

Analyse Microéconomique De La Demande De La Vie Religieuse: Évidence et Limite Théoriques Du Choix Rationnel

Par

DUNIA MASTAKI Jean.PhD

"Université Adventiste de Goma"

1. Introduction

La problématique microéconomique se fonde principalement sur le principe de la rationalité : le choix et le comportement rationnel des agents économiques sur les marchés. Au-delà de s'intéresser aux biens marchands, l'économie s'est aussi orientée vers les biens et services non marchands dont la religion.

Dans le cadre de ce travail, l'attention est accordée à la demande de la vie religieuse en analysant les principales visions théoriques développées par Rodney Stark, Roger Finke et Laurence Iannaccone, en se fiant principalement à la théorie du « choix rationnel » en religion. Sans prétention à l'exhaustivité, ce travail se concentre sur les usages, innovations et limitations ainsi que le débat théorique qu'ils ont suscité à travers les notions de rationalité, dérégulation étatique de la religion, monopole, pluralisme, compétition, marché, offre, demande et rigueur.

La théorie du choix rationnel en religion a surgi publiquement au cours des années 1980 dans les travaux du sociologue nord-américain Rodney Stark. En 1985, Stark a publié, avec William Sims Bainbridge : *The future of Religion*, comportant une vingtaine d'articles écrits entre 1980 et 1983. En 1987 ces deux auteurs ont lancé *A Theory of Religion*, livre dans lequel ils ont défini sept axiomes concernant la condition humaine, 104 concepts et 344 propositions contingentes. Prolifique, Stark commença une collaboration avec l'économiste Laurence Iannaccone et avec le sociologue Roger Finke dans les années suivantes, publiant des dizaines d'articles et plusieurs nouveaux livres. Au début des années 1990, bien qu'encore récente, cette perspective fut élevée à la condition de « nouveau paradigme » théorique de sociologie de la religion (Warner, 1993). Une telle reconnaissance, en même temps qu'elle atteste de son influence, a fait croître le volume des discussions la concernant. À la fin de la décennie, Stark et Finke ont révisé la théorie en question dans le but de renforcer le cœur de leur argumentation originelle à travers la compilation de nouvelles données empiriques favorables à leur perspective, de la réalisation de petites corrections conceptuelles et de la formulation de nouvelles réponses afin de contrer les critiques de leurs disciples et de leurs adversaires (Stark, 1999a ; Stark et Finke, 2000).

Le développement de ce travail repose sur trois principaux points dans l'analyse de la rationalité du choix dans la vie religieuse, approche de la demande. D'abord, nous présentons la vie religieuse dans la dimension de la rationalité maximisatrice. Ensuite, nous survolons les grandes conceptions de

l'économie religieuse. Enfin, un coup d'œil est orienté sur la rigueur et la vigueur des groupes religieux dans l'analyse économique.

2. La vie religieuse et la rationalité maximisatrice

En se référant à la philosophie scientifique de Karl Popper, sur les travaux de George Homans, Peter Blau et James Coleman et sur des éléments liés à la microéconomie, Stark promeut le caractère prédictif de la science. Il soutient le fait que les théories scientifiques commencent par des axiomes dont on déduit des propositions empiriques falsifiables et le cœur analytique de la théorie du choix rationnel. De même que John Stuart Mill proposa que la science économique devrait utiliser la méthode déductive fondée sur l'axiome (ou la prémisse) que les hommes préfèrent une grande quantité de richesse à une moindre quantité (Abramovay, 2004), Stark postule que « *les êtres humains cherchent ce qu'ils perçoivent comme des récompenses et évitent ce qu'ils voient comme des coûts* ». Ceci est la prémisse fondamentale de cette théorie.

Sur le plan religieux, « *les personnes font des choix de la même manière qu'elles en font dans d'autres domaines, en pesant les coûts et les bénéfices* » (Stark 1999a). Dans la recherche d'avantages (bénéfices), selon Stark (1999a) les êtres humains « veulent de la religion » car c'est la seule source plausible de certaines récompenses, y compris celles qui ne sont pas disponibles ici et maintenant pour tous (telle la tant désirée vie après la mort) pour laquelle selon lui, il existe une « demande générale et irréductible ». Sous cette forme une telle demande semble ne dépendre en rien de l'action des producteurs religieux et des contextes historiques et culturels ce qui, outre le fait que c'est problématique sur le plan sociologique, rend en théorie la sécularisation impossible (Sharot, 2002). Bruce (1999) s'oppose au présupposé selon lequel la « condition humaine nous confère une nécessité permanente » de récompenses surnaturelles, ce qui met en question l'existence d'une religiosité intrinsèque aux êtres humains.

Pour obtenir des récompenses religieuses, les individus cherchent à utiliser et à manipuler le surnaturel, en établissant des relations d'échange avec les dieux (Stark, 1999a). Les échanges avec des dieux puissants, attentifs aux besoins de leurs dévots et capables de fournir des récompenses extramondaines, tendent à engendrer des coûts plus élevés et une relation exclusive sur un temps long (Stark, 1999a). Les organisations religieuses, en conséquence, « seront capables de demander des engagements exclusifs et longs dans la mesure où elles offrent des récompenses extramondaines » (Stark, 1999a). Sur ce point, Stark (1999a) soutient la distinction sociologique classique entre religion et magie, observant que la première, du fait qu'elle se centre sur une relation d'échange avec les dieux et sur l'offre de récompenses extramondaines à longue échéance, tend à engendrer des engagements stables, durables et institutionnellement organisés, tandis que la seconde, fondée sur la contrainte et la manipulation de forces surnaturelles et sur l'offre de récompenses ponctuelles, immédiates et mondaines, tend à former une clientèle.

Les échanges qui concernent les coûts et les engagements sur le long terme en vue d'obtenir des récompenses extramondaines, telle que le salut paradisiaque, impliquent un risque puisqu'elles ne peuvent pas être démontrées. Comment être sûr, alors, de leur véracité ? La confiance qui est, selon Stark (Stark, 1999a) le problème universel de la religion, repose sur l'interaction entre (et la socialisation des) membres du groupe religieux qui ont foi dans ces récompenses et, ainsi, les légitiment de l'intérieur. De cette manière le prêche, le discipulat, les rituels, les prières, les expériences mystiques,

les miracles attribués aux forces divines et, surtout, les témoignages de bénédictions reçues et partagées collectivement, sont les éléments qui donnent confiance dans les promesses extramondaines (Stark, 1999a).

Stark (1997, 1999) reconnaît que le raisonnement humain est quelque peu asystématique et intuitif et que la maximisation est le plus souvent partielle, mais il ajoute que ses postulats simples et formels sur la condition et la rationalité humaines ont l'avantage de permettre la formulation de modèles mathématiques et d'explications de haut niveau. En se basant sur le concept de rationalité subjective de John Ferejohn et Raymond Boudon, Stark (1999a) définit la rationalité de la manière suivante : « Les êtres humains, dans le cadre limité par leur information et de leur niveau de compréhension ainsi que par les options dont ils disposent et guidés par leurs goûts et leurs préférences, tentent de faire des choix rationnels ». Faire un choix rationnel signifie toujours « essayer de maximiser ». L'intention qu'a l'agent de maximiser « est le but », selon Stark (1999), sans tenir compte de son manque d'information ou du fait qu'il agit à partir de calculs erronés. Le concept de rationalité subjective ne permet donc pas de considérer comme irrationnelle une action fondée sur l'ignorance (Sharot, 2002). On présuppose que les individus agissent en accord avec ce qu'ils voient comme leur intérêt propre, même dans des situations où ils n'ont pas la connaissance nécessaire pour évaluer en quoi consiste ledit intérêt ce qui, en l'occurrence, implique que l'on présume sa perception maximisatrice de l'intérêt propre (Mellor, 2000). En conséquence, la notion de rationalité des théoriciens du nouveau paradigme ne suppose pas objectivement que l'action soit maximisatrice mais postule a priori une intention atavique de tout et n'importe quel agent de maximiser ses choix, prémisse qui ne peut en aucune manière être réfutée de façon empirique. Dans la pratique, la subjectivité contenue dans cette rationalité la différencie radicalement de la notion de rationalité de la théorie économique qui considère comme rationnelle uniquement l'action à travers laquelle l'agent emploie des moyens appropriés à l'objectif qu'il s'est fixé et ajuste cet objectif et lesdits moyens de façon cohérente (Sharot, 2002).

Bien qu'il reconnaisse que la culture, les normes et la socialisation contraignent l'action des individus, Stark (1999a) omet de ses axiomes sur la conduite rationnelle, l'action orientée par des valeurs (*wertrational*), très importante dans l'analyse wébérienne de la religion (Sharot, 2002). Stephen Sharot (2002) affirme que la notion de rationalité proposée par Stark se rapproche du type d'action liée à des fins (*zweckrational*) qui oriente l'action économique que Weber a analysée et considérée comme l'adversaire de l'action religieuse. La supposée convergence entre les deux rationalités se limite, selon nous, à leur caractère instrumental et à l'exclusion des normes et des valeurs, même si la rationalité religieuse diffère grandement de la rationalité objective présente dans la théorie économique. Mais, pour Sharot, les ressemblances sont suffisamment fortes pour qu'il questionne la pertinence de l'usage, dans une analyse sociologique de la religion, d'un concept de rationalité doté d'une signification proche de *zweckrational*. Dans la mesure où, dans la théorie wébérienne, c'est l'action magique qui est proche du *zweckrational*, car elle est orientée vers le monde et vers des objectifs immédiats et matériels, tandis que l'action religieuse dans les religions de salut tend, au contraire, à être orientée par des fins extramondaines et des valeurs éthiques (*wertrational*), ce qui amène de nombreux agents à poursuivre des valeurs et des croyances indépendamment des coûts afférents (Sharot, 2002). Comme l'observe Richard Swedberg (2005), pour Weber, *dans les religions les plus avancées, les bénéfiques religieux tendent à être reçus dans l'autre monde et ne sont pas économiques. En outre, l'activité religieuse en soi n'est plus vue exclusivement en termes de fins et de moyens, comme dans les religions primitives.*

Dans la mesure où, dans le nouveau paradigme, la notion de rationalité religieuse définit comme rationnelles uniquement les actions qui essaient de maximiser les bénéfices au moindre coût ou qu'elles sont au service de l'intérêt propre des agents, quelque action qui ne rentre pas dans cette définition stricte devient automatiquement non-rationnelle et, par conséquent, exclue de cette approche. Par cela, on écarte en grande partie le rôle des facteurs affectifs, symboliques et émotionnels dans la construction des identités collectives (Mellor, 2000). Pourtant, en raison de la tendance de Stark et de ses disciples à hypertrophier la rationalité instrumentale des agents, les actions fondées sur la restriction de l'intérêt propre par une morale telle que l'altruisme, en arrivent à être réduites à un comportement égoïste (Jerolmack, 2004 ; Mellor, 2000). Ainsi, dans cette perspective, l'altruisme ne peut être compris qu'à partir du moment où il se transforme en son contraire et perd son sens profond, visant alors uniquement l'autosatisfaction. Le problème c'est que la rationalité normative, fondée sur la conformité à des valeurs et des idéaux moraux, ne peut être réduite, ni empiriquement ni conceptuellement, à la rationalité instrumentale (Jerolmack, 2004). Il s'ensuit que le fait de déconsidérer l'action orientée par des valeurs signifie opter pour une restriction de la capacité qu'a la sociologie de comprendre le comportement religieux. Il en résulte qu'un discrédit de l'action orientée par des valeurs signifie opter pour réduire la capacité de la sociologie à comprendre le comportement religieux. Toutefois, si on la prend en considération il faut éviter l'erreur d'en déduire, automatiquement, des comportements à valeur religieuse.

Le côté positif du point de vue qui considère comme rationnels des choix et des comportements religieux consiste, d'une part, à « souligner encore plus le rôle de l'agir humain dans les processus religieux » – au moins en ce qui concerne le choix de la religion – et, d'autre part, à se libérer d'innombrables préjugés qui considèrent la religion, a priori, comme aliénante, irrationnelle, pathologique, produit de l'ignorance, de lavage cérébral et de crises sociales (Frigerio 2000).

La dimension problématique découle du côté strict de la rationalité qui, soi-disant, meut les choix et les comportements religieux. Sa disposition affirmée à ne travailler qu'avec une seule forme de rationalité –instrumentale ou maximisatrice – constitue une sérieuse limite à la théorie du choix rationnel de la religion qui essaie de réunir les croyances, les pratiques et les engagements religieux sous l'invariable rubrique des « actions d'intérêt propre » (Jerolmack, 2004). Un tel réductionnisme s'attaque aussi aux définitions mêmes de la religion et de l'engagement religieux. Il suffit d'observer que, pour Stark (1999a) « la religion consiste en des explications très générales qui justifient et spécifient les termes d'échange avec un ou des dieux », tandis que « l'engagement religieux est la condition par laquelle les êtres humains satisfont rapidement les termes de l'échange avec le ou les dieux selon les explications spécifiques qu'en donne une religion donnée ». Jerolmack (2004) estime que le fait que bien des personnes vivent leur religion d'une façon ouvertement instrumentale ne permet pas de la définir seulement « comme une relation d'échange ». La définition citée, pourtant, dépasse le cadre étroit tracé par Jerolmack, si l'on envisage que, dans ce cas, la religion consiste, tout d'abord, en des explications. Du point de vue de Stark (1999a) les explications religieuses « aident les personnes à maximiser », par exemple, en donnant un sens à l'existence. Ainsi, il considère de telles explications comme des récompenses concrètes offertes par les fournisseurs aux consommateurs religieux.

Il faut noter que le sens de cette définition de la religion est proche de l'interprétation wébérienne sur ce qui attirait les personnes vers les différentes religions : les biens de salut matériels et spirituels (Swedberg, 2005). De même, pour Weber, les individus ont besoin de sens (par exemple pour

accepter la souffrance injuste et la mort) et d'intérêts compensatoires face aux insuffisances de l'existence terrestre et à la légitimation de la bonne fortune liées à leur position sociale. Ainsi, aux moins privilégiés la religion rédemptrice promet une « espérance de compensation » dans l'autre monde de leur souffrance ; aux privilégiés elle offre une « théodicée de la chance », autrement dit une explication qui légitime leur position sociale dominante. Tant pour Stark que pour Weber, ce sont les producteurs (prophètes et théologiens qui interprètent et expliquent) et les reproducteurs religieux (prêtres et prêcheurs) qui, à travers leur travail religieux, confèrent une caractéristique et une signification proprement religieuse aux intérêts et besoins susmentionnés. De là découle une autonomie relative de la religion par rapport aux déterminismes sociaux et économiques ci-dessus mentionnés. Cependant, malgré les similitudes soulignées, Weber contrairement à Stark, ne formule pas un concept de religion et n'en reste pas à des explications sur les relations d'échange entre hommes et dieux. Weber se distingue par son analyse minutieuse des croyances religieuses et de leurs effets divers sur la conduite des fidèles. Au contraire, la perspective abstraite de Stark tend dans une certaine mesure à reléguer les croyances au second plan ou, selon l'opinion de l'un de ses critiques les plus véhéments (Bruce, 1999) à les ignorer.

3. Économie religieuse : la religion dans l'économie ou l'économie dans la religion

Au milieu des années 1980, Stark, Finke et Iannaccone commencent à utiliser des éléments fondamentaux de la théorie économique pour expliquer les phénomènes religieux au niveau macro-social en soulignant deux notions : celle d'économie religieuse – qui se réfère à la totalité des activités religieuses d'une société donnée – et celle de marché religieux (Stark, 1997). Lesdits auteurs proposent que les sociologues scrutent l'économie religieuse de la même manière que les économistes observent l'économie des entreprises, en soulignant que les deux sont composées de firmes, de lignes de produits, de services et de consommateurs. Ils n'incorporent pas la notion de marché à leur théorie juste comme une bonne et simple métaphore pour aider à la compréhension de ce qui se produit dans les économies religieuses. Ils essaient de mener jusqu'aux ultimes conséquences cette adoption et application, faisant coïncider au maximum marché économique et marché religieux et inférant de ce rapprochement plusieurs propositions sur le fonctionnement des économies et entreprises religieuses. Il est important de noter qu'avant eux Max Weber, Peter Berger et Pierre Bourdieu ont appliqué, sous des formes différentes et sans une telle radicalité economiciste, plusieurs notions d'origine économique à l'analyse de la religion, comme celles de biens de salut, intérêt, monopole, concurrence, offre, demande, capital, gain et investissement.

En s'appuyant sur le classique *La richesse des Nations*, Stark et Iannaccone (1993) affirment qu'au lieu de commencer, comme Max Weber et Richard Tawney, par la théologie pour vérifier ses effets dans la sphère économique, ils ont, à l'inverse, été conduits à aller des principes économiques vers les résultats religieux sous l'influence d'Adam Smith pour lequel l'intérêt propre motive autant le clergé que les entreprises séculaires, et que les bénéfices de la compétition, le poids du monopole et le risque de régulation par l'État sont tout aussi réels dans le domaine religieux que dans quelque autre secteur de l'économie.

Les tenants de la théorie du choix rationnel de la religion proposent donc que le noyau analytique soit déplacé de la demande vers l'offre religieuse ; cette proposition a pour effet d'enfermer les approches sociologiques de la religion à l'intérieur de cette dichotomie. La version radicale de cette théorie, ébauchée par Stark, Finke et Iannaccone, part du présupposé que la demande religieuse est

relativement stable. Ceci justifie leur choix théorique. Autrement dit, si la demande est presque constante, les niveaux de participation religieuse peuvent être plus mieux expliqués en termes d'offre. Grosso modo, l'emphase théorique sur l'offre part du présupposé que le destin des groupes religieux, dans des économies religieuses dérégulées par l'État, est fondamentalement « une fonction de ses structures organisationnelles, de ses représentants de vente, de ses produits et de ses techniques de marketing » (Wuthnow, 2005).

Roger Finke (1997) défend cette nouvelle perspective en ces termes :

« Les explications de la transformation du religieux se sont presque exclusivement centrées sur les changements de demande de religion. Le modèle de sécularisation, qui a dominé pendant longtemps en sociologie de la religion, est fondé sur la prémisse que la religion va décliner dans la mesure où la modernité dégradera la demande vers les croyances religieuses traditionnelles [...]. La majeure partie des explications offertes par les historiens et les chercheurs en sciences sociales suppose que les fluctuations de l'activité religieuse sont dues à des changements dans la demande de religion. La source de cette nouvelle demande est, souvent, vaguement attribuée à des réélaborations culturelles, à des changements dans le caractère national, à des cycles économiques ou à une volonté de fuir la modernité, sans donner beaucoup de poids aux changements de l'offre. Une approche fondée sur l'offre retourne complètement cette supposition et affirme que les changements les plus significatifs dans le domaine de la religion sont dus à des changements dans l'offre et non pas dans la demande ».

Le libre marché religieux ou le degré de régulation étatique de la religion constitue le principal facteur qui détermine ou affecte les économies religieuses (Stark, 1997 ; Stark et Iannacone, 1992). Finke (1997) observe que la régulation étatique –qui soutient des monopoles, poursuit, supprime ou subventionne certains groupes religieux– transforme les incitations et les opportunités par rapport aux producteurs religieux, et restreint, du côté des consommateurs, tant la diversité que la compétition religieuse. Au contraire, la liberté religieuse ou l'ouverture du marché religieux, à travers une dérégulation étatique, promeuvent nécessairement le pluralisme religieux, tenu pour l'état naturel des économies religieuses, puisque les monopoles résultent toujours de la répression étatique (Stark et Iannacone, 1992). Du fait que supposer une totale neutralité de la part de l'État quant aux groupes religieux signifie fatalement se heurter à une impossibilité empirique ou à une inexistence historique, nous n'analyserons ici que le degré de régulation par l'État des économies religieuses. En définitive, comme il est bien difficile de mesurer le « taux » de régulation, on ne peut qu'observer et comparer les arrangements juridiques et politiques constituant les relations entre État et églises dans chaque économie religieuse et quels en sont les effets sur la liberté et le pluralisme religieux. Pour ce faire, cependant, les chercheurs ont négligé la nature des religions en question et donné trop d'attention aux économies de marché libre au détriment de celles qui sont régulées par l'État (Bruce, 2000).

Plus nombreux sont les groupes religieux qui agissent sur un territoire déterminé et plus forte sera la concurrence pour la survie et pour le marché ; ceci les poussera à mobiliser leurs agents ecclésiastiques et laïcs et à exiger d'eux un engagement plus fort, du dévouement et de l'activisme militant ; en outre, cela stimulera l'entrepreneuriat, leur fera choisir des techniques et des stratégies d'évangélisation plus attrayantes et efficaces et s'adapter aux demandes des laïcs et des adeptes virtuels. Selon Stark (1997), plus grand sera le pluralisme et plus les groupes religieux se spécialiseront dans la réponse aux différentes demandes. Donc, le pluralisme et le subséquent développement de la

compétition tendent à augmenter le volume, à diversifier et à améliorer l'ensemble des biens et services produits ou offerts par les leaders religieux et, ainsi, à élargir la probabilité de répondre aux intérêts, aux besoins et aux préférences des différentes niches et demandes du marché. Ceci débouchera sur l'élargissement du recrutement de nouveaux fidèles. En résumé, la dérégulation étatique, la liberté, le pluralisme et la compétition religieuses tendent à stimuler l'activisme, la militance, l'efficacité et la vigueur des entreprises religieuses et à déboucher sur une offre plus large, avec une plus grande diversité et qualité des biens et des services religieux.

Pour résumer, la dérégulation étatique, la liberté, le pluralisme et la compétition religieuses tendent à stimuler l'activisme, la militance, l'efficacité et la vigueur des entreprises religieuses. Ceci engendre une offre plus importante, la diversité et la qualité des biens et des services religieux et l'offre d'une gamme plus large de demandes et de préférences de la part de segments spécifiques du marché ; il s'ensuit donc une augmentation de la mobilisation et de la participation religieuse de la population (Iannacone, Finke et Stark, 1997).

En déplaçant l'analyse de la demande vers l'offre, Stark, Bainbridge, Finke et Iannacone ont inversé radicalement la théorie sociologique dominante concernant les effets du pluralisme religieux sur la religion et ont ainsi créé, selon Stephen Warner (1993), un nouveau paradigme dans la mesure où jusqu'alors le pluralisme était considéré comme facteur crucial de l'affaiblissement de la religion dans la modernité. *Le dais sacré* de Peter Berger, dont la première publication date de 1967 avait consacré dans la sociologie de la religion nord-américaine des années 1970 et 1980, l'idée que le pluralisme religieux affaiblissait la religion en multipliant le nombre des structures de plausibilité et les discours religieux concurrents, en les privatisant et les subjectivant de manière à en faire des objets de scepticisme, doute et indifférence (Berger, 1985). L'exemple historique de la vitalité de la religion aux États-Unis, avec son pluralisme évident rend problématique la perspective téléologique de Berger. L'idée selon laquelle la multiplication des structures de plausibilité concurrentes entraîne automatiquement le relativisme, le discrédit et le scepticisme religieux et, donc, la sécularisation devient fragile face à l'évidence empirique de la force des sectes, des croyances et des engagements religieux de leurs membres dans ce contexte religieux clairement libéral, tolérant, pluraliste et sans intervention de l'État.

Stark (1997) rejette l'idée que le pluralisme compétitif soit une force maligne qui mine la vigueur du religieux. Au contraire, il défend le fait que plus une économie religieuse est pluraliste et compétitive, plus élevé sera le degré de participation religieuse. À l'inverse, les niveaux d'engagement et de participation religieuse de la population seront plus bas dans les économies religieuses dominées par des monopoles appuyés par l'État (Stark et Iannacone, 1992). Parce qu'ils empêchent la compétition et ont moins de chance de diversifier leur offre de biens et de services sans compromettre leur message, les monopoles, qui sont invariablement imposés, selon ces auteurs, par une régulation étatique, engendrent un accommodement des leaders religieux, moins d'activisme, d'efficacité et de vitalité des producteurs religieux, une offre moins volumineuse et diversifiée que celle fournie par la situation pluraliste et, donc, peu d'aptitude à répondre à la diversité des demandes religieuses. Les monopoles tendent à la paresse et offrent un produit peu attrayant, diminuant ainsi l'intérêt et la consommation des personnes religieuses (Stark et Iannacone, 1992). Les variations quantitatives dans l'activité et la consommation religieuses de la population d'une société déterminée dépend, donc, de la vigueur des producteurs de biens et services de salut, vigueur encore plus forte dans des contextes où la concurrence religieuse est libre et ne subit pas une régulation étatique. Pour ces chercheurs, les pays

européens sécularisés n'ont pas des niveaux de participation religieuse plus élevés parce que leurs économies religieuses sont régulées par l'État, ce qui affaiblit leurs entreprises religieuses et, par conséquent, leur consommation religieuse.

Il faut ici faire une parenthèse pour noter que cette controverse ne concerne pas seulement des courants rivaux en sociologie de la religion, comme le remarquent Voas, Olson et Crockett (2002) mais tous ceux qui sont intéressés par le débat autour de la nature de la modernité même dans la mesure où, pour Finke et Stark, la modernisation, quand elle est accompagnée d'une dérégulation étatique de la religion, entraîne le pluralisme et l'élévation de la participation religieuse. Contraire à la théorie de la sécularisation, le nouveau paradigme considère le pluralisme religieux comme chantre d'un âge d'or sans précédent pour la religion (Buyukokutan, 2006). En somme, on voit s'affronter des conceptions rivales de la modernité (ou de tous les adjectifs qui lui sont ajoutés tels post, hyper, tardive). L'une d'elle qui parie sur un monde plus sécularisé tant dans la vie privée que dans la vie publique et l'autre qui perçoit une société à forte participation religieuse, i.e. une situation dans laquelle les religions ont de meilleures possibilités d'exercer une influence sur la sphère juridico-politique.

Dans ce contexte de marché, ce n'est pas seulement la liberté des organisations religieuses qui est en cause et qui affecte la religion mais aussi celle des consommateurs. La liberté de choix des consommateurs religieux, selon Iannacone (1997), tend à réguler plus fortement les producteurs religieux là où il y a moins de régulation étatique et plus de compétition. Pour recueillir une approbation des fidèles meilleure que celle de leurs concurrents, les groupes religieux sont dans ce cas forcés de modeler le contenu de leurs services et de leurs produits sur les préférences des consommateurs. Pour survivre dans une ambiance de compétition, ils ne peuvent qu'abandonner les formes inefficaces de produits religieux en faveur d'autres qui sont plus attrayants (Iannacone, 1995). Cette proposition a été rendue publique durant la seconde moitié des années 1980 (Stark, 1985 ; Finke et Stark, 1988). Dans la décennie suivante les études visant à tester sa validité ont proliféré, aiguissant le débat entre ses défenseurs et ses opposants au point de la mêler à d'inextricables controverses méthodologiques.

Iannacone (1997), par exemple, a réalisé une étude sur la participation religieuse dans 17 nations occidentales à partir de laquelle il a trouvé des taux de fréquentation et de croyance religieuses significativement plus élevées dans des pays ayant un pluralisme religieux plus important. En 2001, Chaves et Gorski (2001) ont collationné 26 articles publiés, fondés sur des données quantitatives portant sur ce thème. Ils y ont trouvé 193 analyses de corrélations bivariées ou partielles entre pluralisme religieux et participation religieuse. Revenant au commencement de ce débat, ces auteurs soulignent que, à la fin des années 1980, Finke et Stark (1988) ont commis des erreurs méthodologiques dans l'analyse de données relatives au pluralisme et à la participation religieuses dans les villes nord-américaines en 1906, quand ils ont obtenu une corrélation positive entre les deux variables à travers l'adoption d'un contrôle sur les pourcentages de catholiques qui a entraîné un effet mathématique artificiel favorable à leur thèse dans les résultats de l'étude. Ceci avait d'ailleurs déjà été souligné par Breault en 1989 (Chaves et Gorski, 2001). Dans ce même travail Bréault a également trouvé une corrélation négative entre pluralisme et participation religieuse dans les données de 1980 portant sur certains comtés aux États-Unis.

À l'époque, Finke et Stark ont bien réussi à réfuter les arguments de Bréault en mettant en échec la correction factuelle et la crédibilité de son travail. Ce n'est qu'une décennie plus tard, disent Chaves et Gorski (2001) qu'a été prouvée par Daniel Olson (1999), la justesse de l'analyse de Bréault à propos

de la fausseté des calculs et des résultats originaux de l'étude des théoriciens du choix rationnel de la religion. Pour tester la proposition, Chaves et Gorski s'en sont tenu à l'examen des analyses (93 cas) dans lesquelles la variable dépendante est la participation religieuse globale de la population. Après avoir corrigé l'erreur pointée par Olson et recalculé les 93 analyses, ils ont conclu que l'association entre pluralisme et participation religieuse n'a été positive que dans 11 cas et négative ou nulle dans 82 d'entre eux. Selon ces auteurs, leurs propres résultats réfutent la perspective soutenue par Finke et Stark (Chaves et Gorski, 2001).

Cependant, dans l'année qui a suivi la publication de cet article, Voas, Olson et Crockett (2002) ont fait la preuve de la non-validité de tous les résultats quantitatifs obtenus jusqu'alors, en démontrant que la mesure du pluralisme religieux adoptée par les chercheurs (l'index Herfindahl, utilisé par les économistes pour mesurer la concentration des marchés de produits) fausse artificiellement les calculs, en maintenant une corrélation non nulle entre pluralisme et participation, même quand il n'existait pas de relation substantive entre les variables. Donc, ni les corrélations positives, ni les corrélations négatives entre pluralisme et participation ne servent pour attester ou réfuter la théorie.

Face à ce problème, Montgomery (2003) construit un modèle économique formel, fondé sur une nouvelle mesure de la compétition, pour évaluer la théorie en utilisant, comme l'ont fait d'autres chercheurs, les données du recensement des villes de l'état de New-York de 1865 et du recensement de 1990 concernant les dénominations dans les comtés américains. Bien qu'il insiste sur la nécessité de faire d'autres enquêtes pour déterminer si la relation entre compétition et participation est causale ou pas, il conclut que, dans le cas des villes de l'état de New-York, les marchés religieux les plus compétitifs (*i.e.* ayant le plus d'options) présentent une participation religieuse plus forte, tandis que dans les comtés américains on trouve le contraire, c'est-à-dire que les comtés ayant le plus d'options religieuses présentent une participation moindre (Montgomery, 2003). Pourtant, cela ne l'amène pas à réfuter la théorie de Stark et compagnie. Il la considère compatible avec ses propres données empiriques si ceux qui proposent la version forte du choix rationnel admettent que certaines dénominations religieuses présentent une diversité interne capable d'attirer différents types de consommateurs, s'ils dépassent la fausse dichotomie explicative entre l'offre et la demande, s'ils reconnaissent l'existence d'une variation significative entre les demandes religieuses et, enfin, s'ils considèrent que les différences dans la participation religieuse peuvent aussi être orientées plus par les forces de la demande que par celles de l'offre (Montgomery, 2003). Opposé à la version radicale du nouveau paradigme, Montgomery essaie d'accentuer l'importance heuristique de l'analyse de la demande. Cependant, il défend en même temps l'idée que l'on ne peut pas soutenir l'indépendance de la participation religieuse par rapport aux actions des clercs, des congrégations et des dénominations. Il opte, ainsi, pour combiner demande et offre dans l'explication des niveaux de la participation religieuse.

Sur le plan historique, Chaves et Gorski (2001) reconnaissent certains exemples qui appuient la théorie de Stark, comme le cas des bas niveaux de vitalité dans les économies religieuses scandinaves, homogènes sur le plan confessionnel (luthéranisme) et régulées par l'État, en comparaison avec les sociétés plus dérégulées et pluralistes de Grande-Bretagne, Hollande et Allemagne. Par ailleurs, Steve Bruce (2000) montre que la diminution de la régulation étatique des économies religieuses de Finlande, Danemark, Suède et Norvège, s'est accompagnée d'un déclin de leur vitalité. Dans ce même sens, Bruce (1999) et Chaves/Gorski (2001) soulignent la concomitance entre la régulation étatique, l'augmentation du pluralisme et du déclin de la participation religieuse dans l'Europe d'après-guerre et au Canada,

tendances historiques incompatibles avec les ambitieuses propositions universalistes de la théorie du choix rationnel de la religion. Il faut encore remarquer que, au contraire de Stephen Warner (2003), qui limite le nouveau paradigme de la sociologie de la religion à l'économie religieuse des États-Unis, où il existe un marché religieux libre, Stark, Finke et Iannaccone parie sur sa validité universelle (Sharot, 2002). Par rapport au cas américain, Chaves et Gorski (2001) questionnent l'élargissement supposé de la proportion de croyants/pratiquants dans la population des États-Unis durant le XIX^e et le XX^e siècle, considérant que les critères d'appartenance religieuse aux États-Unis – sur lesquels se basent Finke et Stark – se sont affaibli durant cette période, rendant les niveaux d'appartenance formelle plus élevés que ceux de fréquence effective aux offices. Pour donner de l'eau à ce moulin, Hadaway, Marler et Chaves (1998) ont découvert que la fréquence aux cultes de fin de semaine dans l'Irlande, pays majoritairement catholiques avec peu de pluralisme, présentent des taux élevés de participation religieuse et de fréquence aux messes. Cette fréquence dans les églises nord-américaines est très sensiblement au-dessous de ce qui ressort de la plupart des sondages et enquêtes d'opinion.

D'un autre côté, il existe des cas historiques d'économies religieuses qui s'insèrent pleinement dans l'explication du nouveau paradigme. Finke (1997) argumente :

« Le Japon d'après la Seconde Guerre mondiale en est l'un des nombreux exemples. Avant la fin de la Seconde Guerre mondiale le gouvernement contrôlait de façon stricte l'activité religieuse au Japon. L'État subventionnait les sanctuaires shintos et la participation aux cérémonies shintoïstes était une sorte de devoir civique. Les religions alternatives devaient être reconnues par le gouvernement pour exister légalement et, une fois qu'elles étaient reconnues, elles devaient faire face de la part de l'État à des interférences, des suppressions et de la persécution. [...] Mais la déroute japonaise et l'occupation alliée en 1945 ont engendré une abolition immédiate de toutes les lois qui contrôlaient la religion, séparant la religion shintô et l'État et concédant une liberté religieuse sans précédent. [...] De nouvelles religions ont surgi comme les champignons après la pluie. [...] On a argumenté qu'il s'agissait d'une demande de religion et non pas d'une offre qui a poussé de façon dramatique après la Seconde Guerre mondiale. Cette explication [...] suggère que, lorsque les personnes se trouvent confrontées à des frustrations, de l'instabilité sociale et une perte de la foi en les institutions traditionnelles, elles recherchent de nouvelles religions qui leur apportent de nouvelles réponses. [...] Je rejette cet argument pour plusieurs raisons. D'abord, la déroute japonaise n'a pas donné lieu à un processus de fuite spirituelle : les religions traditionnelles n'ont pas enregistré d'augmentation du nombre de leurs membres ou de la dévotion. Segundo, la croissance des nouvelles religions a continué longtemps après que l'économie japonaise se soit récupérée et cela continue encore. Tercio, l'Allemagne a partagé la déroute japonaise mais son économie religieuse a continué d'être fortement régulée et n'a pas enregistré un boom des nouvelles religions après la guerre ».

Bien qu'elles soient sans conclusion définitive – dans la mesure où il existe des évidences historiques aussi bien contraires que favorables à la relation entre pluralisme et participation religieuse – les disputes théoriques et méthodologiques citées ci-dessus permettent au moins de constater que la régulation étatique, le pluralisme et la compétition, sont insuffisants pour expliquer les niveaux de participation dans une économie religieuse donnée ; et ceci indépendamment de leurs plus ou moins fort impact sur l'offre ou sur l'activisme des producteurs religieux. Les variables indépendantes pluralisme et compétition ne peuvent rendre compte de la question. D'autres facteurs importants entrent en jeu, y

compris ceux qui sont relatifs à la demande. Par exemple, pour expliquer pourquoi la Finlande présente des niveaux de participation religieuse plus élevés que ses autres voisins nordiques, bien que tous aient une religion hégémonique et une histoire de régulation étatique semblables, Steve Bruce (2000) observe que ce pays est moins urbain, a un revenu moyen plus bas et que son intégrité nationale est liée au luthéranisme qui a joué un rôle important dans la lutte contre la domination russe, prolongée jusqu'en 1917. En associant la modernisation économique et sociale avec le déclin de l'engagement religieux (argument classique de la théorie de la sécularisation) et en identifiant luthéranisme et nationalité finlandaise, Bruce argumente que ces facteurs agissent sur la demande religieuse –c'est-à-dire sur les goûts, les préférences et les choix individuels et collectifs- pour expliquer la différence entre les niveaux de participation religieuse en Finlande et chez ses voisins. Dans cette explication le luthéranisme finlandais n'est pas envisagé forcément en tant que producteur religieux plus efficace que chez ses confrères nordiques ; son efficacité dans l'élévation du niveau de participation religieuse résulte tant de son lien avec la lutte pour la libération nationale que de la faible modernisation économique de la Finlande. Dans son argumentation, Bruce examine des processus historiques différents et compare des relations entre Église, État, identité et indépendance nationale, toutes dimensions qui sont en général marginalisées par le nouveau paradigme, hormis la relation Église-État et la régulation étatique des économies religieuses.

Beaucoup des critiques du nouveau paradigme poussent pour qu'il incorpore de façon effective l'analyse de la demande en tenant compte des raisons historiques et macro-sociales de sa variation dans le temps et l'espace, au lieu de la considérer comme relativement stable. À ce propos, toutefois, il faut noter que les notions de régulation étatique, libre marché, monopole, pluralisme, entreprises religieuses, marché et compétition constituent des facteurs contextuels qui agissent tant sur les producteurs que sur les consommateurs du religieux. Autrement dit, bien qu'elle soit réduite, la contextualisation tant de l'offre que de la demande est présente dans le nouveau paradigme. Pourtant, ses limitations sont évidentes en ce qui concerne les enquêtes sur la demande ou sur les contraintes culturelles, sociales et politiques par rapport aux choix religieux individuels. Finke (1997) reconnaît que « les marchés religieux résultent tant des forces de l'offre que de la demande », mais il réduit son analyse à l'offre. C'est un problème important. En effet, si l'on considère que « les identités des personnes, les choix et même leur sens de leur intérêt propre semblent bien être informés par leur contexte social », comme l'affirme Mellor (2000), le nouveau paradigme se trouve très limité à moins qu'il ne prenne au sérieux les questions de contexte.

Il est donc indispensable de faire une recherche sur le contexte de la prise de décision bien au-delà des facteurs strictement internes aux économies et aux entreprises religieuses, dans la mesure où le choix religieux ne se fait jamais dans un vide social non plus qu'il n'est limité par les options qu'offre le marché ou par la régulation étatique. Les médiations sociales sont nombreuses qui influencent, modèlent et limitent les préférences et les choix religieux, individuels et collectifs (Sherkat, 1997). Finke (1997) reconnaît l'une d'entre elles lorsqu'il affirme que les sous-cultures locales peuvent restreindre les choix et altérer les préférences religieuses des consommateurs religieux locaux. Mais c'est encore trop peu. Maria Lucia Montes (1998) affirme que « L'adhésion à la foi présuppose un travail plus profond du social qui, antérieur aux individus, modèle pour eux leurs choix dans le champ religieux ». C'est pourquoi elle critique la théorie du marché des biens de salut, dominée par une logique de l'intérêt,

parce que celle-ci envisage le choix religieux uniquement comme une question d'ordre individuel. Pour Montes (1998) :

« [...] dans le délicat filet social qui soutient, pour les humains, la crédibilité en un système d'interprétation de leur expérience du monde, une infinité de médiations s'interposent entre l'individu et la société. Dans le cas de la religion, comme l'on sait, les institutions – églises, temples, synagogues, terreiros, centres et autres organisations plus larges qui en font partie – qui sont responsables pour la systématisation et la transmission des croyances, ainsi que des pratiques liturgiques, dans les rituels et les cultes, constituent des médiations essentielles. De fait, elles ne sont pas les seules, puisqu'au-delà de l'organisation interne au sacré [...] d'autres systèmes de valeurs et d'autres pratiques ritualisées sont liées à des dimensions profanes de la vie sociale qui, avec leurs myriades de symboles et de signes, dialoguent avec ce système d'interprétation et sont susceptibles ou non de le ratifier ou de lui être compatible. C'est ainsi que, dans les sociétés, se constituent des *communautés de sens* plus ou moins larges : c'est grâce à elles que l'expérience du monde peut être interprétée et c'est en leur sein que se définit aussi la place de la religion ».

Cependant, reconnaître les limites du nouveau paradigme n'implique pas qu'on l'écarte. D'abord parce qu'il est difficile de nier son importance heuristique quant à la rénovation théorique et empirique de la sociologie de la religion contemporaine. Plus encore : vu que pendant longtemps l'emphase théorique a été mise justement sur la demande, on voit qu'il a eu le mérite de révéler la potentialité analytique forte de l'offre, qui avait été reléguée au second plan, et son interprétation à partir d'un point de vue novateur.

Pourtant, l'analogie avec le marché économique en même temps qu'elle innove, limite ce point de vue dans la mesure où une grande partie du fonctionnement, de l'organisation et des comportements des agents et des producteurs religieux échappe à la perception des éléments dérivés de la micro-économie. Par exemple, le nouveau paradigme ignore « les organisations religieuses qui ne demandent pas d'engagement exclusif à leurs fidèles », se restreignant en grande partie aux économies religieuses occidentales et, tout particulièrement, aux groupes religieux composés de congrégations qui, en général, cherchent à fidéliser leurs membres (Sharot, 2002). Il n'est pas difficile d'en percevoir les raisons. Weber (1991) a averti que plus le caractère de l'organisation est spécifiquement congrégationnel et plus la position de pouvoir des ministres du culte est confrontée à la nécessité de prendre en compte les besoins des fidèles. L'importance que donne Weber à l'impérieuse nécessité des dirigeants congrégationnels, pour la défense de leurs pouvoirs confessionnels et intérêts institutionnels, de faire des concessions aux demandes prophétiques, traditionalistes et intellectualistes des fidèles découle, en grande partie, du caractère exclusiviste de l'engagement religieux exigé des fidèles, en particulier dans les religions monothéistes. L'analyse webérienne entre en résonance avec la réflexion – centrée sur l'offre – selon laquelle, pour comprendre le succès (maintien et expansion de la base des adeptes) ou l'échec institutionnel des groupes religieux, il faut prendre en considération les pressions que subissent leurs dirigeants et analyser leurs actions et leurs stratégies qui visent à répondre aux demandes des consommateurs et à les fidéliser. En exigeant fréquemment des engagements exclusifs, les religions congrégationnelles constituent un excellent objet d'étude pour le nouveau paradigme qui est centré sur l'action et les stratégies institutionnelles des producteurs religieux, ainsi que sur la rationalité instrumentale des consommateurs et sur la logique de marché. D'autre part, pourtant, ce point de vue apparaît comme peu approprié et même « sans importance », selon Sharot (2002), pour l'analyse des

économies formées par des religions non-monothéistes, majoritairement non-exclusivistes, et par les religions orientales dans lesquelles la majorité des fidèles « n'a pas de liens formels avec les temples et les ministres du culte ».

La théorie du choix rationnel de la religion a donc une aptitude particulière pour analyser les économies religieuses dérégulées, pluralistes et compétitives, dotées de marchés libres et de groupes religieux qui demandent à leurs adeptes un engagement exclusif. Pour cette tâche, elle donne la priorité à la recherche des facteurs internes des économies religieuses et limite son analyse contextuelle des facteurs externes dont elle considère qu'ils agissent directement sur le marché et sur les produits religieux et entre lesquels s'impose la régulation étatique.

Pour donner un exemple de comment cette approche diffère de l'approche antérieure, centrée sur la demande, nous présentons, succinctement, la théorie sociologique classique sur l'expansion pentecôtiste au Brésil. De type fonctionnaliste, elle donne la primauté aux transformations macro-structurelles de la société par le surgissement de certaines demandes sociales et par le changement des choix religieux d'une partie de la population brésilienne, en particulier entre les franges les plus pauvres et les migrants ruraux. La transition de la société traditionnelle vers le capitalisme moderne, à travers l'industrialisation, le déracinement social, la migration, l'urbanisation et la prolétarianisation, a provoqué l'anomie chez les migrants ruraux et l'exclusion sociale des masses pauvres, qui ont trouvé dans les églises pentecôtistes des réponses à leurs problèmes. Ainsi, les églises fonctionnent comme des mécanismes d'intégration, de solidarité, de restitution d'un ordre psychique et de sécurité identitaire. Tant que le processus de modernisation continuera, on verra se former de telles demandes sociales qui ont favorisé l'expansion pentecôtiste. Si l'on met de côté les problèmes de fonctionnalisme, déjà longuement débattus, on remarque que l'analyse centrée sur la demande s'attache à des facteurs extra-religieux génériques, soi-disant responsables des changements de choix religieux de ceux qui ont adhéré aux églises pentecôtistes, lesquelles sont vues en grande partie comme une réponse mécanique à des stimuli extérieurs. La principale limitation de cette analyse est son incapacité à expliquer l'énorme inégalité dans la performance numérique et dans l'organisation institutionnelle entre les églises pentecôtistes présentes dans les grands centres urbains. De fait, leur taille va du groupe installé dans un garage à de véritables multinationales de la foi. Pour comprendre ce phénomène, la focalisation sur l'offre constitue, de loin, la meilleure option analytique mais ceci n'implique pas de laisser de côté les facteurs contextuels qui agissent sur la demande.

4. Les théories de la Rigueur et de la vigueur des groupes religieux : conditions du succès ou de l'échec

Stark (1996) présente des propositions sur les conditions du succès ou de l'échec des groupes religieux dans les économies dérégulées, mettant en avant le rôle de la rigueur sectaire (strictness) pour la vitalité institutionnelle. Pour croître, un groupe religieux doit maintenir une forte tension envers la culture ambiante, être différent et imposer des modèles moraux relativement rigoureux (Stark, 1996). Autrement dit, il doit être sectaire et rigoureux (Stark, 1996 ; Iannaccone, 1994 ; Finke, 1997). La rigueur se réfère au groupe religieux qui maintient « un style de vie différent et discordant au niveau de la morale personnelle et de la vie familiale, dans des domaines comme le vêtement, l'alimentation, la boisson, les loisirs, le temps libre, le sexe, l'éducation des enfants » (Stark, 1999a). La rigueur, outre qu'elle marque des traits distinctifs et sectaires, rend les groupes religieux plus forts contre les profiteurs

(*free-riders*), qui portent préjudice à l'action collective en partageant les bénéfices sans y contribuer et découragent ainsi les efforts et la vertu des autres. La création de barrières à l'entrée dans le groupe, au moyen d'exigences fortes, oblige les membres à se qualifier pour répondre aux sacrifices demandés à tous, augmentant par conséquent le niveau moyen d'engagement. À leur tour, les niveaux élevés d'engagement débouchent sur de plus fortes production et consommation collectives de biens religieux comme les cultes, les sermons, la liturgie et la louange, participatives et enthousiastes (Finke, 1997 ; Iannaccone, 1994). Toutefois, trop de rigueur est contre-productif. C'est pourquoi elle doit être suffisamment élevée pour éloigner les profiteurs et les rebelles, mais « suffisamment basse pour ne pas repousser tout le monde, hormis quelques inadaptés et fanatiques » (Stark, 1996).

Pour avoir du succès un groupe religieux doit offrir plus de récompenses qu'exiger de sacrifices. Pour ce faire, il a deux options : augmenter les biens et services offerts ou diminuer les coûts pour les membres. Plus facile et tentatrice, cette seconde option tend à précipiter le processus de transformation des sectes en églises, qui sont définies – au contraire des premières – par un taux bas de tension avec la culture environnante. La réduction des coûts et de la tension entraîne, en définitive, un relâchement du comportement et de l'engagement des adeptes et, donc, une chute de la production et de la consommation collectives des biens religieux (Finke, 1997). De là le déclin des groupes qui réduisent leurs exigences, ce qui est généralement accompagné par l'irruption de dissidences et la formation de nouvelles sectes. L'une des principales pressions pour réduire la rigueur sectaire vient généralement des nouvelles générations de membres qui, pour être nés dans la religion et ne pas avoir effectué une adhésion volontaire au groupe religieux rigoureux, tendent à demander la diminution des sacrifices au niveau du comportement. Le fait de céder à de telles pressions entraîne la perte de vigueur collective, mais l'option de maintenir des coûts élevés d'appartenance et de participation soulève aussi des difficultés car elle dépend de l'efficacité de la socialisation religieuse à générer l'obéissance à la rigueur et à éviter un nombre élevé de défections (Stark, 1996). Pourtant elle est compensatoire. Des études réalisées aux États-Unis confirment que, en comparaison avec les adeptes des dénominations protestantes libérales et modérées, les membres des sectes contribuent plus sur le plan financier, fréquentent plus les cultes, maintiennent des croyances plus fortes, appartiennent à plus de groupes religieux internes et sont beaucoup moins engagés dans les organisations séculaires (Iannaccone, 1994). Soumis à des exigences majeures, les membres des sectes sont, en général, plus actifs et plus engagés.

Une objection faite à cette perspective est la subjectivité qui entre en jeu dans l'évaluation des récompenses et des exigences. Les fidèles, par exemple, peuvent envisager de façons très différentes la valeur et le sacrifice des uns et des autres (Bruce, 1999). Iannaccone (1994) reconnaît que des « mesures objectives » sur la rigueur « sont difficiles à obtenir » mais elle insiste sur le fait qu'il est possible de vérifier et de comparer leur plus grande ou moindre intensité dans les différents groupes religieux. Par rapport au comportement maximisateur et aux récompenses, il reste à « spécifier plus précisément ce qui est maximisé » (Montgomery, 2003). Sur ce point, Stark souligne l'importance des échanges sociaux à l'intérieur des groupes sectaires.

L'engagement religieux est soutenu par des « liens interpersonnels », à travers lesquels les individus vivent et évaluent leur religion (Stark, 1996). Les « relations personnelles font partie des récompenses tangibles de la participation à un mouvement religieux » car l'affection, le respect, la sociabilité et la camaraderie sont des biens essentiels de l'échange (Stark, 1996). Des engagements religieux solides et des réseaux de sociabilité forts semblent bien s'alimenter mutuellement. Il suffit de

voir que si une petite minorité des protestants libéraux dit avoir quelques amis personnels proches parmi les fidèles de leur congrégation locale, la majorité des membres des sectes protestantes affirme que presque tous ou tous leurs meilleurs amis appartiennent à leurs congrégation (Stark, 1996). Les groupes religieux n'auront donc du succès que s'ils promeuvent des relations internes fortes et, simultanément s'ils « constituent un réseau social ouvert, capable d'établir et de maintenir des liens avec ceux de l'extérieur ».

Le noyau de cette argumentation donne un poids heuristique très important à la rigueur. Parce qu'il la considère comme la clé de la « morale élevée » et de la « croissance rapide » du religieux, Stark (1996) marginalise des facteurs essentiels pour la compréhension de ce phénomène. Voyons, par exemple, le cas de l'Église Universelle du Royaume de Dieu, qui peut être définie comme une secte à cause de la forte tension qu'elle génère par rapport à la culture nationale. À cause de l'évangélisme électronique, des mégatemples, des nombreuses promesses de bénédictions et de prospérité matérielle et de ses cultes de masse, l'Universelle présente un taux élevé de clients (*free-riders*) qui recherchent des grâces ponctuelles. Ceci devrait engendrer un engagement faible et un déclin numérique, plus encore parce que, à l'exception notable du sacrifice financier, elle exige peu au niveau des comportements. Pourtant, les données de la recherche Novo Nascimento, réalisée au milieu des années 1990 à Rio de Janeiro, d'un côté renforcent la théorie de la rigueur en montrant que les fidèles de l'Universelle ont moins participé aux campagnes d'évangélisation dans le mois précédant la recherche que leurs pairs d'autres églises mais, d'autre part, elles mettent en échec la théorie en question en montrant que les fidèles de l'Universelle ont payé, proportionnellement, plus de dîmes et d'offrandes et qu'ils ont plus fréquenté les cultes, ce qui met en évidence des coûts et des engagements élevés (Fernandes, 1998).

On peut analyser l'expansion de cette dénomination en considérant, au-delà de la rigueur, d'autres facteurs centrés sur l'offre. Par rapport aux données citées, par exemple, on observe que l'Universelle compense la faible militance des fidèles à travers une stratégie particulière. Celle-ci confère aux leaders ecclésiastiques, appuyés par des milliers « d'ouvriers », la tâche de concentrer les efforts prosélytes, en dirigeant l'évangélisme électronique et l'offre systématique de services magico-religieux adaptés aux demandes matérielles et spirituelles des franges pauvres de la population. La fréquentation élevée de ces cultes résulte, en partie, de la promotion de « chaînes » auxquelles les adeptes doivent se rendre, obligatoirement, durant plusieurs semaines, pour ne pas les briser et profiter des effets magiques proposés et désirés. Son efficacité reconnue à obtenir de grands sacrifices financiers des fidèles est due à l'implacable recouvrement du paiement des dîmes et des offrandes ainsi qu'à son succès –soutenu par la théologie de la prospérité et par d'incessants témoignages de réussite matérielle– à les persuader et à les convaincre que ce n'est qu'ainsi qu'ils expriment leur foi, deviennent des « partenaires de Dieu », aptes à recevoir des bienfaits « en abondance ».

L'économie religieuse brésilienne contemporaine est pluraliste, compétitive et elle fonctionne comme un marché libre, malgré l'hégémonie et la plus grande légitimité sociale de l'Église Catholique ainsi que des privilèges étatiques dont elle jouit. De ce fait, le contexte brésilien constitue un excellent champ d'application et un test de la théorie du choix rationnel de la religion. Tant parce qu'il se distingue sur ce marché que par son audace prosélyte, le courant pentecôtiste constitue un objet de recherche qui va comme un gant à cette perspective théorique. Du côté de l'offre, plusieurs églises pentecôtistes ont une large disposition pour faire face à la concurrence, batailler pour le marché, faire du prosélytisme, créer de nouvelles demandes, exiger un engagement exclusif des adeptes, adopter des

techniques publicitaires, stratégies de marketing et méthodes de gestion et d'organisation typiques de la rationalité économique. Du côté de la demande, par ailleurs, on constate la présence, à large échelle, d'une rationalité instrumentale promue par l'offre de services magiques et par des promesses de bénéfices matériels et spirituels basés sur les relations de réciprocité et d'échange.

Pourtant, il faut remarquer que cette perspective tend à hypertrophier le rôle des leaders religieux, à réduire l'action des fidèles et à reléguer au second plan les groupes qui ont réussi malgré le manque de structures organisationnelles et de finances centralisées (Buyukokutan, 2006). Elle présente aussi un risque d'entrer dans des perspectives mécanicistes et déterministes, si elle amène à supposer que les impératifs du marché s'imposent automatiquement sur les groupes religieux qui agissent dans un contexte de compétition ou de marché. Pour éviter ces écueils, il faut vérifier la façon dont les leaders religieux intègrent les contraintes internes et externes dans leurs calculs et, s'ils le font, comment ils construisent une stratégie d'action à partir de cela (Friedberg, 1993). Dans le cas du pentecôtisme brésilien, par exemple, on observe à la fois une émulation par rapport aux pratiques et aux stratégies expansionnistes de l'Universelle de la part des leaders d'autres groupes pentecôtistes et, aussi, une résistance et un rejet de celle-ci, motivées dans ce cas par des principes éthiques, des raisons doctrinales, du sectarisme et du traditionalisme. Ces comportements différenciés indiquent qu'il existe des impératifs variés et divergents (outre ceux qui ont trait au marché), des rationalités, des motivations et des jeux d'intérêts dans ces groupes religieux ; ceux-ci sont liés à différentes trajectoires historiques, traditions dénominationnelles, contextes d'action religieuse et médiations socioculturelles.

5. Bibliographie

- ABRAMOVAY, Ricardo (2004) : « Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas Ciências Sociais », *Tempo Social. Revista de Sociologia da USP*, vol. 16, n° 2, p. 35-64.
- BAERT, Patrick (1997) : « Algumas limitações das explicações da escolha racional na Ciência Política e na Sociologia », *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 12, n° 35.
- BERGER, Peter L. (1985) : *O Dossel Sagrado: Elementos para uma sociologia da religião*. São Paulo, Paulinas.
- BRUCE, Steve (1999) : *Choice and Religion: A Critique of Rational Choice Theory*. Oxford, Oxford University Press.
- BRUCE, Steve (1999) : « The supply-side model of religion: The Nordic and Baltic States », *Journal for the Scientific Study of Religion*, vol. 13, issue 1, p. 32-46.
- BUYUKOKUTAN, Baris (2006) : « Evaluating rational choice theories of religion », Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Montreal, Quebec, Canada, http://www.allacademic.com/meta/p103187_index.html. Consultado em 1/7/2008.
- CHAVES, Mark (1995) : « On the rational choice approach to religion », *Journal for the Scientific Study of Religion*, vol. 34, n° 1, p. 98-104.
- CHAVES, Mark & GORSKI, Philip S. (2001) : « Religious pluralism and religious participation », *Annual Review of Sociology*, 27, p. 261-281.
- COLLINS, Randall (1993) : « Book review of A Theory of Religion, by Rodney Stark and Williams Sims Bainbridge », *Journal for the Scientific Study or Religion*, vol. 32, n° 4, p. 402-406.
- COLLINS, Randall (1997) : « Stark and Bainbridge, Durkheim and Weber: theoretical comparisons », (in) YOUNG, Lawrence A. [org.], *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, p. 161-180.

- FERNANDES, Rubem César (1998) : *Novo Nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política*. Rio de Janeiro, Maud.
- FINKE, Roger (1997) : « The consequences of religious competition: supply-side explanations for religious change », (in) YOUNG, Lawrence A. [org.], *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, p. 45-64.
- FINKE, Roger & STARK, Rodney (1988) : « Religious economies and sacred canopies: Religious mobilization in American cities, 1906 », *American Sociological Review*, 53, p. 41-49.
- FONSECA, Alexandre Brasil (1997) : *Evangélicos e mídia no Brasil*. Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- FRIEDBERG, Erhard (1993) : *O poder e a regra: dinâmicas da ação organizada*. Lisboa, Instituto Piaget.
- FRIGERIO, Alejandro (2000) : « Teorias econômicas aplicadas ao estudo da religião: em direção a um novo paradigma? », *BIB, Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, nº 50, p. 125-143.
- HADAWAY, C. K. ; MARLER, P. L. & CHAVES, M. (1998) : « Overreporting church attendance in America: evidence that demands the same verdict », *American Sociological Review*, vol. 63, nº 1, feb., p. 122-130.
- IANNACCONE, Laurence R. (1994) : « Why strict churches are strong », *American Journal of Sociology*, 99, p. 1180-1211.
- IANNACCONE, Laurence R. (1995) : « Voodoo economics? Reviewing the rational choice approach to religion », *Journal for the scientific study of religion*, 34 (1), p. 76-89.
- IANNACCONE, Laurence R. (1997) : « Rational choice: framework for the scientific study of religion (in) YOUNG, Lawrence A. [org.], *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, p. 25-44.
- IANNACCONE, Laurence, FINKE, Roger & STARK, Rodney (1997) : « Deregulating religion: The economics of church and state », *Economic Inquiry*, 35, p. 350-364.
- JEROLMACK, Colin (2004) : « Religion, rationality, and experience: a response to the new rational choice theory of religion », *Sociological Theory*, 22, nº 1, p.140-160.
- KELLEY, Dean M. (1986) : *Why conservative churches are growing*. Georgia, Mercer University Press.
- MARIANO, Ricardo (2001) : *Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil*. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 285p.
- MELLOR, Philip A. (2000) : « Rational choice or sacred contagion? „Rationality’, „non-rationality’ and religion », *Social Compass*, vol. 47, nº 2, p. 273-292.
- MONTES, Maria Lucia (1998) : « As figuras do sagrado: entre o público e o privado », (in) NOVAIS, Fernando [coord.] & SCHWARCZ, Lilia M. [org.], *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo, Companhia das Letras, vol. 4, p. 63-171.
- MONTGOMERY, James D. (2003) : « A formalization and test of the religious economies model », *American Sociological Review*, vol. 68, october, p. 782-809.
- OLSON, Daniel V. A. (1999) : « Religious pluralism and U.S. church membership: a reassessment », *Sociology of Religion*, vol. 60, nº2, p. 149-173.

- SHAROT, Stephen (2002) : « Beyond christianity: a critique of the rational choice theory of religion from a weberian and comparative religions perspective », *Sociology of Religion*, vol. 63, n° 4, p. 427-454.
- SHEA, Chris (2001) : « Supply and demand among the faithful », *New York Times*, New York, 24/3.
- SHERKAT, Darren E. (1997) : « Embedding religious choices: preferences and social constraints into rational choice theories of religious behavior », (in) YOUNG, Lawrence A. [org.], *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, p.65-85.
- SHERKAT, Darren E. & ELLISON, Christopher G. (1999) : « Recent developments and current controversies in the sociology of religion », *Annual Review of Sociology*, vol. 25, p. 363-394.
- STARK, Rodney (1985) : « From church-sect to religious economies », (in) HAMMOND, Phillip E. [Ed.], *The sacred in a post-secular age*. Berkeley, University of California Press.
- STARK, Rodney (1996) : « Why religious movements succeed ou fail: A revised general model », *Journal of Contemporary Religion*, vol. 11, n° 2, p. 133-146.
- STARK, Rodney (1997) : « Bringing theory back in », (in) YOUNG, Lawrence A. [org.], *Rational choice theory and religion: summary and assessment*. New York, Routledge, p. 3-23.
- STARK, Rodney (1999a) « Micro foundations of religion: A revised theory », *Sociological Theory*, vol. 17, n°3, p. 264-289.
- STARK, Rodney (1999b) : « Secularization, R.I.P », *Sociology of Religion*, vol. 60, n° 3, p. 249-273.
- STARK, Rodney & BAINBRIDGE, William Sims (1985) : *The future of religion: Secularization, revival, and cult formation*. Berkeley, University of California Press.
- Idem, (1996) : *A theory of religion*. New Brunswick, Rutgers University Press.
- STARK, Rodney & FINKE, Roger (2000) : *Acts of Faith*. Berkeley, University of California Press.
- STARK, Rodney & IANNACCONE, Laurence (1992) : « Sociology of religion », (in) BORGATTA, Edgar F. & BORGATTA, Marie L. [orgs], *Encyclopedia of Sociology*. New York, MacMillan Publishing Company, vol. 4, p. 2029-2037.
- Idem, (1993) : « Rational choice propositions about religious movements », *Religion and Social Order*, vol. 3a, p. 241-261.
- Idem, (1994) : « A supply-side reinterpretation of the „secularization’ of Europe », *Journal for the Scientific Study of Religion*, 33, p. 230-252.
- SWEDBERG, Richard (2005) : *Max Weber e a idéia de sociologia econômica*. Rio de Janeiro, UFRJ.
- Voas, David ; OLSON, Daniel & CROCKETT, Alasdair (2002) : « Religious pluralism and participation: Why previous research is wrong », *American Sociological Review*. Vol. 67, p.212230.
- WUTHNOW, Robert (2005) : « New directions in the study of religion and economic life », (in) SMELSER, Neil J. & SWEDBERG, Richard [ed.], *The Handbook of Economic Sociology*. 2 ed. Princeton e Oxford, Princeton University Press; New York, Russell Sage Foundation.
- WARNER, Stephen. (1993) : « Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States », *American Journal of Sociology*, 98, p. 1044-1093. Weber, Max (1991) : *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília, UNB, vol. 1.
- WILLIAMS, Rhys H. (2000) : « Rational choice theory and religion: Summary and assessment », (Book Review). *Sociology of Religion*, Vol. 61, Issue 1.