

Culti e Scelta Razionale

Critica al modello di mercato nelle scelte religiose

Luigi Corvaglia

Abstract

The article reviews the critical issues related to the application of the Rational Choice Theory to the religious sphere, as suggested by the Theory of Religious Economy. Psychological and computational difficulties are evaluated together with those linked to the endogenous change of preferences and the social aspects of rationality.

Therefore, the problematic aspects internal to the market paradigm in the religious field are highlighted. These aspects are very important, given the use of the Theory of Religious Economy that is made by some “cult apologists”.

Culti e scelta razionale

1. TSR e scelte autolesive

“Nessuna opera va intrapresa prima di averne calcolato il costo” diceva **Robinson Crusoe**. Questo personaggio è generalmente utilizzato quale prototipo dell'*homo oeconomicus* immaginato dalla scuola economica neoclassica. In effetti, si può affermare che il romanzo di Daniel Defoe (*The Life and Strange Surprising Adventures of Robinson Crusoe, of York, Mariner*) pubblicato nel 1719, sia il manifesto di una ideologia, quello della fiducia nell'autodeterminazione dell'individuo razionale. Tornato allo stato di natura, Robinson riorganizza con la pura razionalità britannica la propria esistenza con i mezzi a disposizione nell'isola sulla quale è naufragato, perfettamente conscio dei costi e dei guadagni delle sue azioni. Questa concezione della scuola economica neoclassica è alla base della **Teoria della Scelta Razionale (TSR)**, un paradigma la cui esemplificazione più concreta è il modello del *consumatore*¹. Questi confronta, sulla base del proprio vincolo di bilancio, panieri di beni alternativi e sceglie quello che gli procura il maggior benessere, cioè, come dicono gli economisti, che massimizza la sua *utilità*. In altri termini, ogni attore compirebbe la scelta dei mezzi migliori a disposizione in base alle proprie credenze e i propri desideri, dato un universo di scelte possibili (*feasible set*) in vista di una massimizzazione del proprio utile. È quello che avviene quando confrontiamo diverse marche di shampoo sullo scaffale del supermercato. Il consumatore compie delle scelte razionali sulla base delle informazioni in suo possesso e della sua disponibilità economica.

Questo paradigma economicista ha avuto ampia fortuna arrivando a dilagare in ambiti come la sociologia (Homans, 1974², Coleman, 1986³) e la criminologia (Becker, 1968)⁴. Le applicazioni che rivestono maggiore interesse per lo psicologo e per il giurista sono quelle che avvengono in ambiti in cui le scelte appaiono controproducenti, ossia sembrano avere ricadute negative per l'attore stesso, cosa che crea difficoltà ad applicarvi l'aggettivo "razionale". Due ottimi esempi sono quelli della assunzione di sostanze stupefacenti e dell'adesione a culti di tipo totalitario e abusante.

Nel 1988, **Gary S. Becker**, che quattro anni dopo vincerà il Nobel per l'economia, ha proposto insieme a **Kevin M. Murphy** la **teoria della dipendenza razionale (TDR)**⁵. Gli autori ipotizzano che quella che a molti può apparire una scelta irrazionale, quella di assumere sostanze in grado di provocare dipendenza, possa essere presa sulla scorta di un ragionamento razionale. Il futuro tossicomane è un Robinson che, calcolati i costi della sua scelta, conclude che la dipendenza è l'opzione migliore, la più vantaggiosa, in un determinato periodo della vita, in un particolare contesto dato e per le prospettive future ipotizzate dal soggetto. Egli è quindi un consumatore consapevole e, quindi, *libero*.

¹ Arrow, K. J. ([1987] 1989). "Economic Theory and the Hypothesis of Rationality," in *The New Palgrave: Utility and Probability*, pp. 25-39.

² Homans G.C. (1974) *Le forme elementari del comportamento sociale*, Milano, Angeli.

³ Coleman J.S. (1986) *Individual interests and collective action: selected essays*, Cambridge, Cambridge University Press.

⁴ Becker, G. (1968) "Crime and Punishment: An Economic Approach". *The Journal of Political Economy* 76: 169-217

⁵ Becker, G. and K. Murphy (1988) "A theory of rational addiction". *Journal of Political Economy*, 96, 675-700

Un altro ambito in cui la TSR ha avuto applicazione è quella della religione. **Rodney Stark** può considerarsi il fondatore della *teoria dell'economia religiosa* (Stark, e Roger Finke. 2000)⁶. Il fedele, secondo questa teoria, è un consumatore di un bene religioso che questi sceglie razionalmente da un paniere di beni religiosi forniti da differenti imprese religiose (*religious firms*) sulla base del calcolo economico. Come quello tossicofilo, però, il Robinson religioso dovrebbe conoscere bene tutti i costi della propria scelta. Ne consegue che anche l'adepto di un eventuale culto abusante sarebbe un consumatore consapevole e *libero*.

La teoria dell'economia religiosa postula l'esistenza di una domanda religiosa costante. La diversa risposta dei consumatori dipende quindi dalla qualità dell'offerta e dall'ingerenza dello Stato. Infatti, a differenza della *Teoria della Dipendenza Razionale* di Becker e Murphy (TDR), la *Teoria dell'Economia Religiosa* (TER) di Stark comporta delle valutazioni in merito alle ingerenze dello Stato nel mercato religioso che abbandona l'ambito descrittivo per quello prescrittivo secondo una prospettiva che avvicina i suoi teorici più ad attivisti che ad asettici studiosi di sociologia delle religioni (Taylor, 2006)⁷.

In termini elementari, si può sintetizzare la concezione della TER con l'idea che minori sono gli ostacoli legislativi, cioè, in termini di mercato, maggiore la *liberalizzazione* religiosa, maggiore sarà la partecipazione, cioè l'acquisto di beni religiosi da parte degli individui. Il concetto è espresso chiaramente nel quarto principio della TER da parte dello stesso Stark:

Nella misura in cui un'economia religiosa è competitiva e pluralista, i livelli complessivi di partecipazione religiosa tenderanno ad essere alti. Al contrario, nella misura in cui un'economia religiosa è monopolizzata da una o due imprese supportate dallo stato, nel complesso i livelli di partecipazione tendono ad essere bassi (Stark e Iannaccone, 1994).⁸

Ne consegue che chi auspicasse un aumento della partecipazione religiosa dovrebbe farsi partigiano della concorrenza spirituale contro ogni pretesa monopolistica. In altri termini, dovrebbe auspicare, accanto a quella del proprio credo, anche la persistenza di tutti gli altri possibili culti. Oltretutto, chi fosse particolarmente interessato a garantire il rigore nella partecipazione ai dettami della propria fede dovrebbe auspicare, non il venir meno delle altre fedi, ma maggiore concorrenza di altre fedi, perché proprio la concorrenza comporterebbe il prevalere di versioni più esigenti. Infatti, ogni religione deve soddisfare i bisogni dei fedeli meglio di come facciano le altre. Come espresso chiaramente da **Massimo Introvigne**, fra i divulgatori di questa concezione, nel mercato "c'è una sorta di lotta darwiniana anche in campo religioso. Tendono a prevalere le proposte religiose più esigenti: tra gli ebrei gli ortodossi, nell'islam i fondamentalisti, e tra i cattolici i movimenti e le congregazioni più rigide"⁹. Questo si spiega col fenomeno dei "free riders", letteralmente di coloro i quali "viaggiano a sbafo". In ambito religioso viaggiano senza biglietto coloro i quali vogliono ottenere i benefici di una impresa collettiva – come una Chiesa – ma non vuole pagarne i costi. Un'organizzazione può tollerare alcuni *free riders*, ma non troppi. "Nel campo delle religioni – scrive Introvigne -, le organizzazioni meno *strict* e rigorose, che impongono bassi

⁶ Stark, R., Finke, R. (2000) *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion*. University of California Press, Berkeley - Los Angeles - Londra.

⁷ Taylor, M. (2006). *Rationality and the Ideology of Disconnection*. Cambridge University Press,

⁸ Stark, R., Iannaccone, L.R., "A Supply-Side Reinterpretation of the "Secularization" of Europe", *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol. 33, No. 3 (Sep., 1994), pp. 230-252 (pag. 233)

⁹ Magister, S., "Secolarizzazione addio. È l'ora del toro nella borsa delle religioni", *L'Espresso*, 14.08.2003
<http://chiesa.espresso.repubblica.it/articolo/6982.html>

Culti e scelta razionale

costi di entrata e controllano in modo blando se i membri hanno pagato il biglietto, cioè se si impegnano sufficientemente, imbarcano un numero così alto di *free rider* da offrire ai loro fedeli un'esperienza religiosa annacquata e poco soddisfacente, (...) Le organizzazioni più rigorose fanno pagare un biglietto più costoso, e controllano che tutti lo paghino: dunque lasciano entrare meno *free rider*, e i beni simbolici prodotti da un gruppo dove i *free rider* non abbondano si presentano in genere come più soddisfacenti per i consumatori.”¹⁰

In definitiva, difendere i culti, anche quelli più lontani dalle fedi maggiori, comporta un aumento tanto della domanda (quantità) quanto del rigore (qualità) anche delle fedi più professate. Ciò spiega in parte l'impegno, apparentemente paradossale, di autori cattolici per garantire la sussistenza di una grande “offerta” religiosa, anche se tale offerta è costituita da culti lontanissimi dal proprio e spesso molto discussi, come *Scientology*.

2. Criticità della Teoria della Scelta Razionale

2.1 - Difficoltà computazionali, cognitive ed emozionali

Il modello di razionalità proposto dalla TSR è quello di una razionalità strumentale (coerenza tra mezzi e fini), capace di elaborare ed utilizzare l'informazione disponibile per conseguire gli scopi dati. È ampiamente dimostrato che un personaggio dotato di questa capacità computazionale non esiste. **H.A. Simon** ha mostrato, anche attraverso simulazioni al computer di processi di problem solving, come sia praticamente impossibile per esseri umani trovare la scelta «ottimale». Se anche questa fosse in teoria possibile, richiederebbe risorse cognitive tali da essere improponibile e far propendere per soluzioni soddisfacenti più che ottimali. Nel gioco degli scacchi, un potente calcolatore potrebbe valutare tutti i miliardi di alternative, ma i campioni considerano non più di un centinaio di alternative nella scelta di una mossa o una strategia (Simon, 1955)¹¹.

Se Simon è stato il primo psicologo ad assestare un duro colpo all'idea della razionalità delle nostre decisioni, il colpo di grazia che avrebbe mutato definitivamente la concezione dominante di razionalità economica fu sferrato da **Daniel Kahneman** e **Amos Tversky** (1974)¹². Questi mostrarono per la prima volta in modo inattaccabile come i giudizi degli individui siano il prodotto finale dell'azione di particolari meccanismi cognitivi definiti *euristiche* in grado di produrre errori sistematici di giudizio noti come *bias*. Kahneman e Tversky dimostrarono sperimentalmente come gli individui che operano in condizioni di incertezza si lascino spesso guidare da “scorciatoie” logiche piuttosto che da ragionamenti di tipo “algoritmico”. Fra queste scorciatoie, l'*euristica della rappresentatività* che fa sì che i giudizi vengono espressi in base a quanto simile è un oggetto, evento o persona rispetto alla categoria di riferimento. Così, le persone tendono a considerare più probabile che una persona

¹⁰ Introvigne, M., (2005) “Mercato religioso, fondamentalismo e conservatorismo islamico: Il caso della Turchia”, in *La Critica Sociologica*, 152, Inverno 2004-2005, pp. 43-56, pag. 44

¹¹ (Cfr. H.A. Simon, A. [1985] 1955) “Behavioral Model of Rational Choice”, in *Quarterly Journal of Economics*, trad. it.: H. Simon, Causalità, razionalità, organizzazione, Bologna 1985; A. Newell - H.A. Simon, Human Problem Solving, New York 1972.).

¹² Tversky, A., Kahneman D., (1974) “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases”, in *Science*, New Series, Vol. 185, No. 4157. (Sep. 27, 1974), pp. 1124-1131.

creativa, che ami la musica e canti sia un artista rock piuttosto che un operaio, benché la statistica ci dica che l'esistenza di molti più operai che rockstar renda più probabile che questi sia un operaio.

L'*euristica della disponibilità*, invece, fa valutare un dato sulla base di altri dati disponibili in memoria. Molti, per esempio, giudicano viaggiare in aereo più pericoloso del viaggiare in auto, per il fatto che nella loro memoria sono disponibili informazioni diffuse dai mass media circa i disastri aerei. Probabilisticamente, invece, l'automobile è molto più pericolosa.

L'*euristica dell'ancoraggio*, poi, è la tendenza ad affidarsi in modo eccessivo alla prima informazione che ci viene offerta. Per esempio, il primo prezzo offerto per un'automobile di seconda mano imposta lo standard per il resto della negoziazione, nel senso che un prezzo inferiore sembra ragionevole anche se è comunque superiore al valore dell'automobile.

Dopo aver evidenziato euristiche e bias, i due psicologi israeliani posero l'accento su tre importanti fenomeni psicologici, in realtà collegati tra di loro:

L'*effetto contesto (framing)*: il frame, cioè il contesto in cui l'individuo si trova a operare la scelta, ha un effetto determinante sulla scelta stessa. In altri termini, il modo in cui il problema viene formulato influisce sul modo in cui l'individuo lo percepisce, influenzandone la decisione¹³.

L'*avversione alle perdite*: Le persone valutano di più le perdite dei guadagni. Così una decisione può dare origine a scelte opposte se gli esiti vengono rappresentati al soggetto come perdite piuttosto che come mancati guadagni. Ad esempio è più facile rinunciare a un possibile sconto piuttosto che accettare un aumento di prezzo, anche se la differenza tra il prezzo iniziale e quello finale è la stessa.

L'*effetto isolamento* è una sorta di semplificazione della scelta secondo cui i soggetti tendono ad ignorare alcune alternative probabilistiche, concentrandosi solo su altre.

Le osservazioni sperimentali di Kahneman e Tversky composte nella loro "Teoria del prospetto" (1979)¹⁴ mutarono in maniera drastica il nostro sguardo sulla razionalità umana ed ebbero una tale risonanza tra gli economisti da portare alla fondazione della *Economia Comportamentale* o *Finanza Comportamentale* e portare Kahneman al Nobel per l'Economia.

D'altro canto, anche le neuroscienze ci hanno da tempo fatto abbandonare l'idea di una razionalità "pura". **Antonio Damasio** ha dimostrato come le emozioni abbiano un ruolo talmente importante nel determinare le decisioni che, laddove la capacità di provare emozioni sia compromessa, lo stesso processo decisionale diventa impossibile (Damasio, 1995)¹⁵.

Nelle scelte religiose, il fattore emotivo è sicuramente preponderante su quello razionale. Nessuno si converte per aver valutato secondo un algoritmo razionale le alternative in campo e avendo una conoscenza perfetta del bene da acquisire. Sono i sentimenti e le emozioni, spie della nostra omeostasi, ad essere i veri motori della cultura, cioè della costruzione sociale di conoscenze, costumi e credenze. Dice Damasio:

¹³ Un celebre esempio di questo effetto è il *problema della malattia asiatica*, in cui due diverse formulazioni dello stesso problema conducono generalmente a due diverse decisioni da parte della maggioranza degli individui.

¹⁴ Kahneman D., Tversky A. (1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", in *Econometrica*, Vol. 47, No. 2 (Mar., 1979), pp. 263-291

¹⁵ Damasio, A. (1995) *L'errore di Cartesio. Emozione, ragione e cervello umano*, Adelphi, Milano

Culti e scelta razionale

*I sentimenti sono gli arbitri delle scelte, anche di quelle culturali. Per esempio, quando i primi uomini provavano dolore e andavano dal dottore dell'epoca, come sapevano che una cura funzionava? Perché il sentimento di dolore si trasformava in benessere. Il sentimento ci dà tantissime informazioni: senza, non avremmo né conoscenze, né cultura.*¹⁶

2.2 - Akrasia e cambiamento endogeno delle preferenze

La Teoria della Scelta Razionale assume che gli individui perseguano i propri interessi in modo coerente, sulla base di preferenze ordinate in modo tale da non violare il principio di transitività (se si preferisce A a B, e B a C, allora bisogna preferire A a C). A tal proposito, vale la pena citare **Jon Elster** il cui esempio, una novella di H. K. Andersen, è particolarmente suggestivo. Nella novella un contadino va al mercato per vendere o scambiare il suo cavallo. Lungo la strada, però, il contadino baratta il cavallo con una mucca, perché gli piace più del cavallo, poi la mucca con una pecora, per lo stesso motivo, e così questa con un'oca, l'oca con una gallina e la gallina, infine, con un sacco di mele marce. Egli si sarebbe rifiutato di scambiare direttamente il cavallo con le mele marce, tuttavia, la strada del contadino verso la rovina è tracciata da minimi miglioramenti: ogni volta scambia il bene posseduto con un altro che in quel dato momento desidera di più. Questa "progressione" può essere formalizzata nel seguente modo: una persona adegua in modo inconsapevole le proprie preferenze in modo da desiderare con maggiore intensità i beni di cui in quel momento dispone in minore quantità (Elster 1983, pag. 114)¹⁷. È quello che può definirsi "sconto temporale", cioè la valutazione maggiore dei benefici immediati e la svalutazione degli effetti a lungo termine, quella che osserviamo con particolare evidenza nei consumatori di sostanze da abuso.

Affine al fenomeno del cambiamento endogeno delle preferenze è quello di *akrasia*. Questa implica l'incapacità strutturale di vincolarsi alle proprie passate decisioni. Il meccanismo alla sua base è una sopravvalutazione di uno stato piacere (o di assenza di dolore, di tensione) attuale rispetto a una ricompensa futura. Il fenomeno è noto a chiunque abbia iniziato una dieta e sia caduto al primo pasticcino. Entrambi i fenomeni sono riscontrabili nei comportamenti dei soggetti che fanno scelte controproducenti. Il tossicodipendente razionalmente sa che sarebbe meglio abbandonare l'uso della sostanza, ma nei fatti è vittima dell'akrasia, una debolezza della volontà che mette in scacco la sua determinazione razionale.

2.3 - La volpe e l'uva

Il tossicodipendente akrasico precedentemente evocato, ma anche il fedele di un culto costrittivo, possono utilizzare la nota strategia di autoinganno utilizzata dalla volpe che non raggiungeva l'uva nella famosa favola. Essi possono dirsi che, in fondo, stanno bene così, che la loro condizione è più gratificante di quella che avrebbero se non usassero sostanze o se

¹⁶ Barbieri, E., "L'intelligenza non basta Sono le emozioni i veri motori della cultura", *Il Giornale.it*, 23.06.2018

<http://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/lintelligenza-non-basta-sono-emozioni-i-veri-motori-cultura-1544075.html>

¹⁷ Elster, J (1983) *Ulisse e le Sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*, Il Mulino, Bologna,

fossero fuori dal culto. È sempre Elster a definire la tendenza del soggetto a offrirsi visioni compiacenti di sé e della realtà quale una forma di *razionalità adattativa* (Elster, *Uva acerba*, 1989)¹⁸. Per Elster le emozioni svolgono un ruolo di affiancamento, qualificazione e rinforzo del *sensu* dell'azione. La valutazione di Elster è importante, perché l'enfasi che egli pone sui fenomeni di «uva acerba» può essere considerata come un tentativo di tenere conto delle complesse relazioni tra gli individui ed il loro ambiente e suggerisce che la razionalità imperfetta attui strategie per affrontare i propri limiti. La volpe è capace di comportarsi strategicamente nei confronti di vincoli esterni alla propria possibilità di scelta scegliendo di adattarsi ad essi. D'altro canto, Ulisse è capace di comportarsi strategicamente nei confronti dei limiti interni della razionalità, cioè le passioni che lo avrebbero potuto far cedere al richiamo delle sirene, scegliendo i propri vincoli esterni, cioè i legacci con cui si fa legare al palo della nave e la cera nelle orecchie (Elster, *Ulisse e le Sirene*)¹⁹. La strategia di impegno preventivo (*precommitment*) viene spesso utilizzata dai tossicodipendenti quando evitano luoghi e situazioni in cui sono consapevoli di ricadere nell'uso della sostanza, proprio perché sono consci dei limiti della loro "razionalità". D'altro canto, non solo molti culti religiosi vietano espressamente ai loro adepti di leggere o ascoltare materiale critico del proprio culto, ma spesso gli adepti stessi evitano accuratamente di esporsi al dubbio, una forma di *precommitment* che prevede la coscienza del rischio di cedere alle ragioni non in linea con la scelta, che gli autori della TER suppongono razionale, del culto.

In definitiva, le osservazioni di Elster sono interessanti perché non provengono da un ambito di pensiero ostile all'individualismo che fonda la visione della Teoria della Scelta Razionale, essendo questi proprio un esponente fra i maggiori dell' *individualismo metodologico*. D'altro canto, la sua visione strategica della razionalità consapevole dei propri limiti non è una negazione della scelta razionale in sé, anzi ne vorrebbe essere un ampliamento che include la razionalità di comprendere i propri limiti e aggredirli strategicamente. Questo, però, pone una pesante ipoteca sull'idea di una razionalità *sostanziale* delle scelte operate dagli individui.

2.4 - La razionalità come emergenza sistemica

Mentre Elster introduce il concetto di razionalità imperfetta per motivare la necessità di attuare strategie di *precommitment* - buoni esempi sociali delle quali sono le elezioni periodiche e le Costituzioni, stratagemmi per proteggere gli uomini dalla propria impulsività - , **Friedrich August von Hayek** considera i limiti della razionalità la ragione per difendere la "mano invisibile" contro ogni idea di comportamento strategico.

Contro il *costruttivismo* razionalista che prevede una consapevole pianificazione della realtà sociale, **Hayek** sviluppa un approccio evolucionistico: l'ordine sociale è un *ordine spontaneo*, un ordine che non risulta dalla scelta di mezzi appropriati per conseguire fini dati, ma che emerge da un processo di selezione naturale e spontanea. Ne consegue che l'ordine sociale, essendo spontaneo ed autogenerante (*autopoiesi*) è fuori dal nostro controllo. La realtà sociale, del resto, mostra un grado di complessità superiore a quello che la mente umana è in grado di padroneggiare (Hayek, 1973)²⁰. Hayek è convinto che solo il *mercato* riesca ad armonizzare in maniera spontanea gli individui ed assicuri il perseguimento dei

¹⁸ Elster, J. (1989) *Uva acerba. Visioni non ortodosse della razionalità*, Feltrinelli, Milano,

¹⁹ Elster, J. (1983) *Ulisse e le Sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*, Il Mulino, Bologna

²⁰ Hayek, F.A. (1973), *Law, Legislation and Liberty*, vol. 1, p. 29

Culti e scelta razionale

propri scopi a tutti. Nessun uomo dispone di tutte le informazioni, la conoscenza è diffusa, dispersa fra molta gente, per cui solo il *sistema dei prezzi* può coordinare le singole azioni degli individui e dar luogo a quella che Hayek chiama la “Grande Società”, cioè la moderna società complessa, che sfugge a ogni pianificazione centralizzata poiché si affida solo all’iniziativa individuale e al meccanismo della concorrenza. La razionalità è, quindi, una emergenza del sistema, non prerogativa di un individuo dalle conoscenze limitate e immesso in una rete di forze che non controlla. Si può discutere, come hanno fatto **Brian Barry**²¹ e **Herbert Simon**²², sul fatto che da questa concezione sistemica debba necessariamente derivare la rinuncia a qualunque progettazione sociale lasciando agire le sole "forze impersonali del mercato", ma è estremamente interessante notare come questo mercato che copre tutta la dinamica sociale sia comunque incompatibile con il mercato religioso dagli acquirenti perfettamente razionali proposto dalla TER.

2.5 - Azione sociale e identità collettive

Alcuni autori hanno espresso l'idea che applicare in ambito sociale, politico e culturale i concetti peculiari di quello economico è fuorviante, nel senso che è errato supporre che gli attori politici e sociali siano individui o gruppi di individui miranti esclusivamente a massimizzare i propri utili. **Brian Barry**, per esempio, osserva che l'identificarsi con una nazione o un popolo - o una religione, aggiungiamo noi - porta a scelte ed azioni che sono completamente al di fuori dello schema di interpretazione di tipo economico (Barry, 1982)²³. In altri termini, la logica dell'azione politica e sociale sfugge all'esclusiva lettura di una analisi della concordanza mezzi-fini perché, come sottolineato da **Alessandro Pizzorno**, è invece espressione di una percezione di appartenenza, cioè una logica di identità collettiva (Pizzorno, 1983)²⁴.

A tal proposito, ancora una volta, è necessario ribadire che la necessità di analizzare processi di formazione e modificazione dell'identità per poter spiegare certi comportamenti politici e sociali non significa definire questi “irrazionali” solo perché non possono essere descritti e compresi sulla base del modello di *homo oeconomicus* assunto dalla teoria della scelta razionale.

2.6 – Aspetti problematici interni al paradigma mercatista in ambito religioso

Mentre le obiezioni finora esaminate mettono in dubbio l'esistenza del consumatore perfettamente razionale, l'analisi di **Steve Bruce** (Bruce, 1999)²⁵ centra gli aspetti problematici della applicazione del paradigma di mercato all'ambito religioso per le specificità che gli sono proprie. Il principale problema è la quantificazione dei costi e dei benefici. Per una persona una infinita sessione di lavoro o preghiera connessa al proprio culto può essere una ricompensa di per sé, per un'altra un insopportabile costo. Non possiamo

²¹ Barry, B. (1982) “Political Participation as Rational Action”, in: Hardin, R. *Rational Man and Irrational Society?*, Beverly Hills, London, New Dehly

²² Simon, H.A. (1958) *Il comportamento amministrativo*, Il Mulino, Bologna

²³ Barry, R. (1986) *Theories of Justice*, cap. 4 (dattiloscritto).

²⁴ Pizzorno, A. (1983) “Sulla razionalità della scelta democratica”, in *Stato e Mercato*, n. 7, p. 28

²⁵ Bruce, S (1999), *Choice and Religion: A Critique of Rational Choice Theory*, Oxford University Press,

quindi identificare oggettivamente e preventivamente costi e benefici se non attraverso la valutazione espressa dalle persone che attuano le scelte, ma questo è un processo circolare e tautologico, perché si tratta proprio di quelle scelte che stiamo cercando di spiegare. Questo ci porta al problema dei “prezzi”. Gli economisti, infatti, sembrano concordi sul fatto che “la logica di una economia è semplicemente la logica della allocazione e dello scambio”. La razionalità in questa allocazione richiede che “i fini delle unità economiche siano comparabili e misurabili su una sola scala” (Diesing, 1972, pag. 22)²⁶. Fare mercato significa quindi primariamente che sia possibile scegliere fra fini che siano realmente alternativi. Due religioni non sono realmente alternative nel senso in cui lo sono una Ford ed una Chrysler (l’esempio è di Bruce)²⁷. Le religioni maggiori e, ancor di più, i culti minoritari richiedono una fede totale e indiscutibile ai propri seguaci. Le altre religioni, quindi, non sono alternative plausibili da esaminarsi secondo la logica di mercato, perché sono errori ed eresie. Non è possibile neppure diversificare gli investimenti acquistando piccole quantità di diversi prodotti religiosi. Vengono pertanto a mancare i due prerequisiti del fare mercato: l’esistenza di una costi comparabili e la possibilità di scegliere fra prodotti alternativi.

La verità è che la storia delle religioni è storia di irrazionalità economica. Se anche è vero che la domanda può avere effetti sull’offerta in quanto la popolarità di una fede può influenzare i candidati al reclutamento, è invece piuttosto difficile immaginare come possano le varie chiese modificarsi per divenire più popolari e vincere la concorrenza. Non si possono cambiare le proprie credenze come si variano i modelli di automobili. Le chiese protestanti dell’Europa occidentale possono invidiare la stabilità della Chiesa cattolica, ma a differenza del produttore di trattori, non possono produrre una la linea con maggiori possibilità di successo. Nella capacità dei culti di presentare la propria mancanza di successo come il “prezzo” della loro purezza ideologica ed anche come prova di tale purezza, è la differenza fra ideologie – siano esse politiche come religiose – e prodotti di consumo. L’Alfa Romeo non va fiera del fallimento della sua “Arna” perché era troppo bella per il consumatore medio.

Conclusioni

In definitiva, si può concludere che la razionalità economica non possa fornire un utile modello per comprendere il comportamento religioso. Questo può dirsi, non perché si neghi che le scelte che facciamo siano razionali. Nell’acquistare una macchina usata compararne varie e comprare quella col miglior rapporto qualità-prezzo è “razionale”. Non è, però, questo il caso delle scelte ideologiche e religiose. I motivi, intrinseci e sistemici, sono stati descritti. La migliore esemplificazione di questa impossibilità ce la fornisce forse Bruce, attuando il parallelo fra affiliazione religiosa e matrimonio. Ciò che nei tempi moderni ha sostituito la monogamia per tutta la vita non è la poligamia, ma la monogamia seriale. Anche ai successivi matrimoni giuriamo amore eterno credendoci. Cambiare religione è come cambiare coniuge. Anche quelli che cambiano la loro religione immaginano una relazione duratura. Questo perché l’attaccamento non ha un fondamento nella razionalità – che altrimenti, una valutazione dei dati oggettivi impedirebbe tale certezza - ma in fattori emotivi e nella tradizione²⁸.

La questione acquista una rilevanza pratica nel momento in cui alcuni autori ancora saldamente ancorati al paradigma dell’economia religiosa (Di Marzio, 2010²⁹, 2016,³⁰

²⁶ Diesing, P. (1973) *Reason in Society*. Westport, CT, Greenwood Press.

²⁷ Bruce, S. (1993) “Religion and Rational Choice: A Critique of Economic Explanations of Religious Behavior”, in *Sociology of Religion*, 54:2 193-205, pag. 202

²⁸ Ibidem, pag. 204

²⁹ Di Marzio, R. (2010) *Nuove religioni e sette. La psicologia di fronte alle nuove forme di culto*. Roma: Edizioni Scientifiche Ma.Gi, Roma

Culti e scelta razionale

Introvigne, 1990³¹, 2002³²) sembrano svolgere un'opera di costante e pregiudiziale difesa dei culti più discussi (ad esempio, Di Marzio, 2017³³, 2018³⁴). Ciò, è implicito, si fa sul presupposto che si debba rispettare la scelta razionale dell'individuo consumatore. Questo rende necessario contestare l'esistenza di ciò che di questa scelta libera e razionale sarebbe il naturale nemico, ossia la manipolazione mentale (Introvigne, 2002)³⁵. Se la manipolazione esiste non può esistere scelta libera e razionale, se questa esiste non può esistere la manipolazione. Il rispetto della scelta razionale non può quindi che presentarsi come la difesa di un diritto civile, quello alla libertà di culto, ed è infatti in questo modo che viene spesso presentato. Ciò comporta che il difensore delle vittime di alcuni culti abusanti ne esce come un totalitario che vorrebbe negare le scelte individuali³⁶. Tornando al parallelo con le sostanze d'abuso, questo equivarrebbe a definire chi si oppone agli abusi sessuali su persone fatte ubriacare a tal scopo con l'etichetta di proibizionista!

Questa logica apologetica basata sul rispetto dei diritti individuali non è poi minata solo dalle problematiche legate alla applicazione della scelta razionale che abbiamo visto, ma anche dal fatto incontrovertibile che esistono situazioni in cui i diritti che sono negati sono quelli degli adepti di culti abusanti e costrittivi e dalla considerazione che è esattamente la applicazione della metafora del mercato di cui questi adepti sarebbero liberi e razionali consumatori che non esclude una eventualità che proprio nel mercato non è affatto rara: la frode.

BIBLIOGRAFIA

Arrow, K. J. ([1987] 1989). "Economic Theory and the Hypothesis of Rationality," in *The New Palgrave: Utility and Probability*, pp. 25-39

Barbieri, E., "L'intelligenza non basta Sono le emozioni i veri motori della cultura", *Il Giornale.it*, 23.06.2018

Barry, B. (1982) "Political Participation as Rational Action", in. Hardin, R. *Rational Man and Irrational Society?*, Beverly Hills, London, New Dehly

³⁰ Di Marzio, R. (2016). "Nuovi Movimenti Religiosi. Esperienze di affiliazione alla luce del modello integrato di Rambo e collaboratori". *Psicologia della Religione e-journal*, 3(2), 13-39.

³¹ Introvigne, M., Mayer, J.F., Zucchini, E (1990), *I nuovi movimenti religiosi. Sette cristiane e nuovi culti*, ELLEDICI, Torino, 1990

³² Introvigne, M. (2002) *Praise God and Pay the Tax": Italian Religious Economy - An Assessment*, 2002 https://www.cesnur.org/2002/mi_italianrel.htm

³³ Di Marzio, R. (2017) "MISA, the Anti-Cult Movement and the Courts: The Legal Repression of an Esoteric Movement" *The Journal of Censur*, Vol. I, issue 1, 20-31

³⁴ Di Marzio, R. (2018) "La Soka Gakkai che non c'è. Fake news e movimenti antisette", in *The Journal of Censur*, Vol. 2, Issue 4, 118-140

³⁵ Introvigne, M. (2002) *Il lavaggio del cervello. Mito o realtà?*, Elledici, Torino

³⁶ Berzano, L. (A cura di), (2012) *Credevo è reato? Libertà religiosa nello Stato laico e nella società aperta*, Edizioni Messaggero, Padova

- Barry, R. (1986) *Theories of Justice*, cap. 4 (dattiloscritto)
- Becker, G. (1968) "Crime and Punishment: An Economic Approach". *The Journal of Political Economy* 76: 169-217
- Becker, G. and K. Murphy (1988) "A theory of rational addiction". *Journal of Political Economy*, 96, 675-700
- Berzano, L. (A cura di), (2012) *Credere è reato? Libertà religiosa nello Stato laico e nella società aperta*, Edizioni Messaggero, Padova
- Bruce, S. (1993) "Religion and Rational Choice: A Critique of Economic Explanations of Religious Behavior", *Sociology of Religion*, 54:2 193-205
- Bruce, S (1999), *Choice and Religion: A Critique of Rational Choice Theory*, Oxford, Oxford University Press,
- Coleman J.S. (1986) *Individual interests and collective action: selected essays*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Damasio, A. (1995) *L'errore di Cartesio. Emozione, ragione e cervello umano*, Milano, Adelphi
- Diesing, P. (1973) *Reason in Society*. Westport, CT, Greenwood Press.
- Di Marzio, R. (2010) *Nuove religioni e sette. La psicologia di fronte alle nuove forme di culto*. Roma: Edizioni Scientifiche Ma.Gi, Roma
- Di Marzio, R. (2016). "Nuovi Movimenti Religiosi. Esperienze di affiliazione alla luce del modello integrato di Rambo e collaboratori". *Psicologia della Religione e-journal*, 3(2), 13-39
- Di Marzio, R. (2017) "MISA, the Anti-Cult Movement and the Courts: The Legal Repression of an Esoteric Movement", *The Journal of Cesnur*, Vol. I, issue 1, 20-31
- Di Marzio, R. (2018) "La Soka Gakkai che non c'è. Fake news e movimenti antisette", *The Journal of Cesnur*, Vol. 2, Issue 4, 118-140
- Elster, J (1983) *Ulisse e le Sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*, Il Mulino, Bologna
- Elster, J. (1989) *Uva acerba. Versioni non ortodosse della razionalità*, Feltrinelli, Milano
- Homans G.C. (1974) *Le forme elementari del comportamento sociale*, Milano, Angeli.
- Introvigne, M., Mayer, J.F., Zucchini, E (1990), *I nuovi movimenti religiosi. Sette cristiane e nuovi culti*, ELLEDICI, Torino
- Introvigne, M. (2002) "Praise God and Pay the Tax": *Italian Religious Economy - An Assessment*

Culti e scelta razionale

Introvigne, M. (2002) *Il lavaggio del cervello. Mito o realtà?* Elledici, Torino

Introvigne, M., (2005) “Mercato religioso, fondamentalismo e conservatorismo islamico: Il caso della Turchia”, *La Critica Sociologica*, 152, Inverno 2004-2005, pp. 43-56

Kahneman D., Tversky A. (1979), “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk”, *Econometrica*, Vol. 47, No. 2 (Mar., 1979), pp. 263-291

Magister, S., “Secolarizzazione addio. È l'ora del toro nella borsa delle religioni”, *L'Espresso*, 14.08.2003

Simon, H.A. (1958) *Il comportamento amministrativo*, Il Mulino, Bologna

Simon, H.A. ([1985] 1955) “Behavioral Model of Rational Choice”, *Quarterly Journal of Economics*, (trad. it.: H. Simon, *Causalità, razionalità, organizzazione*, Bologna 1985; A. Newell - H.A. Simon, *Human Problem Solving*, New York 1972.).

Stark, R., Finke, R. (2000) *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion*. University of California Press, Berkeley - Los Angeles – Londra

Stark, R., Iannaccone, L.R., “A Supply-Side Reinterpretation of the "Secularization" of Europe”, *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol. 33, No. 3 (Sep., 1994), pp. 230-252 (pag. 233)

Taylor, M. (2006). *Rationality and the Ideology of Disconnection*. Cambridge University Press

Tversky, A., Kahneman D., (1974) “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases”, *Science*, New Series, Vol. 185, No. 4157. (Sep. 27, 1974), pp. 1124-1131.

Pizzorno, A. (1983) “Sulla razionalità della scelta democratica”, *Stato e Mercato*, n.7