

TÔN GIÁO VÀ SỰ MỞ RỘNG KHÔNG GIAN KINH TẾ

Tóm tắt: Tôn giáo và kinh tế luôn có mối quan hệ tác động qua lại với nhau. Khi xem xét tôn giáo như một biến số độc lập tác động đến kinh tế, các nhà nghiên cứu thường quan tâm trả lời câu hỏi: tôn giáo có thể thúc đẩy hay kìm hãm sự phát triển kinh tế như thế nào? Bài viết này sẽ trình bày một số lý thuyết liên quan đến mối quan hệ giữa tôn giáo với kinh tế, đồng thời vận dụng mô hình “thị trường tôn giáo” để tìm hiểu mối quan hệ giữa tôn giáo với phát triển kinh tế ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: Kinh tế hóa tôn giáo; tâm linh; thế tục; thị trường tôn giáo.

Tôn giáo có sự tác động như thế nào đến sự phát triển kinh tế của các quốc gia hay khu vực? Câu hỏi này đã tìm được lời giải đáp từ những năm 1990 khi các nhà nghiên cứu và các tổ chức quốc tế khẳng định tôn giáo có vai trò quan trọng trong thúc đẩy sự phát triển kinh tế thông qua việc kết nối các hoạt động kinh tế giữa các cá nhân trong một mạng lưới nơi họ có cùng niềm tin hay thực hành tôn giáo, đồng thời giúp thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển kinh tế thông qua việc tác động đến niềm tin và giá trị tôn giáo. Tuy nhiên, sự phát triển và thay đổi các nhu cầu tôn giáo trong nhiều thập niên gần đây lại đưa các nhà khoa học tìm đến một câu hỏi mới, đó là liệu chúng ta có thể tiếp cận việc phát triển hay lớn mạnh của một tôn giáo cụ thể nào đó dưới góc độ lý thuyết cung cầu của các nhà kinh tế học? Và liệu sự thay đổi nhu cầu tôn giáo theo hướng chuyển từ sự quan tâm đến những vấn đề tâm linh sang giải

* Học viện Chính trị khu vực 4.

Ngày nhận bài: 01/7/2020; Ngày biên tập: 03/8/2020; Duyệt đăng: 17/8/2020.

quyết nhu cầu thế tục có tạo ra một sự kết nối nào giữa không gian tôn giáo với các hoạt động kinh tế? Trong bài viết này, mối quan hệ giữa tôn giáo và phát triển kinh tế không được tiếp cận dưới góc độ là sự tác động của niềm tin hay giá trị tôn giáo đến việc thúc đẩy phát triển kinh tế như trong các công trình nghiên cứu kinh điển liên quan đến chủ đề này, mà tác giả vận dụng mô hình “thị trường tôn giáo” được Roger Finke và Rodney Stark đưa ra từ năm 1992 và cách tiếp cận “kinh tế hóa tôn giáo” để đề cập đến việc kết nối các không gian tôn giáo với việc mở rộng các hoạt động kinh tế, cũng như các khía cạnh kinh tế của hoạt động tâm linh.

1. Chuyển biến trong các tôn giáo và mối quan hệ của nó với kinh tế

Khi phân tích sự chuyển biến của các tôn giáo trên thế giới, các nhà nghiên cứu thường đề cập đến quá trình “thế tục hóa”. Có nhiều người hiểu thế tục hóa tôn giáo đồng nghĩa với sự giảm sút vai trò xã hội của các tôn giáo hoặc là quá trình tàn lụi của tôn giáo¹. Do đó, nhiều người sử dụng khái niệm phi linh hóa để chỉ quá trình thế tục hóa, tuy nhiên, theo quan điểm của các nhà xã hội học thì thế tục hóa tôn giáo biểu hiện ở nhiều cấp độ với nhiều khía cạnh khác nhau. Nó có thể là quá trình thu hẹp phạm vi chi phối của tôn giáo đến các lĩnh vực khác của đời sống xã hội và trở thành một lĩnh vực xã hội tồn tại độc lập giống như lĩnh vực kinh tế, chính trị, pháp luật. Với góc độ cá nhân thì thế tục hóa biểu hiện ở việc giảm sút trong thực hành và niềm tin tôn giáo mà K. Dobbelaer² gọi đó là sự giảm sút tính hội nhập của tôn giáo. Ý tưởng cho rằng sự phát triển của thế giới quan duy lý sẽ làm suy yếu những nền tảng vững chắc của tôn giáo đã xuất hiện từ thời kỳ Khai sáng khi mà nhiều người tin rằng niềm tin của con người vào những điều siêu nhiên, thần bí sẽ dần dần bị thay thế bởi thế giới quan khoa học. Hầu hết các học giả lớn của thế kỷ 19, như: Auguste Comte, Herbert Spencer, Émile Durkheim, Max Weber, Karl Marx, và Sigmund Freud, đều tin rằng sự phát triển của xã hội công nghiệp sẽ làm tôn giáo mất dần vai trò quan trọng trong đời

sống xã hội và nó không còn nhiều ý nghĩa với đời sống của cá nhân. Bước sang thế kỷ 20, quá trình hành chính hóa, hợp lý hóa, đô thị hóa bùng nổ với sự dẫn đạo của khoa học và công nghệ đã dẫn tới sự phát triển mạnh mẽ các quan điểm về sự suy tàn của tôn giáo trong lĩnh vực khoa học xã hội. Wright Mills trong tác phẩm *The Sociological Imagination* (1959) đã tóm tắt quá trình này như sau: “Đã có thời thế giới chứa đầy những cái thiêng - trong tư tưởng, thực hành và thể chế. Sau thời kỳ Cải cách và Phục hưng, những lực lượng hiện đại hóa đã quét qua địa cầu và thế tục hóa, một quá trình lịch sử theo sau nó, cái thiêng sẽ biến mất hoàn toàn, có lẽ ngoại trừ trong lĩnh vực riêng tư”³.

Quan điểm này của các học giả theo xu hướng “thế tục hóa tôn giáo” dường như lại có nhiều điểm khác biệt so với thực tế phát triển nhu cầu tôn giáo ở nhiều nơi trên thế giới. Các số liệu thống kê cho thấy, trên quy mô toàn cầu số lượng các tín đồ theo tôn giáo không hề giảm sút, ngược lại số lượng tín đồ của một số tôn giáo lớn, như: Kitô giáo, Islam giáo ngày càng gia tăng. Dự báo của PEW cho rằng, số lượng tín đồ của Kitô giáo gia tăng từ 2,17 tỷ người năm 2010 lên đến 2,92 tỷ người vào năm 2050, tương tự số lượng tín đồ của Islam giáo tăng từ 1,6 tỷ người lên 2,76 tỷ người⁴. Sau nhiều thập kỷ phát triển với sự thay đổi và phát triển nhanh chóng của khoa học và công nghệ nhưng nhu cầu tôn giáo ở các quốc gia khác nhau, với các nền văn hóa và không gian xã hội khác nhau đã không thay đổi nhiều theo thời gian⁵. Ở Việt Nam, theo số liệu cuộc Tổng điều tra Dân số và Nhà ở năm 2009, trên toàn quốc có 18.661.437 người xác nhận mình theo một tôn giáo nào đó. Đến năm 2019, số người theo tôn giáo chiếm 13,7% tổng dân số cả nước. Những năm qua, số lượng tín đồ các tôn giáo ở Việt Nam không chỉ luôn ở mức hơn 13% cơ cấu dân số⁶ mà các lễ hội, sự kiện tôn giáo với sự tham gia của đông đảo người dân xuất hiện ngày càng nhiều. Có thể thấy khi con người có mức sống tốt hơn thì sự tham gia của họ vào các hoạt động tôn giáo cũng ngày một gia tăng. Điều đó cho thấy nhu cầu đối với hoạt động tôn giáo dường như không giảm bớt.

Đề lý giải xu hướng trên, để chỉ ra những khoảng trống nhằm bổ sung và phát triển quan điểm “thế tục hóa tôn giáo”, mô hình “thị trường tôn giáo” (The religion market model) ra đời. Mô hình “thị trường tôn giáo” do Roger Finke và Rodney Stark (1992) đưa ra đã nhấn mạnh yếu tố đáp ứng nhu cầu của tôn giáo⁷. Các nghiên cứu cho thấy trong nhiều thập niên qua, nhu cầu đối với hoạt động tôn giáo dường như không giảm bớt mà chỉ có phương thức và hình thức biểu hiện, hay các mối quan tâm của con người khi họ thực hiện hành vi tôn giáo là có nhiều thay đổi. Nếu như trước đây, con người tìm đến tôn giáo để đáp ứng nhu cầu tâm linh, hướng đến cuộc sống của họ sau cái chết thì hiện nay con người tìm đến với tôn giáo như một phương thức nhằm tìm ra biện pháp giải quyết những nhu cầu trong cuộc sống hiện tại. Các tôn giáo hiện nay không chỉ phục vụ nhu cầu tâm linh mà còn đáp ứng cả nhu cầu thế tục. Dựa trên xu hướng này, mô hình “thị trường tôn giáo” tiếp cận tôn giáo dưới góc độ cung cầu. Tôn giáo giống như một vật được sản xuất ra và được chọn lựa. Các tổ chức tôn giáo muốn tồn tại và phát triển phải cung cấp các dịch vụ tôn giáo đáp ứng nhu cầu tâm linh và thế tục của tín đồ. Do đó, sự thịnh suy của mỗi tôn giáo cụ thể phụ thuộc vào sinh lực của những người cung ứng tôn giáo và những quy định của nhà nước về nguồn cung này. Cách tiếp cận của các học giả theo mô hình “thị trường tôn giáo” không chỉ cho chúng ta thấy một xu hướng chuyển đổi trong tôn giáo mà còn gợi cho chúng ta một hướng tiếp cận mới khi mà các hoạt động tôn giáo được sử dụng để phục vụ cho nhu cầu thế tục, trong đó tôn giáo được kết nối để mở rộng không gian kinh tế.

Liên quan đến mối quan hệ giữa kinh tế và tôn giáo, từ giữa những năm 1990 các nhà nghiên cứu và các tổ chức quốc tế đã nhận ra vai trò của tôn giáo trong thúc đẩy phát triển kinh tế⁸. Các nghiên cứu kinh điển đề cập đến mối quan hệ giữa tôn giáo và kinh tế thường nhấn mạnh mối quan hệ hay sự tác động của tôn giáo với sự phát triển kinh tế. Maximilian Carl Emil Weber (1864-1920), nhà kinh tế chính trị học và xã hội học người Đức trong tác phẩm

nổi tiếng của mình: Đạo đức Tin lành và tinh thần của chủ nghĩa tư bản đã chỉ ra rằng, nền đạo đức Tin lành có một mối liên hệ “trùng hợp chọn lọc” với “tinh thần” của chủ nghĩa tư bản, do vậy đã tạo ra một số động lực tinh thần cần thiết và thuận lợi cho sự phát triển của chủ nghĩa tư bản ở châu Âu. Sau này, Eelke de Jong (2008) cũng cho thấy tôn giáo và các hoạt động tôn giáo có thể tác động đến xã hội theo hai cách. *Thứ nhất*, nó tạo ra các mạng lưới giúp thúc đẩy sự phát triển kinh tế thông qua tạo lập mối quan hệ thương mại giữa các cá nhân có cùng niềm tin và thực hành tôn giáo. *Thứ hai*, nó tác động đến xã hội thông qua các giá trị được giảng dạy trong các tôn giáo, đặc biệt bởi những người đứng đầu tôn giáo⁹. Tiếp cận theo hướng nghiên cứu này, Rachel M. McCleary và Robert J. Barro (2016) cũng nhấn mạnh đến vai trò của niềm tin, giá trị tôn giáo đến sự phát triển kinh tế tại các quốc gia khác nhau. Với các dữ liệu định lượng thu thập từ nhiều quốc gia trên thế giới, hai ông đã chứng minh rằng, niềm tin tôn giáo có tác động đến sự phát triển kinh tế thông qua việc ảnh hưởng đến các đặc điểm cá nhân, như: đạo đức công việc, tính trung thực và tiết kiệm, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế. *Thứ hai*, niềm tin, giá trị tôn giáo cũng tác động đến tăng trưởng kinh tế thông qua tác động đến chính sách kinh tế của nhà nước¹⁰.

Mô hình thị trường tôn giáo không chỉ đề cập sự tác động của tôn giáo đến phát triển kinh tế thông qua các giá trị và niềm tin tôn giáo của tín đồ mà còn chỉ ra rằng tôn giáo có thể tác động đến việc thúc đẩy phát triển kinh tế thông qua việc cung cấp các dịch vụ tôn giáo giống như lý thuyết cung cầu của các nhà kinh tế học. Mô hình này cho thấy, *tôn giáo có thể mở rộng không gian kinh tế* thông qua các hoạt động đáp ứng nhu cầu tâm linh của người dân. Vận dụng lý thuyết này, nhiều nhà nghiên cứu phân tích khía cạnh kinh tế của các hoạt động tôn giáo. Tìm hiểu cơ chế và cách thức “các lực lượng thuộc thế giới thể tục tìm cách thu lấy lợi ích vật chất thông qua kinh doanh những gì liên quan trực tiếp và gián tiếp đến nhu cầu thực hành niềm tin tôn giáo”¹¹.

2. Mở rộng không gian kinh tế thông qua việc đáp ứng nhu cầu tôn giáo ở Việt Nam hiện nay

Ngày nay cùng với sự phát triển của giao thông vận tải, thông tin liên lạc, mức sống của người dân Việt Nam ở nhiều nơi đã được nâng cao nhờ thành tựu trong phát triển kinh tế-xã hội, do vậy con người có nhu cầu nhiều hơn cho các chuyến đi và mục đích tâm linh cũng thường được lồng ghép vào các chuyến đi như vậy. Nhu cầu du lịch, đặc biệt du lịch tâm linh ngày càng phát triển. Du lịch tâm linh là loại hình du lịch khai thác những yếu tố văn hóa tâm linh trong quá trình diễn ra các hoạt động du lịch, dựa vào những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể gắn với lịch sử hình thành nhận thức của con người về thế giới, những giá trị về đức tin, tôn giáo, tín ngưỡng và những giá trị tinh thần đặc biệt khác. Theo đó, du lịch tâm linh mang lại những cảm xúc và trải nghiệm thiêng về tinh thần của con người trong khi du lịch. Tác giả Dương Đức Minh (2016), cho rằng: “Giá trị văn hóa tâm linh đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút du khách và đóng góp một cách tích cực vào sự phát triển kinh tế du lịch ở nước ta”¹². Khách du lịch tâm linh ở Việt Nam thường hội tụ về các điểm du lịch tâm linh, như: đền, chùa, đình, đài, lăng tẩm, đất thánh, khu thờ tự, tường niệm và những vùng đất thiêng gắn với phong cảnh đặc sắc, gắn kết với văn hóa truyền thống, lối sống địa phương,...¹³.

Rõ ràng hiện nay, các cơ sở thờ tự không đơn thuần chỉ là nơi để con người thực hành các nghi lễ tôn giáo đáp ứng nhu cầu tâm linh mà còn đóng vai trò khá quan trọng trong việc tạo ra không gian văn hóa, kết nối, thúc đẩy phát triển kinh tế. Nếu như trước đây, ít người nghĩ đến việc sử dụng không gian tôn giáo cho phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương, hay ở quy mô quốc gia thì nay chúng ta có thể nhận thấy một xu hướng khá rõ ràng giữa việc kết hợp các không gian tôn giáo với phát triển kinh tế không chỉ ở quy mô địa phương mà có thể ở quy mô quốc gia. Thái Lan được biết đến như một quốc gia với cảnh đẹp chùa tháp, với những ngôi đền rực rỡ nguy nga với hình ảnh những nhà sư xếp thành hàng dài đi khất

thực vào mỗi buổi sáng. Campuchia là đất nước của những ngôi chùa tháp, Trung Quốc với đền đài và lăng tẩm... Các nhà thờ Đức Bà, Saint-Eustache, hay Sainte Chapelle ở Paris (Pháp) có kiến trúc độc đáo thu hút hàng ngàn du khách đến tham quan mỗi năm. Italy nổi tiếng với những thánh đường vừa tráng lệ vừa thiêng liêng,... Những ví dụ nêu trên là minh chứng sống động cho xu hướng phát triển, mở rộng không gian kinh tế thông qua việc bảo tồn, phát triển, mở rộng không gian tôn giáo.

Có thể thấy việc tìm kiếm lợi ích kinh tế từ các hoạt động tôn giáo thông qua mô hình du lịch tâm linh đã sớm xuất hiện ở nhiều quốc gia, như: Thái Lan, Trung Quốc, Pháp, Italy,... Ở Việt Nam, trong nhiều năm qua, rất nhiều địa phương đã cho phục dựng, tu bổ hay xây mới các cơ sở thờ tự, với tượng Phật khổng lồ nhằm tạo ra mô hình phát triển kinh tế gắn với nhu cầu du lịch tâm linh. Hệ thống du lịch Bái Đính - Tràng An; Thiền viện Trúc Lâm Tây Thiên; Quần thể du lịch Yên Tử, khu Thiền viện Trúc Lâm Cần Thơ là những ví dụ điển hình. Điều đó cho thấy quy luật phát triển của kinh doanh đã được áp dụng cho lĩnh vực tôn giáo. Trong kinh doanh, lĩnh vực gì đem lại lợi nhuận sẽ được đầu tư, tôn giáo không là một ngoại lệ.

Việc gắn kết không gian tôn giáo với phát triển du lịch tâm linh không chỉ đem lại lợi ích trực tiếp từ các dịch vụ du lịch mà nó còn đồng thời tạo ra cơ hội việc làm có thu nhập ổn định cho nhiều người dân địa phương thông qua phát triển các dịch vụ du lịch kèm theo, như: cung cấp dịch vụ ăn nghỉ cho khách thăm quan, cung cấp các hàng hóa tiêu dùng cho cúng lễ,... Việc làm này có thể đem lại lợi nhuận không nhỏ cho những người kinh doanh bởi trên thực tế nhu cầu cho các hoạt động tâm linh này ở nước ta là rất lớn. Karen Fjelstad và Nguyễn Thị Hiền trong công trình nghiên cứu của mình về mức chi tiêu trung bình cho các vật phẩm phục vụ nhu cầu tâm linh trong các cộng đồng người Việt đã chỉ ra rằng, ở Việt Nam có lĩnh vực kinh doanh rất năng động, đó là việc làm ra, mua và bán các vật phẩm tôn giáo¹⁴. Số liệu khảo sát mức sống hộ gia đình của

Tổng cục Thống kê cũng cho thấy số tiền mà hộ gia đình người Việt chi cho đồ cúng (tiền mua vàng mã, hương hoa và đồ cúng không phải thực phẩm không bao gồm bánh kẹo, quả hay thịt cá dùng để cúng lễ) là một khoản tiền đáng kể. Năm 2012, bình quân mỗi hộ gia đình tại Việt Nam chi 575.000 đồng cho đồ cúng lễ, con số này tăng lên tăng lên 654.000 đồng vào năm 2016 (số tiền mà hộ gia đình chi bình quân trong 30 ngày qua)¹⁵.

3. Chiều cạnh kinh tế của hoạt động tôn giáo đáp ứng nhu cầu tâm linh

Sự thay đổi các hoạt động tôn giáo theo hướng đáp ứng nhu cầu tâm linh sang nhu cầu thể tục góp phần làm cho xu hướng “thương mại hóa các hoạt động tôn giáo” ngày càng phát triển. Các cơ sở thờ tự, các nhà tu hành có thể thu được những khoản lợi nhuận khổng lồ nhờ tiền cúng lễ hay việc cung cấp các dịch vụ tâm linh cho người dân, như: xem ngày giờ, cầu an, cầu siêu, cúng tân gia, động thổ,... Chúng ta khó mà ước tính được lợi nhuận thu được từ các hoạt động này là bao nhiêu và nhà nước cũng không thể cấm các tổ chức tôn giáo cung cấp các dịch vụ đó bởi *nhu cầu tìm đến với tôn giáo để được các thế lực siêu nhiên thần bí chở che là nhu cầu có thực, tồn tại ở rất nhiều cá nhân trong các cộng đồng khác nhau*. Leopold Cadière, trong tác phẩm nổi tiếng của ông về *Văn hóa, tín ngưỡng và thực hành tôn giáo người Việt*, đã viết: “Con người hành động nhưng sự thành bại lại tùy thuộc vào sức mạnh siêu nhiên đang cùng hành động hơn là nhờ vào bản thân con người”¹⁶. Điều này cho thấy đời sống người Việt luôn dấn sâu vào các quan niệm tâm linh khi người ta nhìn thấy sự chi phối của các thế lực siêu nhiên thần bí đến mọi ngõ ngách hay khía cạnh của cuộc sống hàng ngày. Chính vì vậy dù nhiều người tin rằng cầu khẩn thần thánh cho các mục đích trần thế, như: cầu bình an, cầu thăng quan tiến chức, cầu làm ăn phát đạt, cầu tiền tài, địa vị... là hoạt động có yếu tố mê tín dị đoan thì quan niệm này cũng không ngăn được người dân tìm đến với thế lực siêu nhiên thần bí khi họ cần được che chở hay an ủi. Trước các sự kiện trọng đại, người

Việt thường thực hành các nghi lễ tôn giáo, hay sử dụng các dịch vụ tâm linh. Khi xây dựng các công trình dù lớn, dù nhỏ, việc tổ chức cưới xin, ma chay đều gắn liền với các hoạt động tâm linh. Các nhà sư vẫn thường được mời đến để thay hoặc giúp gia chủ thực hiện các nghi lễ này. Xét ở góc độ kinh tế thì đây chính là một loại hình dịch vụ đáp ứng nhu cầu tâm linh và những người cung cấp dịch vụ có quyền thu lợi nhuận từ dịch vụ mà họ cung cấp. Nếu theo mô hình thị trường tôn giáo của R. Finke và R. Stark (1992) thì các cơ sở và các tổ chức tôn giáo chỉ có thể tồn tại và phát triển được nếu họ cung cấp các dịch vụ đáp ứng nhu cầu tâm linh. Điều này sẽ tạo ra sự cạnh tranh giữa các tổ chức tôn giáo hay giữa các cơ sở tôn giáo khác nhau. Tuy nhiên, cạnh tranh được cho là yếu tố cần thiết nhằm thúc đẩy sự phát triển của tôn giáo theo hướng đáp ứng tốt hơn nhu cầu tâm linh và thể tục của người dân.

Mặc dù đây là mô hình khá phát triển ở nhiều quốc gia và nó vẫn đang tồn tại trong đời sống của các tôn giáo ở Việt Nam thì quan điểm này của mô hình thị trường tôn giáo vẫn vấp phải nhiều sự phản đối. Bởi người ta khó có thể chấp nhận việc các tổ chức tôn giáo được coi như các công ty tôn giáo cung cấp hàng hóa đến tay người tiêu dùng là các tín đồ của họ¹⁷. Đặc biệt, ở Việt Nam xu hướng chung mọi người vẫn luôn phản đối hành động được cho là “buôn thần bán thánh”; dựa vào tôn giáo, hay sử dụng tôn giáo như công cụ phục vụ cho mục đích tìm kiếm lợi nhuận kinh tế. Nhưng người ta lại không thể phủ nhận việc các tín đồ tôn giáo luôn tìm đến các tôn giáo, thực hành các nghi lễ tôn giáo cho mục đích kinh tế như cầu tiền tài, cầu sự che chở cho công việc làm ăn...

Khía cạnh thứ hai của quá trình kinh tế hóa tôn giáo là việc các tổ chức tôn giáo tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh để tự phục vụ các nhu cầu vật chất của mình. Mô hình kinh tế nhà chùa cũng đã được xây dựng và thực hiện thành công ở nhiều quốc gia. Ví dụ ở Hàn Quốc, các ngôi chùa đã phát triển các hoạt động kinh tế như phát triển xưởng sản xuất đồ thủ công mỹ nghệ, điều hành các cơ sở đào tạo nghề hay các tổ hợp tín dụng¹⁸. Ở Việt Nam, các

nhà chùa luôn duy trì các hoạt động kinh tế để đáp ứng nhu cầu cho tăng ni, Phật tử. “Mô hình kinh tế nhà chùa” cũng đã được hình thành và bắt đầu được nhân rộng trong những năm gần đây. Hiện nay, các nhà chùa kể cả chùa theo Phật giáo Theravada ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long cũng luôn có hoạt động kinh tế riêng. Quan điểm này đã được khẳng định ngay trong Đại hội Đại biểu toàn quốc thành lập Giáo hội Phật giáo Việt Nam năm 1981. Hiến chương, Điều lệ hoạt động của Giáo hội Phật giáo Việt Nam ngay từ năm 1981 đã xác định: “Xây dựng kinh tế nhà chùa, tăng ni vừa tu học vừa lao động sản xuất để giải quyết đời sống cho mình và góp phần lợi ích thiết thực cho xã hội”¹⁹. Quan điểm này tiếp tục được khẳng định lại trong Đại hội Đại biểu Phật giáo toàn quốc lần thứ 2 năm 1987, cũng như Đại hội Đại biểu Phật giáo toàn quốc lần thứ 5 năm 2002.

Kết luận

Nếu xem xét sự tác động của tôn giáo đến kinh tế, chúng ta có thể thấy tôn giáo có thể tác động đến kinh tế theo hai hướng. *Thứ nhất*, tác động giúp thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển kinh tế thông qua tác động đến giá trị, niềm tin của tín đồ. *Thứ hai*, tác động đến kinh tế thông qua việc cung cấp các dịch vụ tôn giáo (tiếp cận của mô hình “thị trường tôn giáo”). Nếu tiếp cận dưới góc độ thứ nhất, một số tôn giáo ở Việt Nam được xem là nhân tố kìm hãm sự phát triển kinh tế. Ví dụ, niềm tin tôn giáo của các tín đồ theo Phật giáo Theravada trong cộng đồng người Khmer Nam Bộ luôn được coi như là một trong những nhân tố cản trở sự phát triển kinh tế do tâm lý an bản lạc đạo, hướng đến cuộc sống của con người sau cái chết hơn là cuộc sống hiện tại. Tuy nhiên, nếu tiếp cận theo hướng thứ hai, chúng ta sẽ thấy sự kết nối giữa tôn giáo và việc mở rộng không gian kinh tế, hay các chiều cạnh kinh tế của hoạt động tôn giáo. Ngày nay, Nhà nước và tổ chức tôn giáo có thể tạo ra các hoạt động kinh tế mới thông qua việc cung cấp các dịch vụ tôn giáo đáp ứng nhu cầu tâm linh và thể tục ngày một gia tăng của các tín đồ thông qua phát triển du lịch tâm linh hay dựa vào thần thánh và

uy tín của các tổ chức tôn giáo để cung cấp hàng hóa và dịch vụ đáp ứng nhu cầu tâm linh của người dân. Tuy nhiên, cần phải tính toán và xây dựng một cơ chế để nhà nước, các tổ chức tôn giáo và người dân đều có thể được hưởng các lợi ích từ các hoạt động kinh doanh dựa trên niềm tin tôn giáo, đồng thời kiểm soát hoạt động tha hóa lạm dụng thần thánh để trục lợi. Điều này không chỉ làm tổn hại đến uy tín, danh dự của các tôn giáo mà còn gây ra nhiều hệ lụy xã hội khác. /.

CHÚ THÍCH:

- 1 Dương Ngọc Dũng (2016), *Tôn giáo nhìn từ viễn cảnh xã hội học*, Nxb. Hồng Đức, Hà Nội, tr. 581.
- 2 Karel Dobbelaere sinh năm 1933, là nhà xã hội học tôn giáo người Bỉ.
- 3 Phan Ngọc Chiến (2009), Hai quan điểm đối nghịch về tôn giáo: thuyết thể tục hóa và mô hình thị trường tôn giáo, *Khoa học xã hội*, số 4, tr. 75-83.
- 4 The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050 <https://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>, truy cập tháng 6 năm 2020.
- 5 Phan Ngọc Chiến (2009), Hai quan điểm đối nghịch về tôn giáo: thuyết thể tục hóa và mô hình thị trường tôn giáo, *Khoa học xã hội*, số 4, tr. 78.
- 6 Tổng cục Thống kê (2019), *Kết quả Tổng điều tra dân số, nhà ở tháng 4/2019*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, tr. 164.
- 7 Rachel M. McCleary and Robert J. Barro (2006), Religion and Economy, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 2-Spring, p. 50.
- 8 Eelke de Jong (2008), *Religious Values and Economic Growth*, A review and assessment of recent studies, P.O. Box 9108, 6500 HK Nijmegen, The Netherlands, <http://www.ru.nl/nice/workingpapers>.
- 9 Eelke de Jong (2008), *Religious Values and Economic Growth*, A review and assessment of recent studies, P.O. Box 9108, 6500 HK Nijmegen, The Netherlands <http://www.ru.nl/nice/workingpapers>.
- 10 Rachel M. McCleary and Robert J. Barro (2006), Religion and Economy, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 2 Spring, p. 69-70.
- 11 Hoàng Văn Chung (2015), Làm giàu với thần thánh: Tôn giáo và sự mở rộng không gian kinh tế ở Việt Nam: Tiếp cận Xã hội học, trong *Văn hóa tôn giáo với phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội, tr. 69.
- 12 Dương Đức Minh (2016), Du lịch tâm linh tại Việt Nam, những vấn đề lý luận và thực tiễn, *Phát triển Khoa học công nghệ*, số 5, tr. 37.
- 13 Dương Đức Minh (2016), Du lịch tâm linh tại Việt Nam, những vấn đề lý luận và thực tiễn, Bđd, tr. 39.

- 14 Karen Fjelstad (Editor), Nguyen Thi Hien (2006), *Possessed by the Spirits: Mediumship in Contemporary Vietnamese Communities*, Southeast Asia Program Publications.
- 15 Lê Hiệp, *Người Việt chi cho vàng mã, đồ cúng nhiều gấp 8 lần sách cho trẻ em*, trên trang thông tin điện tử báo Thanh Niên (<https://thanhnien.vn/van-hoa/nguoi-viet-chi-cho-vang-ma-do-cung-nhieu-gap-8-lan-sach-cho-tre-em-938219.html>) truy cập ngày 3/8/2020.
- 16 Leopold Cadière (2010), *Văn hóa, tín ngưỡng và thực hành tôn giáo người Việt*, Đỗ Trinh Huệ dịch, tập 1, Nxb. Thuận Hóa, Huế, tr. 39.
- 17 Phan Ngọc Chiên (2009), Hai quan điểm đối nghịch về tôn giáo: thuyết thể tục hóa và mô hình thị trường tôn giáo, *Khoa học Xã hội*, số 4, tr. 80.
- 18 Hoàng Văn Chung (2015), Làm giàu với thần thánh: Tôn giáo và sự mở rộng không gian kinh tế ở Việt Nam: Tiếp cận Xã hội học, trong *Văn hóa tôn giáo với phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội, tr. 78.
- 19 Lê Khánh (2007), Giáo hội Phật giáo Việt Nam qua các kỳ đại hội, *Khuông Việt*, số 1, tr. 85.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Leopold Cadière (2010), *Văn hóa, tín ngưỡng và thực hành tôn giáo người Việt*, Đỗ Trinh Huệ dịch, tập 1, Nxb. Thuận Hóa, Huế.
2. Phan Ngọc Chiên (2009), Hai quan điểm đối nghịch về tôn giáo: thuyết thể tục hóa và mô hình thị trường tôn giáo, *Khoa học Xã hội*, số 4, tr. 75-83
3. Hoàng Văn Chung (2015), Làm giàu với thần thánh: Tôn giáo và sự mở rộng không gian kinh tế ở Việt Nam: Tiếp cận Xã hội học, trong *Văn hóa tôn giáo với phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội.
4. Lê Hiệp, *Người Việt chi cho vàng mã, đồ cúng nhiều gấp 8 lần sách cho trẻ em*, trên trang thông tin điện tử báo Thanh Niên <https://thanhnien.vn/van-hoa/nguoi-viet-chi-cho-vang-ma-do-cung-nhieu-gap-8-lan-sach-cho-tre-em-938219.html>, truy cập ngày 3/8/2020.
5. Lê Khánh (2007), Giáo hội Phật giáo Việt Nam qua các kỳ đại hội, *Khuông Việt*, số 1.
6. Dương Đức Minh (2016), Du lịch tâm linh tại Việt Nam, những vấn đề lý luận và thực tiễn, *Phát triển Khoa học công nghệ*, số 5.
7. Max Weber, *Nền đạo đức Tin lành và tinh thần chủ nghĩa tư bản*, Bùi Văn Nam Sơn, Nguyễn Nghị, Nguyễn Tùng, Trần Hữu Quang dịch, Nxb. Tri thức, Hà Nội, 2010.
8. Rachel M. McCleary and Robert J. Barro (2006), Religion and Economy, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 20, Number 2 Spring.

9. Karen Fjelstad (Editor), Nguyen Thi Hien (2006), *Possessed by the Spirits: Mediumship in Contemporary Vietnamese Communities*, Southeast Asia Program Publications.
10. Eelke de Jong (2008), *Religious Values and Economic Growth*, A review and assessment of recent studies, P.O. Box 9108, 6500 HK Nijmegen, The Netherlands <http://www.ru.nl/nice/workingpapers>.
11. The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050 (<https://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>) truy cập tháng 6 năm 2020.

Abstract

RELIGION AND THE EXPANSION OF ECONOMIC SPACE

Hoang Thi Quyen

The 4th Region Academy of Politics, Can Tho

Religion and the economy always have an interrelationship. Regarding as an independent variable affecting economics, how can religion promote or inhibit economic development? Researchers are often interested in answering this question. This article indicates some theories related to the relationship between religion and the economy. It also applies the model “religious market” to explore the relationship between religion and economic development in Vietnam in the current context.

Keywords: Economicization of religion; Spirituality; Secular; Religious market.