляется официальным, то моделируется поведение церкви как монополиста (или олигополиста); если допустима многоконфессиональность и конкуренция в предоставлении религиозных услуг, то рассматривается случай монополистической конкуренции (Chaves, Cann, 1992; Eswaran, 2011);

*теория религиозной услуги как «клубного блага»* (которое потребляется коллективно и обладает свойствами смешанного общественного блага): экономические субъекты объединяются в группы («клубы»), чтобы совместно финансировать создание религиозных благ (Ekelund, Hebert, 2010);

*теория асимметричности информации* у субъектов религиозного рынка: потребление большинства религиозных благ потенциально рискованно, поскольку получение ожидаемого эффекта от них основывается на вере (личного опыта недостаточно, чтобы оценить религиозные блага, получаемые после смерти);

*теория религиозного портфеля*, обосновывающая стандартную стратегию поведения в условиях неопределенности и риска, – риск, связанный с потреблением религиозных благ, можно уменьшить, если направлять инвестиции на приобретение разнообразных активов (Miller, Hoffmann, 1995);

*теория государственного регулирования и религиозного плюрализма*: вопрос о влиянии государства на религиозный рынок связан с поиском эффективной рыночной структуры. С одной стороны, вмешательство государства, принуждающего поддерживать официальную религию, препятствует свободному инвестированию в религиозный капитал, что негативно сказывается на качестве религиозного продукта; с другой стороны, чем меньше вмешательство государства в религиозную деятельность, тем больший плюрализм наблюдается в этой сфере, растет конкуренция между религиозными организациями, улучшается качество религиозных услуг (Chaves, Cann, 1992; Chaves, Gorski, 2001);

*анализ взаимовлияния религии и экономического развития (экономического роста)*: с одной стороны, религиозность людей рассматривается как эндогенная переменная, на которую влияют такие факторы экономического развития, как уровень образова-

<sup>5</sup> Беккер отвергает жесткое разделение (дихотомию) между работой и досугом. Нерабочее время не является полностью свободным, поскольку частично посвящается «домашнему хозяйствованию». Поэтому важно различать товары, приобретаемые на рынке, и «потребительские блага», производимые семьей и увеличивающие ее суммарную полезность (Becker, 1965).

<sup>6</sup> Для экономической теории религии характерно многообразие подходов к анализу функционирования религиозных организаций (Kumar, 2008. P. 18).

ния, урбанизация, продолжительность жизни, количество детей в семье и др.; с другой стороны, религия рассматривается как экзогенная переменная, воздействующая на экономическое развитие (Barro, McCleary, 2003; McCleary, Barro, 2006). Данный анализ призван подтвердить или опровергнуть основные выводы теории секуляризации;

*исследование причинной связи между здоровьем и религиозностью* (наряду с такими факторами, как доход, образование, возраст и пол), осуществленное Нобелевским лауреатом Ангусом Дитоном, который считает, что анализ следует начинать на индивидуальном уровне, а затем, с большой осторожностью, переходить к агрегированию индивидуальных данных: без углубления в детали могут быть получены ложные результаты (Deaton, 2011) и др.

### Операционализация

Понятия экономики религии должны одновременно отвечать двум условиям: максимально отражать содержание выстраиваемой теоретической схемы и быть наблюдаемыми, измеряемыми. Эти понятия соответствуют определенным терминам вне экономического дискурса (категориальному аппарату социологии религии и религиоведения): религиозная вовлеченность индивидов (семей) трактуется как потребление (спрос) или производство (предложение) частных или «клубных» религиозных благ домашними хозяйствами; религиозные обязательства, которые люди берут на себя в рамках того или иного вероисповедания, рассматриваются как издержки, а трансцендентные обещания, материальная помощь, дружеские отношения и др. – как выгоды; накопленный запас религиозных знаний, навыков, взаимного доверия и дружбы между членами религиозной группы составляет религиозный капитал; религиозная организация – это фирма-производитель религиозных благ; понятие религиозной группы соотносится с понятием группы с особыми интересами (группы давления), а проблема ее сплоченности анализируется как проблема «безбилетников»; взаимодействие религиозных организаций и индивидов рассматривается как взаимодействие потребителей и производителей

религиозных благ на религиозном рынке; религия(и), которой(ым) придан официальный статус – это монополистический (олигополистический) тип рыночной структуры; многоконфессиональность трактуется как монополистическая конкуренция; уровень религиозного плюрализма соотносится с понятием степени монополизации религиозного рынка; конгрегация – это франчайзинговая организация; проблема трансцендентности сущности и содержания религии интерпретируется как проблема асимметричности информации на религиозном рынке и т. п.

Методологическая особенность современного экономического подхода к религиозному поведению заключается в рассмотрении последнего не как иррационального явления, противоречащего науке, но напротив – как *рационального и сознательного выбора индивидов*. Человек осуществляет свой религиозный выбор, пытаясь соотнести выгоды и издержки от общения со сверхъестественными силами (Stark, Finke, 2000). Под издержками понимаются религиозные обязательства в рамках того или иного вероисповедания, под выгодами – отсроченные трансцендентные обещания или взаимопомощь и доверие между членами религиозной группы. Взаимоотношения между религиозными организациями (фирмами), формирующими предложение религиозных благ, и домашними хозяйствами, также участвующими в производстве этих благ и предъявляющими спрос на них, происходят на религиозном рынке. Деятельность производителей религиозных услуг отождествляется с функционированием репрезентативной фирмы, стратегия поведения которой обусловлена вариативностью целевой функции и степенью конкуренции на религиозном рынке. Устойчивость религиозных предпочтений связывается со спецификой религиозного капитала (знаниями человеком религиозной доктрины и религиозных ритуалов)<sup>7</sup>. Накопление

<sup>7</sup> Известно, что на протяжении своей жизни люди могут менять существенным образом характер и уровень своего религиозного участия или даже принадлежность к определенной религии. Основываясь на предположении Беккера об устойчивом характере предпочтений людей, теория рационального выбора связывает это не с модификациями в поведении людей, а с изменениями издержек, выгод, технологий, количества ресурсов и т. п.

религиозного капитала, в силу его неконвертируемости, сужает религиозный выбор, поскольку при переходе человека в другую конфессию религиозный капитал может быть потерян.

Без наблюдаемости и измеримости данных понятий, их количественной интерпретации экономический анализ религиозной сферы крайне ограничен. Экономика и социология религии предложили ряд показателей религиозной деятельности.

К показателям религиозного участия относят время, которое домашние хозяйства посвящают религиозным действиям (прежде всего, время на посещение или количество посещений церкви) и денежные пожертвования религиозным организациям. Время, которое люди посвящают религиозным действиям, способствует их благочестию, а деньги, которые они жертвуют своей церкви, обеспечивают функционирование последней.

Важным индикатором степени конкуренции на религиозном рынке является показатель религиозного плюрализма, который рассчитывается как индекс Герфиндаля, равный сумме квадратов долей приверженцев различных религиозных объединений на религиозном рынке (Iannaccone, 1991. P. 164, 166).

Международные индексы регулирования религиозной сферы позволяют получить данные о межстрановых различиях в уровнях регулирования религии (Chaves, Cann, 1992; Chaves, Gorski, 2001). Индекс государственного регулирования религии оценивает любые законодательные акты, государственную политику или административные действия, касающиеся религиозной сферы: наличие одной или нескольких официальных религий, участие государства в выдвижении религиозных лидеров, другие меры правительственного контроля над работой религиозных миссий. Индекс государственного благоприятствования отдельной религии (или нескольким религиозным направлениям) отражает специальные привилегии: государственное субсидирование религиозной деятельности, налоговые льготы, финансирование капитальных затрат церкви и т. п. Индекс социального регулирования религии отражает воздействие на религиозную деятельность факторов, не

связанных с вмешательством государства: ограничения со стороны других религиозных групп или культурных традиций страны (Grim, Finke, 2006).

Источниками анализа взаимовлияния религии и экономического развития (роста), причинной зависимости здоровья от религиозности являются международные данные по посещению храмов и религиозным верованиям, содержащиеся в *Gallup World Poll (GWP)*, *World Values Surveys (WVS)*, *International Social Survey Programme (ISSP)* и др. (Barro, McCleary, 2003. P. 5; Deaton, 2011. P. 237).

### Апробация

Следующий этап экономического анализа религиозной сферы – проверка «работоспособности» предложенных экономической религии понятий и индикаторов. Его отличительной характеристикой является разработка экономико-математических моделей для объяснения и прогнозирования изменений в предмете исследования.

Базовая модель потребительского выбора на религиозных рынках представлена К. Аззи и Р. Эренбергом (Azzi, Ehrenberg, 1975)<sup>8</sup>. По сути, это – межвременная модель поведения домашнего хозяйства, максимизирующего полезность с учетом его вовлеченности в религиозную деятельность, допускающая расширенную трактовку жизненного цикла домашнего хозяйства с включением в него «загробной (вечной) жизни»<sup>9</sup>.

Рассмотрение религиозных благ как одних из многих экономических благ, на которые домашние хозяйства предъявляют спрос, позволяет анализировать религиозное участие как стандартную проблему потребитель-

<sup>8</sup> Яннаконе характеризует эту модель как «провокационную» (возбуждающую интерес к проблеме) в смысле высокой новизны представленных в ней подходов к пониманию религии на основе экономического анализа (Iannaccone, 1998. P. 1479).

<sup>9</sup> Первым, кто фактически применил межвременной анализ поведения потребителей религиозных благ (правда, для доказательства теории секуляризации), был Дж.Ст. Милль: люди несчастны, поскольку бедны, и обещанная религией вечная жизнь повышает их счастье; но если улучшается образование, увеличиваются доходы, социальная терпимость и политические свободы, люди в меньшей мере нуждаются в религии, поскольку их счастье растет уже сегодня (Deaton, 2011. P. 239).

ского выбора: при существовании ограничений по ресурсам (время и деньги) необходимо определить их количество, которое будет направлено домашними хозяйствами на религиозное участие, чтобы обеспечить максимизацию суммарной полезности от потребления светских и религиозных благ.

Особенность большинства религиозных благ заключается в том, что их нельзя отождествлять с материальными товарами (автомобили, компьютеры) или коммерческими услугами (банковское дело); они относятся, как отмечал Беккер, к товарам и услугам, которые семьи производят для собственного потребления. Поэтому модель Аззи-Эренберга является моделью *производства и потребления* религиозных благ домашними хозяйствами.

Использование данной модели для анализа религиозной сферы представляется экономистам логичным, поскольку участие домашних хозяйств в религиозных действиях связано с затратами времени. Модель определяет факторы, влияющие на степень религиозности индивидов: альтернативные издержки времени, половые различия, величина дохода, принадлежность к определенной расе или общественной группе, уровень образования.

К. Аззи и Р. Эренберг выделили три побудительных мотива посещения церкви и других форм религиозного участия – «мотив спасения» (ожидаемое «потребление загробной жизни» в качестве основной цели религиозного участия); «мотив потребления» (удовлетворение, получаемое от текущего посещения церкви) и «мотив социального давления» (например, когда посещение церкви непосредственно увеличивает шансы на успех в определенном бизнесе). В большинстве исследований, применяющих модель Аззи-Эренберга, акцент делается на мотивах спасения и потребления. Мотив социального давления игнорируется, что допустимо при анализе религиозной деятельности индивидов в западных странах, но не всегда обоснованно для восточных: в последних свободный выбор религии зачастую означает невозможность жить там, где родился (Azzi, Ehrenberg, 1975. P. 32).

Расширением модели Аззи-Эренберга является включение в нее «религиозного

капитала человека». Качество религиозной продукции напрямую зависит от уровня религиозного капитала.

Поскольку Аззи и Эренберг не обращают внимания на существование церкви (в их модели религиозное производство осуществляется на уровне индивидов или домашних хозяйств), постольку дальнейшее развитие экономики религии связано с перемещением анализа от индивидов и домохозяйств к учреждениям и группам (фирмам или «клубам»), участвующим в производстве религиозных услуг.

В модели монополии как основной модели неконкурентного религиозного рынка монополистическая церковь максимизирует экономическую прибыль (политическую ренту) или число прихожан, ограничивая уровни производства религиозной продукции и завышая цены на нее. Модель может быть расширена обычными способами путем допущения ценовой дискриминации (Ekelund, Hebert, Tollison, 1989. P. 159, 160; Розанова, 2005).

Разработан ряд моделей конкурентного (плюралистического) религиозного рынка. К ним относятся модели *монополистической конкуренции, конгрегаций как франчайзинговых организаций*. В отличие от религиозной монополии, которая связана с государственным регулированием и управляется религиозной бюрократией, конкурентоспособные религиозные рынки характеризуются независимыми конгрегациями (по своей природе – монополистические конкуренты, производящие дифференцированную продукцию), которые нанимают собственное духовенство. Духовенство на конкурентном рынке ответственно непосредственно перед прихожанами и таким образом склонно быть более чувствительным к их религиозным потребностям. Конгрегациям в пределах одного религиозного течения свойственно формирование головной организации (аналог промышленной группы), которая будет представлять их общие интересы в обществе.

Рассматривая религиозное поведение как случай рационального выбора, а не как исключение из него, экономический подход с позиции методологического индивидуализма и рационального выбора утверждает, что



религиозный плюрализм ведет к увеличению религиозности (росту религиозных благ и снижению цен на них): множественность конфессий на религиозном рынке способствует разнообразию предложения и увеличивает шансы максимального удовлетворения религиозного спроса со стороны потребителей<sup>10</sup>.

*Модель религиозной услуги как «клубного блага»* анализирует поведение религиозных групп с общими интересами: проблема заключается в определении числа членов группы и объема производимого «клубного блага», чтобы обеспечить участие всех членов «клуба» в производстве блага и максимизировать их полезность. Размер группы с особыми интересами не может быть слишком мал (иначе издержки каждого члена резко возрастут), но и слишком велик (иначе выгоды каждого от потребления «клубного блага» значительно снизятся). Неизбежно возникающая проблема «безбилетников» (желание у отдельных потребителей пользоваться благом бесплатно) решается религиозной организацией при помощи «процедуры отсеивания» прихожан с низким уровнем участия, что повышает совокупную полезность религиозной группы (Ekelund, Hebert, 2010).

*Модель асимметричности информации* раскрывает возможные пути минимизации негативных последствий асимметрии для функционирования религиозного рынка и религиозных групп (Eswaran, 2011).

Исследования Барро и Макклири, Дитона, с одной стороны, раскрывают факторы, влияющие на религиозность, а с другой – устанавливают влияние религиозности на различные аспекты жизни общества. Например, Дитон анализирует причинную связь здоровья с религией, доходом, образованием, возрастом и полом: вначале оценка дается по каждой стране, затем рассматриваются межстрановые различия (Deaton, 2011).

### **Интерпретация**

Модель Аззи-Эренберга с различными модификациями успешно используется для проверки и интерпретации эмпирических зависимостей, установленных социологами:

<sup>10</sup> В классической теории секуляризации, напротив, религиозный плюрализм рассматривается зачастую как фактор, ведущий к потере последователями религиозных движений уверенности в истинности их веры и переходу от религиозности к нерелигиозности.

женщины в большей мере вовлечены в религиозную жизнь, чем мужчины<sup>11</sup>; посещение церкви имеет тенденцию увеличиваться с возрастом (хотя в возрасте до 30–35 лет и в чрезвычайно пожилом возрасте снижается); нет четкой зависимости между принадлежностью к социальной группе и посещением церкви; посещение церкви выше в сельских районах, чем городских. Модель ни в коей мере не объясняет саму религиозную веру, а интерпретирует поведение домашних хозяйств, распределяющих время и деньги для религиозных и иных действий (Azzi, Ehrenberg, 1975. P. 32).

Модель Аззи-Эренберга связывает различия в вовлеченности в религиозную деятельность мужчин и женщин с разницей в их заработной плате и, следовательно, с альтернативными издержками времени, потраченного ими на религиозные действия. Рост заработной платы уменьшает время, посвященное религиозному участию (интерпретированному частотой посещения церкви), поэтому люди с низкой альтернативной стоимостью времени предпочтут инвестировать в религию больше времени и меньше – денег<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> И с возрастом, как показывает эмпирический анализ А. Дитона, различия в религиозности женщин и мужчин увеличиваются. Он также исследует эти различия в странах с низкими и высокими средними доходами и находит, что женщины религиознее мужчин в странах с высокими доходами, а в африканских странах (где женщины часто – материальная опора семьи) наблюдается наименьший разрыв. Дитон также отмечает, что, по-видимому, женщины оценивают загробную (вечную) жизнь выше, чем мужчины (Deaton, 2011. P. 246, 247).

<sup>12</sup> Есть и иное объяснение данному явлению: поскольку мужчины (особенно молодые) более склонны к риску, нежели женщины, постольку они скорее примут нерелигиозность как форму поведения, хотя долгосрочные последствия для них могут быть катастрофическими. В религиях, которые не угрожают вечным наказанием за безбожие, гендерный разрыв в религиозности меньше (Miller, Hoffmann, 1995). Дитон отмечает, что различия в религиозности мужчин и женщин еще требуют адекватного истолкования, но и теория более высокого дохода, и теория риска дают вполне обоснованные объяснения (Deaton, 2011. P. 261). Впрочем, эмпирические исследования отдельных авторов (Албрич, Уоллес) ставят под сомнение связь возрастных изменений в религиозном участии с ожиданием загробной (вечной) жизни, или объяснение высокой религиозности женщин их относительно низкой заработной платой (Iannaccone, 1998). Но это ни в коей мере не снижает полезность самой модели, а лишь указывает на необходимость ее совершенствования. Модель Аззи-Эренберга по-прежнему остается базовой для изучения религиозного поведения людей. Более поздние исследования расширяют ее границы, делая акцент не на ожиданиях вечной жизни, а на более широком диапазоне факторов религиозной деятельности (моральные идеалы, идентичность группы, социальный статус, взаимопомощь и др.).

Так, увеличение уровня безработицы снижает альтернативную стоимость времени для человека и способствует росту числа посещений церкви (Там же, 1975. Р. 51–52).

Рост доходов семьи по мере продвижения ее по жизненному циклу изменяет профиль религиозного участия: оно обнаруживается больше в денежных пожертвованиях, нежели в участии по существу (в посещении церкви)<sup>13</sup>. Именно поэтому более богатые конгрегации выбирают методы взаимодействия с прихожанами, экономящие время последних, но предполагающие большие денежные пожертвования (уменьшение продолжительности службы, использование в большей степени профессионального высокооплачиваемого штата) (Iannaccone, 1990. Р. 309).

Л. Яннаконе включил в модель Аззи-Эренберга религиозный капитал, что позволило объяснить ограниченную возможность людей менять религиозный выбор (при этом молодые люди более склонны к изменению религиозных предпочтений, нежели пожилые, поскольку они сделали меньше религиозных инвестиций), более низкую степень участия в религиозной жизни семейных пар с разными религиозными предпочтениями (Iannaccone, 1997).

Еще один набор предсказаний касается распределения религиозных вкладов в рамках конгрегаций и среди всего населения. Исследования раскрыли удивительную особенность церковных пожертвований: двадцать процентов верующих обеспечивают до восьмидесяти процентов финансовой поддержки в большинстве конгрегаций (Hoge, 1994). Данный «перекосяк» пытается объяснить теория «домашнего производства» религиозных благ. Такие издержки домашних хозяйств, как денежные вклады, зависят от двух отличных по природе факторов – величины дохода семьи и степени религиозности ее членов. Напротив, такие издержки, как расходование времени, выделенное на посещение церкви, зависят главным образом от одного фактора – степени религиозности.

Модель религиозного капитала позволяет сделать предсказания относительно

<sup>13</sup> Однако такие изменения тем меньше, чем сильнее вера людей в вечную жизнь: ее ожидания увеличивают религиозное участие с возрастом.

сектантской подвижности, религиозных смешанных браков, религиозного воспитания, влияния на религиозность возрастных отличий. Например, данная модель предсказывает, что религиозная мобильность выше в молодом возрасте, но для любых возрастных групп будет низкой, особенно если религиозные традиции в рамках возможных альтернатив существенно различаются, поскольку большинство людей накапливает значительный религиозный капитал еще в детстве, под влиянием родителей. Мобильность для христиан будет выше, если в качестве альтернативы рассматриваются различные христианские течения, что обеспечивает относительную сохранность религиозного капитала (ценность предыдущих религиозных инвестиций). По этой же причине религиозный смешанный брак будет прежде всего заключаться между партнерами, религиозный капитал которых служит дополнением их собственному. Религиозные люди склонны накапливать религиозный капитал по мере старения, и это приводит к увеличивающемуся с возрастом религиозному участию, хотя и сопровождается изменением его форм<sup>14</sup> (Iannaccone, 1990).

Модель асимметричности информации на религиозном рынке показывает, что снижение издержек от асимметрии возможно, когда религиозная информация распространяется уважаемыми и лично знакомыми людьми, которые не извлекают выгоды для себя от такой деятельности. Именно поэтому партнеры по коллективным религиозным действиям пользуются большим доверием, нежели представители духовенства, поскольку имеют меньше стимулов преувеличивать выгоды религии, так как их средства к существованию напрямую не зависят от «продажи» религиозных благ. Духо-

<sup>14</sup> Теория секуляризации также утверждает, что старшие поколения более религиозны, нежели молодые, но объясняет это не накоплением религиозного капитала, а историческим процессом снижения религиозности общества в целом в связи с модернизацией и ростом дохода (если верования людей не изменяются с возрастом, а молодые люди менее религиозны, то общая религиозность будет снижаться). Меньшая религиозность молодежи рассматривается как одно из доказательств этой теории. Но исследования Дитона не выявили очевидной связи между долгосрочным ростом доходов и возрастными различиями в религиозности, что играет против теории отделения церкви от государства (Deaton, 2011. Р. 237, 261).

венство в этом плане будет более убедительным, пока его материальное вознаграждение остается невысоким.

Анализ с точки зрения минимизации риска обмана потребителей религиозных услуг позволяет сформулировать отличительные особенности эффективных религиозных учреждений: их профессиональный штат должен быть минимальным, а финансовое вознаграждение штатных работников – низким и не зависящим прямо от религиозных пожертвований прихожан; коллективные действия верующих должны основываться на энтузиазме и преданности, а не каких-то материальных выгодах.

Коллективное производство религиозных благ («клубных» благ) уменьшает риск и поднимает ценность религиозных действий, если эффективно решается проблема «безбилетников». Анализ религиозной услуги как «клубного блага» позволил понять процесс появления и развития сект: чем меньше сектантская религиозная группа, тем эффективнее ею решается проблема «безбилетников», тем большую суммарную полезность получают ее участники (Aimone, Iannaccone, Makowsky, Rubin, 2013). Последнее объясняет, почему «строгие» секты выживают и процветают: их потенциальные прихожане поставлены перед жестким выбором: или участвовать в работе секты полностью, или никак; промежуточный уровень обязательств и участия не допускается. Многочисленные религиозные культы, преуспевание которых часто объясняется психическими патологиями людей, принудительным «промыванием мозгов», хорошо истолковываются с точки зрения теории групп давления с особыми интересами, когда проблема «безбилетников» эффективно решается через введение строгих поведенческих стандартов (требование самопожертвования и т. п.).

Применение индекса регулирования подтвердило зависимость посещаемости церкви от государственного регулирования религиозного рынка: в странах, где государственное регулирование отсутствует или сведено к минимуму, посещаемость храмов выше, чем в случае регулируемых религиозных рынков. Чем меньше государственный контроль над религией, тем выше уровень религиозности

в обществе. Но существует некое критическое значение уровня плюрализма («потолок»), превышение которого в дальнейшем никак не сказывается на показателях вовлеченности индивида в религиозную жизнь. Небольшие религиозные группы будут тем более активными и эффективными, чем меньшую долю рынка они занимают.

Анализ Р. Барро и Макклири взаимовлияния религии и экономического развития (экономического роста) показал, что отдельные факторы экономического развития по-разному влияют на религиозность:

наблюдается положительная связь между уровнем образования и религиозностью, и объясняется это тем, что существование сверхъестественных сил никогда не может быть доказано или опровергнуто, поэтому религиозность во многом определяется способностью индивида к абстрактному мышлению и теоретическим рассуждениям, что присуще образованным людям<sup>15</sup>;

существует отрицательная зависимость между уровнем урбанизации и степенью религиозности (количеством посещений церкви): во-первых, в сельских районах церковные организации более конкурентоспособны в сравнении с немногочисленными социальными учреждениями, выполняющими похожие функции; во-вторых, жители сельских районов испытывают большую экономическую неуверенность, поэтому потребность в религиозных благах у них выше;

установлена отрицательная зависимость между продолжительностью жизни и посещением церкви: люди считают возможным отсрочить участие в религиозных действиях, пока вероятность их смерти невысока;

семьи, имеющие много детей, чаще посещают церковь;

старые люди меньше посещают церковь, что связано с более высокими для них издержками посещения церкви.

*Анализ причинной связи между религией и здоровьем*, осуществленный А. Дитоном, показал, что во всех странах (и группах стран, разделенных по критерию дохода) религиозные люди обладают лучшим

<sup>15</sup> Напротив, эмпирический анализ Дитона показывает, что более образованные люди являются менее религиозными (Deaton, 2011. P. 246).

здоровьем. Этот «удивительно универсальный вывод» требует еще объяснения (Deaton, 2011. P. 254–261).

### **Промежуточные результаты междисциплинарного взаимодействия**

Применение экономической методологии на чужом объектном поле часто претендует на исключительность относительно иных возможных подходов к объяснению исследуемых явлений и процессов. Но в случае с экономикой религии ситуация иная: научный поиск, как правило, ведется без притязаний на эксклюзивность толкования феномена религиозного поведения.

Использование экономической аксиоматики в анализе религиозной сферы часто (не без основания) рассматривается как форма редукционизма, критикуется за прагматичный, утилитарный подход, отдающий приоритет рациональному поведению над ценностно ориентированным<sup>16</sup>. Однако экономическая теория религии ясно осознает свои эпистемические возможности и границы, предлагает уникальный язык, обогащающий междисциплинарную коммуникацию, задает новое социальное измерение, вскрывает действие экономических сил в религиозной области человеческой жизнедеятельности<sup>17</sup>.

Безусловно, слияние идей, методологических подходов, техник анализа, используемых в описании религиозной сферы, происходит постепенно. Позиции экономистов здесь не так прочны, как, например, в политологии или праве. При этом экономика религии непрерывно интегрирует в себя как новые достижения и наработки, появляющиеся внутри экономической науки, так тяготеет к использованию и адаптации исследовательских схем смежных наук.

Междисциплинарное взаимодействие проявляется не только в расширении пред-

<sup>16</sup> В экономике религии религиозная сторона человеческой жизнедеятельности рассматривается вне социального и культурного контекстов, обществу отводится незначительная роль, игнорируются религиозные различия и многообразие (Руткевич, 2013. С. 227).

<sup>17</sup> Теория рационального выбора как продукт междисциплинарного взаимодействия способствовала прекращению доминирования в социологии теории секуляризации, устранению недооценки религии в обществе, пересмотру отдельных положений постмодернистского мышления, основу которого составляет отрицание или ограничение роли рационализма в современной культуре (Там же).

мета экономической теории через объяснение мотивов, обоснование выбора и прогнозирование религиозного поведения индивидов и групп на основе исходной предпосылки о рациональности индивидов, но и отражается в конвергенции методологии экономики религии и социологии религии:

во-первых, в возможной комплементарности моделей человека: *Homo economicus* (в экономической теории – рациональный индивид, максимизирующий целевую функцию при ограниченных ресурсах) и *Homo sociologicus* (в социологии – исполнитель социальных ролей, синтезирующих индивидуальное и общественное). В результате формируется и применяется в анализе продуктивная абстракция *Homo religiosus*, описывающая поведение рационального индивида, действующего в рамках определенных религиозных институтов (правил и организаций)<sup>18</sup>;

во-вторых, рассмотрение религии как набора канонических правил (использование институционального подхода и в экономике религии, и в социологии религии) в рамках анализа «затраты-выгоды» позволяет объяснить, как осуществляется рациональный религиозный выбор с учетом индивидуальных предпочтений;

в-третьих, поскольку рациональное поведение связано с субъективными предпочтениями, реализация которых происходит в условиях асимметрии информации, постольку появляются неточные оценки последствий религиозной деятельности. Это объясняет «рациональный» выбор индивидами ложных вероучений и их приверженность к деструктивным сектам.

Использование экономических инструментов познания в религиозной сфере носит не всеохватывающий, а скорее проблемно-ориентированный характер: можно го-

<sup>18</sup> Развивается не только социология, но и экономическая теория. Наблюдается процесс, о котором в свое время писал Р. Коуз: междисциплинарный экономический анализ имеет значение, если он не только содействует развитию других научных дисциплин, но и помогает лучше понять работу экономической системы (Coase, 2010. P. 211). Результаты исследований в области экономики религии сегодня в той или иной степени интегрированы в социологию (хотя и оцениваются ею неоднозначно) и важнейшие разделы общей экономической теории (микроэкономику, экономику общественного сектора, экономику труда, экспериментальную экономику, макроэкономику, экономическую историю и экономику развития) (Iyer, 2015. P. 1).

ворить не об универсальности, а о контекстуальности экономического метода, который позволяет, как минимум, расширить рамки анализа и получить приращение нового знания.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

- Автономов В.С.** 1998. *Модель человека в экономической науке*. СПб.: Экономическая школа, 230 с. [Avtonomov V.S. 1998. *Model of Human in Economics*. St.Petersburg: Ekonomicheskaya shkola. 230 p. (In Russ.)]
- Беккер Г.** 1993. Экономический анализ и человеческое поведение. *THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем*. Москва: Начала-Пресс. Вып. 1. С. 24–40. [Bekker G. 1993 Economic Analysis and Human Behavior. *THESIS: teoriya i istoriya ekonomicheskikh i social'nih institutov i sistem*. Moscow: Nachala-Press. No 1. PP. 24–40 (In Russ.)]
- Бьюкенен Дж.** 1997. *Конституция экономической политики*. Москва: Таурис Альфа. 558 с. [Buchanan J. 1997. *The Constitution of Economic Policy*. Moscow: Taurus Alfa. 558 p. (In Russ.)]
- Грин Д.П., Шапиро И.** 1994. Объяснение политики с позиции теории рационального выбора: почему так мало удалось узнать? *Полис. Политические исследования*. № 3. С. 59–84. [Green D.P., Shapiro I. 1994. Rational Choice Explanation of Politics: Why Has So Little Been Learned? *Polis. Politicheskie issledovaniya*. No 3. PP. 59–84. (In Russ.)]
- Олсон М.** 1995. *Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп*. Москва: Фонд экономической инициативы. 174 с. [Olson M. 1995. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Moscow: Fond ekonomicheskoi iniciativy. 174 p. (In Russ.)]
- Опалев С.А.** 2010. Критика теории секуляризации в теории рационального выбора. *Религиоведческие исследования*. № 3–4. С. 170–189. [Opalev S. A. 2010. *Criticism of secularization theory in rational choice theory*. *Religiovedcheskie issledovaniya*. Vol. 3–4. PP. 170–189. (In Russ.)]
- Розанова Н.М.** 2005. Экономический анализ института церкви. *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. № 3(3). С. 24–36. [Rozanova N.M. 2005. Economic Analysis of Church Institute. *Ekonomicheskii vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta*. No 3. PP. 24–36 (In Russ.)]
- Руткевич Е.Д.** 2013. «Новая парадигма» в социологии религии: Pro et Contra. *Вестник Института социологии*. № 6. С. 207–233. [Rutkevich E.D. 2013. «The New Paradigm» in the Sociology of Religion: Pro et Contra. *Vestnik Instituta Sociologii*. No 6. P.3. 207–233. (In Russ.)]
- Сафронов Р.** 2009. Современные социологические теории религии в США и Европе. *Религиоведческие исследования*. №1–2. С. 24–44. [Safronov R. 2009. Modern Sociological Theory of Religion in the United States and Europe. *Religiovedcheskie issledovaniya*. No 1–2. PP. 24–44. (In Russ.)]
- Цебелис Д.** 1997. *В защиту теории рационального выбора. Современная сравнительная политология: хрестоматия*. Москва: Московский научный общественный фонд. 378 с. [Cebelis D. 1997. *In Defense of Rational Choice Theory. Modern comparative political science: anthology*. Moscow: Moskovskii nauchnyi obschestvennyi fond. 378 p. (In Russ.)]
- Aimone J.A., Iannaccone L.R., Makowsky M.D., Rubin J.** 2013. Endogenous Group Formation via Unproductive Costs. *Review of Economic Studies*. Vol. 80. No 4. PP. 1215–1236.
- Azzi C., Ehrenberg R.G.** 1975. Household Allocation of Time and Church Attendance. *Journal of Political Economy*. Vol. 83. No 1. PP. 27–56.
- Baert P., da Silva F.C.** 2010. *Social Theory in the Twentieth Century and Beyond*. Cambridge and Malden, Massachusetts: Polity Press. 319 p.
- Barro R.J., McCleary R.M.** 2003. Religion and Economic Growth across Countries. *American Sociological Review*. Vol. 68. No 5. PP. 760–781.
- Becker G.** 1965. Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*. Vol. 75. No 299. PP. 493–517.
- Chaves M., Cann D.E.** 1992. Regulation, Pluralism, and Religious Market Structure: Explaining Religion's Vitality. *Rationality and Society*. Vol. 4. No 3. PP. 272–290.
- Chaves M., Gorski P.S.** 2001. Religious Pluralism and Religious Participation. *Annual Review of Sociology*. Vol. 27. PP. 261–281.
- Coase R.H.** 1978. Economics and Contiguous Disciplines Source. *The Journal of Legal Studies*. Vol. 7. No 2. PP. 201–211.
- Deaton A.** 2011. Ageing, Religion and Health. *Explorations in the Economics of Aging*. Chicago: University of Chicago Press for NBER. PP. 237–262.
- Downs A.** 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row. 310 p.
- Ekelund R.B., Hebert R.F., Tollison R.D.** 1989. An Economic Model of the Medieval Church: Usury as a Form of Rent Seeking. *Journal of Law, Economics, and Organization*. Vol. 5. No 2. PP. 307–331.
- Ekelund R.B., Hebert R.F.** 2010. Interest Groups, Public Hoice and the Economics of Religion. *Public Choice*. Vol. 142. No 3–4. PP. 429–436.
- Ekelund, R.B., Hebert R.F., Tollison R.D., Anderson G.M., Davidson A.B.** 1996. Sacred Trust: The Medieval Church as an Economic Firm. *Oxford University Press*. New York. 211 p.

- Eswaran M.** 2011. Competition and Performance in the Marketplace for Religion: A Theoretical Perspective. *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*. Vol. 11. No 1. PP. 1–36.
- Finke R., Stark R.** 2005. The Churching of America, 1776–2005: Winners and Losers in Our Religious Economy. *Rutgers University Press*. New Brunswick, New York, London. 349 p.
- Grim B.J., Finke R.** 2006. International Religion Indexes: Government Regulation, Government Favoritism, and Social Regulation of Religion. *Interdisciplinary Journal of Research on Religion*. Vol. 2. URL: <http://www.religionjournal.com/>
- Hoge R.** 1994. Introduction: The Problem of Understanding Church Giving. *Review of Religious Research*. Vol. 36. No 2. PP. 101–110.
- Iannaccone L.R.** 1990. Religious Practice: A Human Capital Approach. *Journal for the Scientific Study of Religion*. Vol. 29. No 3. PP. 297–314.
- Iannaccone L.R.** 1991. The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion. *Rationality and Society*. Vol. 3. No 2. PP. 156–177.
- Iannaccone L.R.** 1997. Skewness Explained: a Rational Choice Model of Religious Giving. *Journal for the Scientific Study of Religion*. Vol. 36. No 2. PP. 141–157.
- Iannaccone L.R.** 1998. Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*. Vol. 36. No 3. PP. 1465–1495.
- Iyer S.** 2015. The New Economics of Religion. *Discussion Paper* No. 9320. URL: <http://ftp.iza.org/dp9320.pdf/>
- Kumar V.** 2008. A Critical Review of Economic Analyses of Religion. *Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai*. URL: <http://www.igidr.ac.in/pdf/publication/WP-2008-023.pdf/>
- McCleary R.M., Barro R.J.** 2006. Religion and Economy. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 20. No 2. PP. 49–72.
- Miller A.S., Hoffmann J.P.** 1995. Risk and Religion: An Explanation of Gender Differences in Religiosity. *Journal for the Scientific Study of Religion*. Vol. 34. No 1. PP. 63–75.
- Stark R., Bainbridge W. S.** 1987. A Theory of Religion. *Toronto Studies in Religion*. Vol. 2. New York: Peter Lang. 386 p.
- Stark R., Finke R.** 2000. *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: Univ. of California Press. 343 p.
- Stausberg M.** 2009. An Introduction to Contemporary Theories of Religion. *Contemporary Theories of Religion: A Critical Companion*. London, New York: Routledge. 309 p.
- Warner S.R.** 1993. Work in Progress Toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States. *American Journal of Sociology*. Vol. 98. No 5. PP. 1044–1093.

In citation: *Belorusskii Ekonomicheskii Zhurnal*. 2016. No 2. P. 68–81.

*Belarusian Economic Journal*. 2016. No 2. P. 68–81.

## ECONOMICS OF RELIGION: OUTLINES OF INTERDISCIPLINARY INTERACTION

Viktor Vorobiev, Sergey Kristinevich<sup>1</sup>

*Authors affiliation:* <sup>1</sup>Belarus State Economic University (Minsk, Belarus).

*Corresponding authors:* Victor Vorobiev (vorobiev\_v@bseu.by).

**ABSTRACT.** The article deals with the opportunities and limitations of using economic approach as a tool for interdisciplinary cognition based on the example of the religious sphere research. Causes of the religious behavior are explained from the perspective of rational choice theory, interdisciplinary relations between economics and sociology of religion as well as religious studies are revealed.

**KEYWORDS:** interdisciplinary approach, economics of religion, religious behavior, religious markets.

**JEL-code:** A12, B41, D71, Z12.

*Received 8.02.2016 г.*

