

An Analytical Study of Third Wave Pentecostal Churches in Latin America: Case Studies and Implications

Seyed Mohammad Reza Miryousefi  / Assistant Professor, Department of Mysticism, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran
miryousefi@iki.ac.ir

Received: 2025/09/15 - **Accepted:** 2025/11/09

Abstract

The phenomenon of "Third Wave Churches" in Latin America has grown significantly since the 1980s, ushering global Christianity into a new phase. In this stage, Pentecostal churches have distanced themselves from their classical theological boundaries and introduced new organizational and cultural elements into the religious and social sphere. Investigating the mechanism and consequences of the transition of these churches from small home gatherings to massive urban megachurches is the central question of this research. The aim of this article is a historical-social analysis of this change and transition, examining the factors influencing its expansion, and explaining its impacts on various dimensions of spiritual, social, cultural, and political life in Latin American societies. The research method is qualitative-comparative, involving document analysis, case studies in four countries (Brazil, Guatemala, Colombia, and Mexico), and a review of statistical and media sources. The research findings indicate that Third Wave churches, through the use of mass and digital media, transnational networking, and the promotion of prosperity theology, have become active actors in the political and economic spheres, gaining lasting influence in the public arena. Therefore, these churches are not merely a religious and theological movement but a significant factor in redefining cultural identity and the religious economy in Latin America.

Keywords: Third Wave Churches, Latin America, communities, megachurch, Pentecostalism.

بررسی تحلیلی کلیساهای پنطیکاستی موج سوم در آمریکای لاتین: مطالعات موردی و پیامدها

سیدمحمدرضا میریوسفی  استادیار گروه عرفان مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم، ایران miryousefi@iki.ac.ir

دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۲۴ - پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۸

چکیده

پدیده «کلیساهای موج سوم» در آمریکای لاتین از دهه ۱۹۸۰م رشد چشمگیری داشته و مسیحیت جهانی را وارد مرحله نوینی کرده است. در این مرحله، کلیسای پنطیکاست از مرزهای الهیاتی کلاسیک خود فاصله گرفته و عناصر سازمانی و فرهنگی جدیدی را وارد فضای دینی و اجتماعی کرده است. بررسی سازوکار و پیامدهای گذار این کلیساها از اجتماعات کوچک خانگی تا مگا کلیساهای عظیم شهری، مسئله اصلی ما در این پژوهش است. هدف این مقاله، تحلیل تاریخی - اجتماعی این تغییر و گذار، بررسی عوامل مؤثر در گسترش آن و تبیین تأثیرات آن در ابعاد مختلف حیات معنوی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع لاتین است. روش این تحقیق، کیفی - مقایسه‌ای بوده که شامل تحلیل اسناد، مطالعات موردی در چهار کشور (برزیل، گواتمالا، کلمبیا و مکزیک) و بررسی منابع آماری و رسانه‌ای است. از یافته‌های تحقیق این است که کلیساهای موج سوم توانسته‌اند به کمک رسانه‌های جمعی و دیجیتال، شبکه‌سازی فراملی، و ترویج الهیات کامیابی، به کنشگران فعال در عرصه سیاست و اقتصاد محلی تبدیل شوند و در عرصه عمومی نفوذ پایداری یابند. بنابراین، این کلیساها نه صرفاً یک جریان مذهبی و الهیاتی، بلکه یک عامل مهم در بازتعریف هویت فرهنگی و اقتصاد دینی در آمریکای لاتین هستند.

کلیدواژه‌ها: کلیساهای موج سوم، آمریکای لاتین، کمون‌ها، مگا کلیسا، پنطیکاستالیسم.

مقدمه

ظهور و گسترش کلیساهای پنطیکاستی موج سوم یکی از تحولات مهم مذهبی و اجتماعی در آمریکای لاتین معاصر شمرده می‌شود. با اینکه منطقه آمریکای لاتین تقریباً به صورت انحصاری تحت سلطه کلیسای کاتولیک رومی (۱۵۰۰م تا تقریباً ۱۸۵۰-۱۸۹۰م) قرار داشت، از نیمه دوم قرن بیستم شاهد توسعه جریان‌های پروتستان، به ویژه اشکال جدید کلیسای پنطیکاستی و کاریزماتیک، بوده است که ساختارهای اجتماعی و مذهبی این جوامع را دگرگون ساخته‌اند. کلیساهای پنطیکاستی در مسیر تکاملی خود سه موج را تجربه کرده‌اند: موج اول که در اوایل قرن بیستم و عمدتاً در قالب جوامع کوچک و غیررسمی شکل گرفت، رویکردی صرفاً الهیاتی داشت و بر تجربه مستقیم روح القدس، شفا و سخن گفتن به زبان‌ها تأکید داشت؛ موج دوم در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰م خود را به شکل حرکت‌های کاریزماتیک به کلیساهای سنتی کاتولیک ظهور داد که به عنوان جنبش نوسازی کاریزماتیک کلیسای کاتولیک شناخته می‌شود؛ اما موج سوم پنطیکاستی از دهه ۱۹۸۰م شکل گرفت و همچنان در حال گسترش است. شاخصه‌های اصلی این موج که توانسته است آن را به مقیاس‌های بزرگ سازمانی و به سطح مگا کلیسا برساند، عبارت‌اند از: پذیرش و تبلیغ الهیات کامیابی؛ عبور از مرزهای فرقه‌ای؛ پیاده‌سازی الگوهای مدیریتی نوین؛ استفاده گسترده از رسانه‌های جمعی؛ و استقلال سازمانی.

پژوهش‌های متعدد پیشین این مسئله را به روشنی بیان کرده‌اند که موج سوم کلیسای پنطیکاستی، نه تنها یک پدیده مذهبی، بلکه یک بازیگر اجتماعی - سیاسی فعال است که می‌تواند بر سیاست‌های ملی و منطقه‌ای کشورهای آمریکای لاتین اثر بگذارد. برخی از پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، که قابلیت مرجعیت علمی دارند، عبارت‌اند از: اثر مشهور آر. اندرو چسنتات (R. Andrew Chesnut) (۲۰۰۳) به نام قدیسۀ مرگ (Santa Muerte: Competitive Religious Markets in Latin America)، که بازارهای رقابتی دین در آمریکای لاتین را مورد بررسی قرار داده است. پژوهش‌های دیوید مارتین (David Martin) (۲۰۰۲) در کتاب پنطیکاستالیسم: جهان، کلیسای آنان (Pentecostalism: The World Their Parish) نشان می‌دهد که چگونه پنطیکاستالیسم خود را با فرهنگ‌های محلی تطبیق داده و توانسته است در جوامع شهری (به ویژه در جوامع فقیر شهری) چهارچوب‌های اخلاقی - اجتماعی نوینی را ایجاد کند. او به مسئله جهانی‌سازی دینی از پایین نیز می‌پردازد. پژوهش‌های مارتا ای. مارتینز در کتاب (Transformaciones del pentecostalismo en América Latina) (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که پنطیکاستالیسم در آمریکای لاتین از یک جریان وارداتی به یک نسخه بومی و فرهنگی تبدیل شده و هویت جمعی و سیاسی مختص این جوامع را شکل داده است. همچنین تحقیقات او زمینه نظری مهمی را در حوزه مطالعه تغییرات و دگردیسی‌های الهیاتی،

سازمانی و فرهنگی پنطیکاستالیسم در این منطقه ایجاد کرده است. مطالعات ژولیو م. سامانگوا (Julio M. Samangoia) در کتاب *Iglesias evangélicas y poder político en América Latina* (۲۰۱۵) به بررسی تأثیرات کلیسای موج سوم در حوزه سیاست و تشکیل ائتلاف‌های داخلی و فراملی می‌پردازد و همچنین پیوند این قدرت سیاسی با پایگاه اجتماعی طبقات پایین و متوسط را تحلیل می‌کند. مطالعاتی موردی نیز در برزیل، کلمبیا، گواتمالا و مکزیک در زمینه مگا کلیساهای موج سوم انجام شده است که الگوهای متفاوت بازاریابی دینی و کنشگری‌های اجتماعی - سیاسی آن را متناسب با بوم آن منطقه بررسی می‌کنند. این پژوهش، برخلاف اغلب پژوهش‌های پیشین که یا به صورت کلی پنطیکاستالیسم را بررسی کرده‌اند یا بر یک بعد خاص مانند الهیات، تغییرات فرهنگی یا دگرگونی‌های سیاسی متمرکز بودند، اولاً با رویکردی تاریخی - اجتماعی موج سوم را بررسی می‌کند و تفاوت‌های آن را با دو موج پیشین نشان می‌دهد؛ ثانیاً چهار بعد اصلی الهیاتی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را به صورت یکپارچه بررسی می‌کند تا نشان دهد که هماهنگی این عوامل در موج سوم پنطیکاستی چگونه شکل گرفته است؛ به گونه‌ای که هم در بستر محلی و هم در سطح جهانی قابل تحلیل و مقایسه است؛ ثالثاً در چهارچوبی منسجم چهار مطالعه موردی را کنار هم می‌گذارد تا الگوی میان فرهنگی این جنبش روشن شود. مسائل محوری ذیل، مبتنی بر همین خلأ پژوهشی طرح شده‌اند:

نخست: چه عوامل تاریخی، اجتماعی و الهیاتی زمینه‌ساز ظهور و گسترش کلیساهای موج سوم در آمریکای لاتین شده‌اند؟

دوم: این کلیساها چگونه از اجتماعات کوچک خانگی به مگا کلیساهای عظیم شهری و فراملی گذار کرده‌اند؟ سوم: پیامدهای این تحول در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، الهیاتی و سیاسی چیست و چه تفاوتی با دو موج پیشین دارد؟

مطالعه موج سوم پنطیکاستی ضرورتی اساسی دارد؛ زیرا دگرگونی‌های عمیق در ساختار و کارکرد کلیساهای این موج، صرفاً یک تحول دینی نیست؛ بلکه رویدادی اجتماعی - سیاسی است که قدرت تأثیرگذاری چشمگیری بر هویت جمعی، شبکه‌های اقتصادی و جهت‌گیری‌های سیاسی کشورهای آمریکای لاتین دارد. شناخت این تحول، از یک سو تصویری پویا و معاصر از قدرت دینی به مثابه نیروی محرک تحولات اجتماعی فراسوی مرزهای سنتی مسیحیت به ما ارائه می‌دهد؛ و از سوی دیگر، الگویی جامع از تعامل دین، جامعه و سیاست پیش رو می‌گذارد که هم در عرصه مطالعات تطبیقی دین و هم برای سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی ارزش راهبردی دارد.

در فضای علوم انسانی اسلامی ایران پرداختن به این موضوع اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا مطالعه موج سوم پنطیکاستی، فراتر از بررسی یک پدیده مذهبی منطقه‌ای، پنجره‌ای برای فهم چگونگی دگرگونی دین در

بستر مدرنیته متأخر می‌گشاید. این پژوهش نسبت میان معنویت، سرمایه‌داری، رسانه و کنش اجتماعی را آشکار می‌کند و از این رهگذر می‌تواند به بازخوانی جایگاه نهاد دین در سامان‌دهی اجتماع یاری رساند. در حقیقت، تحلیل تطبیقی تجربه پنطیکاستی‌های آمریکای لاتین فرصتی است برای بازاندیشی در الگوهای بومی دینداری و سازمان دینی، شناخت جریان‌های نومعنویت، و تبیین مجدد نسبت میان الهیات و اجتماع در بستر جهانی شدن. پرداختن به این مباحث، نه از سر تقلید از تجربه مسیحی، بلکه تلاشی برای درک فراملی فرایندهای دین و معنویت معاصر و بهره‌گیری از روش تطبیقی در جهت تقویت بنیان‌های نظری علوم انسانی اسلامی و تعمیق گفت‌وگوی میان‌فرهنگی ادیان است.

۱. تاریخچه سه موج کلیسای پنطیکاست

۱-۱. موج نخست پنطیکاستی

نخستین موج پنطیکاستی در آغاز قرن بیستم شکل گرفت. نقطه اوج آن در کلیسای خیابان آروسا در لس‌آنجلس بین سال‌های ۱۹۰۶ تا ۱۹۱۵ م به رهبری ویلیام جوزف سمیور بود. جنبش موج اول بر تجربه «تعمید در روح‌القدس» (ابوزاده و صانعی، ۱۳۹۵، ص ۳) همراه با نشانه‌های کاریزماتیک - همچون سخن گفتن به زبان‌ها، نبوت، دعا برای شفا و گزارش معجزات - تأکید ویژه داشت (Robbins, 2004, p.116-119). آموزه‌ها و دیدگاه الهیاتی آنها از طریق مبلغان و برخی مهاجران که از ایالات متحده به کشورهای دیگر سفر می‌کردند، در آمریکای لاتین، آفریقا و آسیا گسترش یافت و در نهایت به شکل‌گیری فرقه‌های کلاسیک پنطیکاستی منجر شد (Anderson, 2013, p.55-59).

در سال‌های نخستین، اجتماعات پنطیکاستی غالباً کوچک بودند و در خانه‌ها یا تالارهای ساده برگزار می‌شدند. رهبری این کلیساهای کوچک را افرادی کاریزماتیک بر عهده داشتند که بیشتر آنها آموزش رسمی الهیاتی ندیده بودند؛ ولی خود را پیام‌آوران مستقیم الهام روح‌القدس می‌دانستند (Blumhofer, 1993, p.102-105). این الگو، با وجود محدودیت‌های مالی و ساختاری، توانست شبکه‌ای فراملی از جوامع ایمانی را سامان دهد که از ساختارهای رسمی کلیساهای پروتستان تاریخی متمایز بود. در حوزه آمریکای لاتین، موج نخست پنطیکاستی در طول دو دهه آغازین قرن بیستم، از طریق مبلغان و مهاجران پروتستان وارد این سرزمین شد. این موج توانست در میان جوامع کارگری، اقلیت‌های قومی و مهاجران شهری نفوذ یابد و تصویری از «دین محرومان» را شکل دهد؛ دینی که به‌رغم سادگی، سرچشمه‌ای از انرژی فرهنگی و اجتماعی بود و توانست پیوندی مؤثر میان تجربه دینی فردی و امید به دگرگونی در ساختارهای اجتماعی برقرار سازد.

در حقیقت، پنطیکاستالیسم اولیه در آمریکای لاتین توانست با جوامع فرودست، که از حمایت‌های کلیسای کاتولیک سرخورده شده بودند، ارتباطی عمیق برقرار کند و به نیازهای هویتی و اقتصادی آنان پاسخ دهد

(Martínez, 2011, p.67-70). این کلیساها در موج نخست و در دوران شکل‌گیری هویت اجتماعی‌شان، از نفوذ سیاسی اندکی برخوردار بودند؛ اما در دهه‌های بعد، همین اجتماعات کوچک به پایه‌های ورود آنان به عرصه سیاست تبدیل شدند (Samaniego, 2015, p.145-148).

۱-۲. موج دوم پنطیکاستی

دومین موج پنطیکاستی، که به‌عنوان «جنبش کاریزماتیک» شناخته می‌شد، از دهه ۱۹۶۰م در ایالات متحده آغاز شد. برخلاف موج نخست که غالباً به جدایی نهادی و شکل‌گیری کلیساهای مستقل انجامید، تجارب موج دوم (دعا برای شفا، سخن گفتن به زبان‌ها و پرستش پرشور) به‌صورت رسمی در ساختارهای کلیسایی موجود پذیرفته شد (Burgess & McGee, 1988, p.114-1161).

این جنبش، ساختارهای قدیمی کلیسا را با جلوه‌های کاریزماتیک خود (نبوت، موسیقی پرشور و دعا‌های فی‌البداهه) به‌چالش کشید؛ بلکه با حفظ همان چهارچوب‌های نهادی، جان تازه‌ای به آن بخشید و با افزودن تجربه، شور و احساس، بخش بسیار گسترده‌ای از مسیحیت سنتی را درگیر و جذب خود کرد (Anderson, 2013, p.58-61).

در آمریکای لاتین، این موج عمدتاً سبب تزریق انرژی کاریزماتیک در بدنه کلیساهای تاریخی شد. در کنار آیین‌های رسمی و سنتی، گروه‌های کوچک خانگی، اجتماعات جوانان و مراسم پرستش با موسیقی معاصر و فضای تعاملی به حیات مذهبی روزمره افزوده شد (Martin, 2002, p.87-90).

این جریان با عنوان «جنبش نوسازی کاریزماتیک کاتولیک» در ساختار نهادی کلیسای کاتولیک پذیرفته شد و توانست شبکه‌ای از رهبران و فعالان محلی را پدید آورد که اگرچه به آموزه‌های کاتولیکی وفادار بودند، در شیوه و لحن عبادت‌ها دگرگونی ایجاد کردند. این مرحله از حیات کلیسای پنطیکاستی - یعنی ترکیب محافظه‌کاری نهادی با پویایی معنوی - نقطه آغاز تعامل کلیسا با فضاهای عمومی و عرصه‌های سیاسی به‌شمار می‌رود. در حقیقت، این موج زمینه پذیرش نوآوری در حوزه عبادت را فراهم ساخت و بستر شکل‌گیری موج سوم را مهیا کرد (Samaniego, 2015, p.45-47).

۱-۳. موج سوم کلیسای پنطیکاستی

مفهوم موج سوم برای نخستین بار توسط سی. پیتر واگنر در دهه ۱۹۸۰م مطرح شد (Wagner, 1998, p.105-108). این موج فراتر از ساختارهای نهادی و آیینی دو موج پیشین عمل کرد؛ به‌گونه‌ای که نه محدود به ساختار فرقه‌ای کلاسیک موج نخست بود و نه الزاماً در چهارچوب کلیساهای سنتی موج دوم باقی ماند. در مقابل، شبکه‌ای فراملی، سیال و چندفرهنگی از کلیساها و رهبران شکل گرفت که بر بهره‌گیری گسترده از فناوری‌های رسانه‌ای، نوآوری در الهیات و کارآمدی در حوزه مدیریت تکیه داشت (Anderson, 2013, p.104-109).

در آمریکای لاتین، موج سوم در قالب ویژگی‌های متمایزتری ظهور یافت. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های موج سوم در این منطقه عبارت‌اند از: سازمان‌دهی بر اساس مدل G12 (این مدل با الگوگیری از شیوه‌ای که عیسی مسیح با دوازده حواری خود به کار بست، بر این اصل استوار است که هر رهبر اصلی باید دوازده نفر را به‌طور مستقیم تعلیم دهد و این ساختار به‌صورت شبکه‌ای گسترش می‌یابد)؛ استفاده گسترده از تلویزیون و اینترنت؛ رهبری کاریزماتیک در کنار مدیریت مدرن؛ و ایجاد منابع مالی فراتر از عشر (عشر به معنای «یک‌دهم» است که در بافت دینی، بخشیدن ده درصد از درآمد یا محصولات به عنوان وظیفه‌ای عبادی و در حمایت مالی از جماعت کلیسایی به کار می‌رود).

این کلیساهای به سرعت به بازیگران فراملی تبدیل شدند؛ مگا کلیساهایی با ظرفیت صدها هزار عضو، شعبه‌های بین‌المللی و نفوذ گسترده در فرهنگ عمومی و سیاست، که از نمونه‌های موفق آسیایی همچون «کلیسای انجیل کامل یویدو» (Yoido Full Gospel Church) در کره جنوبی (بنیان‌گذاری شده در سال ۱۹۵۸م توسط کشیش دیوید یونگ گی چو و همسرش چوی جا شیل) الهام می‌گرفتند. در این مرحله، پنطیکاستالیسم توانست از قالب‌های محلی فراتر رود و به الگویی جهانی‌شده با ریشه‌های بومی تبدیل شود. به‌صورت کلی، برای موج سوم می‌توان سه نوآوری مهم برشمرد:

۱-۳-۱. ساختار غیرمتمرکز، اما شبکه‌ای

یکی از نوآوری‌های کلیدی موج سوم در آمریکای لاتین، جایگزینی ساختارهای غیرمتمرکز اما شبکه‌ای، به جای مدل‌های سخت‌گیرانه سلسله‌مراتبی بود. برخلاف فرقه‌های کلاسیک پنطیکاستی که توسط یک مرکز تصمیم‌گیری ثابت هدایت می‌شدند، در این نوع از کلیساهای هسته‌ای رهبری‌کننده وجود دارد که به جای ایفای نقش فرماندهی، تنها نقش الهام‌بخشی و هماهنگی را بر عهده دارد (Wagner, 1998, p.105-108). ارتباط میان کلیساهای پایه روابط شخصی رهبران، کنفرانس‌های سالانه و تبادل تجربیات در قالب کارگاه‌های آموزشی و شبکه‌های رسانه‌ای دیجیتال شکل می‌گیرد (Anderson, 2013, p.104-106).

این الگو، با انعطاف‌پذیری خود، ضمن حفظ چهارچوب‌های الهیاتی و راهبردی کلی شبکه، به جماعت‌های محلی این امکان را می‌دهد که برنامه‌های آموزشی و خدماتی و نیز شیوه‌های پرستش خود را متناسب با بافت فرهنگی - اجتماعی بومی طراحی کنند (ابوزاده و طاهری آکردی، ۱۳۹۸، ص ۴). از همین رو موج سوم توانسته است، هم در میان طبقه متوسط گواتمالایی و هم در میان حاشیه‌نشینان سائو پائولو، بدون از دست دادن انسجام و هویت خود، توسعه یابد (Chesnut, 2003, p.192-193).

۲-۳-۱. عبور از مرزهای فرقه‌ای

موج سوم در آمریکای لاتین، برخلاف کلیساهای نخستین که هویتشان بر پایه تمایز از سایر جریان‌ها استوار بود، با رویکردی فراتر از مرزبندی‌های کلاسیک فرقه‌ای عمل می‌کند. آنان با درک پویایی «بازار دینی» و ضرورت جذب گسترده، به استقبال تنوع هویتی و الهیاتی می‌روند. از این رو اجتماعاتشان متشکل از پروتستان‌های تاریخی، کاتولیک‌های سنتی، و حتی افرادی بدون پیشینه مذهبی است که در قالب تجربه کاریزماتیک مشترکی گرد هم می‌آیند (Martin, 2002, p.87-89).

این انعطاف، فراتر از جذب اعضا عمل کرده و در سطح تعاملات نهادی نیز امتداد یافته است؛ از جمله در همکاری با شبکه‌های مسیحی بین‌قاره‌ای، مشارکت در رویدادهای بین‌فرقه‌ای، و بهره‌گیری گزینشی از منابع و موسیقی‌های عبادی سایر جریان‌ها. بدین ترتیب، موج سوم توانسته برند خود را به‌عنوان حرکتی فرافرقه‌ای تثبیت کند (Wagner, 1998, p.152-154).

۳-۳-۱. فناوری و رسانه به‌عنوان هسته مأموریت

موج سوم در آمریکای لاتین به‌صورت گسترده از فناوری دیجیتال و رسانه برای اجرای مأموریت‌های خود بهره می‌گیرد. این کلیساهای الهام‌گرفته از الگوهای موفق آسیایی و اتکا بر تجربیات بومی، برای پوشش مراسم عبادی، برنامه‌های آموزشی، موسیقی‌های مسیحی، و مشاوره‌های روان‌شناختی و شغلی، به ایجاد ایستگاه‌های رادیویی، شبکه‌های تلویزیونی، وبسایت‌های تعاملی و پلتفرم‌های فعال در شبکه‌های اجتماعی اقدام کرده‌اند (Chesnut, 2003, p.197-199).

بدین‌سان، آنان فضای مجازی را به «محیط مقدس دیجیتال» تبدیل کرده‌اند که هم کارکرد تبلیغی دارد و هم نقش هویتی ایفا می‌کند. این راهبرد، هزاران مخاطب محلی و جهانی را به یکدیگر پیوند می‌دهد و در نتیجه، نه‌تنها امکان تعامل مداوم با پیروان خود را فراهم کرده، بلکه نوعی «حضور دائمی» فراتر از مرزهای فیزیکی کلیسا پدید آورده است (Anderson, 2013, p.219-221).

۲. تحول کلیسای موج سوم از کمون‌های کوچک تا مگا کلیساهای

۲-۱. کمون‌های کوچک آغازین

نخستین اجتماعات کلیسایی موج سوم در آمریکای لاتین، عمدتاً در قالب گروه‌های خانگی کوچک یا «کمون‌های روحانی» شکل گرفت که در دهه ۱۹۸۰م و آغاز دهه ۱۹۹۰م، به‌ویژه در مناطق شهری مهاجرپذیر، حضور پررنگی داشتند. ظرفیت این اجتماعات اندک بود؛ معمولاً میان ده تا سی نفر به‌میزبانی یکی از اعضا گرد هم می‌آمدند (Chesnut, 2003, p.41-45).

در کمون‌های آغازین، رهبران اغلب فاقد آموزش رسمی در زمینه الهیات مسیحی بودند و از طریق تجربه‌های شخصی و روایت‌های فردی خود با مخاطبان ارتباطی عاطفی برقرار می‌کردند و آنان را مجذوب می‌ساختند (Anderson, 2004, p.132-135). یکی از ارکان کلیدی این کمون‌ها، انعطاف‌پذیری زمانی و مکانی آنها بود. انعطاف زمانی و مکانی از ارکان اصلی این اجتماعات به‌شمار می‌آمد؛ جلسات در فضاهایی چون خانه‌ها، سالن‌های کوچک محلی یا حتی پارک‌های عمومی برگزار می‌شد و برنامه‌ریزی زمانی متناسب با شرایط شغلی و خانوادگی اعضا انجام می‌گرفت (Brouwer et. al, 1996, p.59-61). این ساختار امکان حضور را برای طبقات کم‌درآمد، حاشیه‌نشینان و گروه‌هایی که اغلب از کلیساهای نهادی احساس بیگانگی می‌کردند، فراهم می‌ساخت (Martínez, 2011, p.102-104). از دیدگاه جامعه‌شناسی دین، این کمون‌های کوچک‌مقیاس قادر به تولید سطح بالایی از سرمایه اجتماعی‌اند؛ سرمایه‌ای که از یک سو وفاداری اعضا را تضمین می‌کند و از سوی دیگر پشتیبان‌های اساسی برای تبدیل شدن به کلیساهای بزرگ‌تر به‌شمار می‌آید (Putnam, 2000, p.66-69).

۲-۲. ساختارهای سازمانی بزرگ

از اواسط دهه ۱۹۹۰م به بعد، بسیاری از کلیساهای موج سوم که در آغاز به‌شکل کمون‌های خانگی و اجتماعات کوچک فعالیت می‌کردند، به‌سوی ساختارهای سازمانمند، پایدار و رسمی حرکت کردند. این دگرگونی صرفاً درون‌دینی نبود؛ بلکه چند روند هم‌زمان سبب شد که این اجتماعات به‌سوی سازمان‌های بزرگ‌تر سوق یابند (Martínez, 2011, p.115-118). رشد چشمگیر اعضا از نخستین عواملی بود که رهبران را واداشت تا به ساخت عبادتگاه‌های بزرگ‌تر و جست‌وجوی فضاهای وسیع‌تر بیندیشند. در این دوره، در بسیاری از شهرهای بزرگ برزیل، گواتمالا و کلمبیا نرخ رشد سالانه اعضا به بیش از پانزده درصد رسید (Freston, 2001, p.78-81).

ورود گسترده به عرصه رسانه‌های جمعی در دهه ۱۹۹۰م نیز از دیگر عوامل دگرگونی کمون‌های اولیه بود. برخی از محققان این مرحله را ورود پنطیکاستالیسم به بازار ملی ارتباطات می‌دانند؛ مرحله‌ای که در آن، دین با سرمایه و فناوری پیوند خورد. یکی از نمونه‌های شاخص این تحول را می‌توان در خرید شبکه تلویزیونی «رده رکورد» (Rede Record) توسط «کلیسای جهانی پادشاهی خدا» (Igreja Universal do Reino de Deus) واقع شده در برزیل مشاهده کرد؛ رخدادی که به این کلیسا امکان داد تا پیام‌های مذهبی خود را به میلیون‌ها نفر منتقل کند (Martínez, 2011, p.117).

در کنار این دو عامل، نقش ارتباطات بین‌المللی نیز بسیار کلیدی بود. رهبران کلیساهای لاتین با سفر به کنفرانس‌ها و دوره‌های آموزشی مگا کلیساهای آمریکای شمالی و آسیایی با الگوهای مدیریتی نوین و الگوهای سلولی و شبکه‌ای آشنا شدند؛ امری که موجب شد مفهوم «کلیسای بدون دیوار» و شیوه‌های مدیریتی چندلایه در بافت کلیسایی - بومی آمریکای لاتین نهادینه شود (Samaniego, 2015, p.195).

ترکیب این عوامل، از یک سو به پیدایش فضاهای بزرگ با ظرفیت هزاران نفر، بخش‌های اداری - اجرایی، مدارس کتاب مقدس، گروه‌های رسانه‌ای و واحدهای خدمات اجتماعی انجامید و از سوی دیگر، جایگاه کشیش را از یک رهبر معنوی اجتماع کوچک به مدیر عامل یک سازمان چندبخشی ارتقا داد (Martin, 2002, p.144-147). از نظر اقتصادی نیز این کلیساها توانستند به درآمدهای پایدار دست یابند؛ درآمدهایی که از محل ده‌یک‌ها، فروش کالاها، مذهبی، برگزاری رویدادهای بلیت‌دار و سرمایه‌گذاری در بخش رسانه تأمین می‌شد. این توان اقتصادی، زمینه توسعه سریع و حتی فرامرزی آنها را فراهم کرد؛ تا آنجا که به پیدایش شرکت‌های مذهبی فراملی در بستر جریان پنطیکاستالیسم انجامید (Martínez, 2011, p.118).

۳-۲. مگا کلیسا به عنوان نقطه اوج ساختاری

با آغاز دهه ۲۰۰۰م، برخی از کلیساهای موج سوم در آمریکای لاتین از قالب‌های محلی و منطقه‌ای فراتر رفتند و به مگا کلیساهای پرنفوذ و جهانی تبدیل شدند. در این مرحله، مذهب، فناوری، اقتصاد و روابط اجتماعی در یک ساختار واحد هم‌گرا شده‌اند؛ از همین رو این مرحله را «نهادینه‌سازی کامل پنطیکاستالیسم کاریزماتیک» نام‌گذاری کرده‌اند. مگا کلیساهای به محلی برای اجتماعات مذهبی عظیم با ده‌ها هزار عضو فعال بدل شده‌اند که حضوری گسترده در عرصه‌های عبادی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارند (Thumma & Travis, 2007, p.13-15). برای نمونه، می‌توان به «معبد ایمان» (Templo de la Fe) وابسته به کلیسای جهانی پادشاهی خدا در شهر سائوپائولو، «خانه خدا» (Casa de Dios) در گواتمالا، و «رسالت کاریزماتیک بین‌المللی» (Misión Carismática Internacional) در بوگوتا اشاره کرد. این مراکز، نه تنها دارای سالن‌های چند هزار نفری برای برگزاری آیین‌های عبادی‌اند، بلکه استودیوهای تلویزیونی، فروشگاه‌های کتاب و موسیقی مسیحی، رستوران‌ها و فضاهای تفریحی خانوادگی نیز در خود جای داده‌اند (Miller & Yamamori, 2007, p.88-91).

ساختار رهبری کلیسا در چنین ابعادی، شکل شرکتی به خود می‌گیرد. در رأس ساختار، کشیش ارشد قرار دارد که با اعضای هیئت‌مدیره و تیم‌های مدیریتی میانی برای اداره بخش‌های مالی، روابط عمومی و پروژه‌های اجتماعی - از جمله ایجاد مدارس، مراکز درمانی و مشاوره خانواده، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و کانال‌های یوتیوب - همکاری می‌کند (Samaniego, 2015, p.197-199). این کلیساها در عین حفظ ساختارهای ماکروسازمانی، کوشیده‌اند گروه‌های کوچک و خانگی را برای تقویت پیوندهای اجتماعی و فرایند شاگردسازی حفظ کنند.

در این مرحله، رسانه و فناوری نقش محوری دارند. مگا کلیساهای موج سوم می‌کوشند با بهره‌گیری از شبکه‌های ماهواره‌ای، پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی، نفوذ خود را فراتر از مرزهای مکانی گسترش

دهند. نکته قابل توجه این است که آموزش‌های زنده و بایگانی سخنرانی‌ها این امکان را برای مخاطبان بین‌المللی فراهم می‌سازد تا از طریق مشارکت مجازی به این اجتماعات پیوندند و عملاً بخشی از آنها به‌شمار آیند (Maxwell, 2007, p.18-21).

از نظر اقتصادی، مگا کلیساهای موج سوم ساختاری چندمنبعی و پایدار دارند. درآمدها از محل دهم‌ها (عشرها)، نذورات، فروش محتوا و محصولات مذهبی، برگزاری رویدادها و حضور رسانه‌ای تأمین می‌شود. گستردگی این منابع به آنها امکان داده است تا ضمن حفظ ساختارهای کلیسایی موجود، در گسترش شعب فراملی و توسعه پروژه‌های تازه سرمایه‌گذاری کنند.

از بُعد اجتماعی - سیاسی، مگا کلیساهای به‌مثابه بلوک‌های قدرت مذهبی شناخته می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که نه تنها صدایی مشورتی، بلکه بازیگرانی فعال در حوزه‌های آموزش، حقوق خانواده و سیاست‌های اخلاقی به‌شمار می‌آیند. در برخی کشورها، کشیشان ارشد به بازیگران سیاسی اثرگذار تبدیل شده‌اند؛ تا آنجا که می‌توانند با بسیج هزاران نفر، بر نتایج انتخابات و سیاست‌گذاری‌های عمومی تأثیرگذار باشند (Freston, 2001, p.145-148).

۳. مطالعات موردی چهار کلیسای پنطیکاستی موج سوم

۳-۱. کلیسای جهانی «پادشاهی خدا» در برزیل

کلیسای جهانی «پادشاهی خدا» (Igreja Universal do Reino de Deus) نمونه‌ای برجسته از یک مگا کلیسای موج سوم است که توانسته ترکیبی بی‌سابقه از نفوذ معنوی، قدرت رسانه‌ای، توان سازمانی و مشارکت سیاسی را به‌نمایش بگذارد. این کلیسا در سال ۱۹۷۷م به‌دست پاستور «ادیر ماسدو» (Edir Macedo) در شهر ریودوژانیروی برزیل بنیان‌گذاری شد (Oro, 2003, p.47-49).

پیام اصلی این کلیسا ترکیبی از وعده‌های شفا، موفقیت مالی و غلبه بر نیروهای اهریمنی در زندگی روزمره مؤمنان است. این جریان، از آغاز با تأکید بر موعظه «انجیل کامیابی» (Prosperity Gospel)، آموزه «رهایی روحانی» (Spiritual Deliverance) و قدرت دعا، مسیر خود را از کلیساهای پنطیکاستی کلاسیک جدا کرد (Martínez, 2011, p.124).

این کلیسا در روند رشد خویش، طی سه دهه نخست، از یک گاراژ کوچک در حومه ریو به شبکه‌ای جهانی با بیش از پنج هزار شعبه در شش قاره و حدود هفت میلیون عضو فعال رسید. بخش زیادی از پیروان آن در آمریکای جنوبی و قاره آفریقا زندگی می‌کنند (Freston, 2001, p.103-106). پژوهشگران این رشد شتابان را نتیجه ترکیب سه عامل می‌دانند: گردهمایی‌های بزرگ، بهره‌گیری از نظام سلولی برای حفظ پیوندهای اجتماعی، و حضور قدرتمند در حوزه رسانه (Samaniego, 2015, p.202-203).

یکی از نقاط عطف در تاریخ کلیسای جهانی «پادشاهی خدا»، خرید شبکه تلویزیونی «رده رکورد» (Rede Record) در سال ۱۹۸۹م بود؛ اقدامی که سبب شد میلیون‌ها خانوادهٔ برزیلی به پیام‌های این کلیسا دسترسی یابند و جایگاه اجتماعی کلیسا به عنوان نهادی ملی تثبیت شود. این شبکه برنامه‌هایی با محتوای دینی، انگیزشی و سرگرمی پخش می‌کند (Martínez, 2011, p.125-126).

ساختار سازمانی IURD سلسله‌مراتبی است. اِدیر ماسِدو، بنیان‌گذار و اسقف ارشد، در رأس کلیسا قرار دارد. کشیشان منطقه‌ای و مدیران اجرایی در سطوح میانی مدیریت مسئول هماهنگی شعب داخل و خارج از کشورند. رهبران کلیسایی، عمدتاً مراحل آموزشی خود (آموزش‌های مرحله‌به‌مرحله و نظام‌مند برای آماده‌سازی خدمتگزاران کلیسا) را در مدارس داخلی کلیسا، به‌ویژه در «مدرسهٔ کارگزاران» (Obreiros' School) می‌گذرانند و در حوزه‌های الهیاتی، همچنین مهارت‌های مدیریتی و رسانه‌ای، آموزش می‌بینند (Campos, 1997, p.88-90).

در بعد اجتماعی - سیاسی، کلیسای جهانی «پادشاهی خدا» توانست الگویی از هم‌گرایی نهاد دین با قدرت سیاسی ارائه کند که به‌نوعی دیدگاه سنتی سکولاریسم در برزیل را به‌چالش می‌کشد. این کلیسا به‌شکل مستقیم و غیرمستقیم در عرصهٔ سیاست برزیل نقشی فعال ایفا می‌کند. حزب وابسته به کلیسا، یعنی «حزب جمهوری خواه برزیل» (Partido Republicano Brasileiro)، و اعضای برجسته‌اش، در مجلس فدرال و شوراهای شهر حضوری مؤثر دارند. این کلیسا با وجود انتقادات جدی - از اتهام سوءاستفادهٔ مالی و تبلیغات فریبنده گرفته تا تبعیض دینی در قبال دیگر سنت‌ها - توانسته است از طریق مدیریت بحران و حفظ سرمایهٔ اجتماعی، جایگاه خود را تثبیت کند و گسترش دهد (Freston, 2001, p.149-151).

۲-۳. کلیسای «خانهٔ خدا» در گواتمالا

کلیسای «خانهٔ خدا» (Casa de Dios) یکی از پرنفوذترین کلیساهای آمریکای مرکزی و نمونه‌ای برجسته از مگا کلیساهای موج سوم است که با ترکیب رسانه‌ای قدرتمند، پیام الهیاتی جذاب برای مخاطبان و زیرساخت‌های مدرن، توانسته است جایگاه خود را، هم در عرصهٔ ملی و هم در شبکهٔ فراملی کلیساهای کاریزماتیک آمریکای جنوبی تثبیت کند.

کلیسای «خانهٔ خدا» در سال ۱۹۹۴م توسط پاستور «کارلوس کش لونا» (Carlos Cash Luna) و همسرش «پاستورا سونیا لونا» (Sonia Luna) در کشور گواتمالا و شهر گواتمالاسیتی بنیان‌گذاری شد (Martínez, 2011, p.127). فعالیت این کلیسا در ابتدا به‌صورت جمعی کوچک و محلی آغاز شد که تمرکزش بر پرستش کاریزماتیک و معجزات شفابخش بود؛ اما در کمتر از دو دهه به جامعه‌ای با ده‌ها هزار عضو فعال و پوشش رسانه‌ای فرمانطقه‌ای تبدیل شد (Smith, 2014, p.88-89).

ساختمان کنونی کلیسا که در سال ۲۰۱۳م افتتاح شد، ظرفیتی بیش از یازده هزار نفر در هر آیین عبادی دارد و مجهز به سامانه‌های پیشرفته صوتی و تصویری و سالن‌های چندمنظوره برای فعالیت‌های خانوادگی و اجتماعی است. مسیر رشد کلیسای «خانه خدا»، تصویری گویا از شتاب تحول موج سوم در این منطقه به‌دست می‌دهد. الهیات کاریزماتیک کلیسای «خانه خدا» بر آموزه «انجیل کامیابی» (Prosperity Gospel) و ایمان به حضور معجزه در زندگی روزمره استوار است. پاستور کُش لونا با به‌کارگیری زبان ساده، روایت‌های شخصی، و ارجاع مستقیم به متن مقدس، توانسته است با طبقات متوسط جامعه پیوندی عاطفی و هویتی برقرار سازد (Martínez, 2018, p.53). در این فرایند، رسانه نقشی کلیدی دارد. پیام زنده کلیسا از طریق شبکه «انلاسه تی‌وی» (Enlace TV) و پلتفرم‌هایی چون «یوتیوب» (YouTube) و «فیس‌بوک» (Facebook) به سراسر آمریکای لاتین و نیز جوامع لاتین‌تبار مهاجر در ایالات متحده منتشر می‌شود (Campbell & Tsuria, 2021). ساختار سازمانی کلیسای «خانه خدا» ترکیبی است از بخش‌های تخصصی - از آموزش جوانان و خانواده‌ها گرفته تا برنامه‌های کمک‌رسانی اجتماعی - و نیز گروه‌های کوچک مبتنی بر سیستم سلولی که برای حفظ صمیمیت و تقویت ارتباط میان اعضا طراحی شده‌اند. یکی از فعالیت‌های برجسته این کلیسا، آموزش رهبران محلی و منطقه‌ای است که بر پایه منابع مدیریتی و انگیزشی جهانی، همچون آموزه‌های «جان مکسول» (John Maxwell)، سامان یافته است. در بعد اجتماعی و اقتصادی نیز کلیسای «خانه خدا» پروژه‌های متعددی در مناطق محروم - از توزیع غذا و حمایت تحصیلی گرفته تا بهبود وضعیت بهداشت عمومی - اجرا کرده است؛ اقداماتی که موجب افزایش اعتماد مردمی و ارتقای اعتبار اجتماعی کلیسا شده‌اند. این مجموعه با تکیه بر دهم‌ها، فروش محصولات مذهبی و ارائه خدمات آموزشی، توانسته منابع پایدار درآمدی ایجاد کند که استمرار و گسترش زیرساخت‌های بزرگ آن را ممکن ساخته است (Smith, 2014, p.94).

۳-۳. کلیسای «مأموریت کاریزماتیک بین‌المللی» در کلمبیا

کلیسای «مأموریت کاریزماتیک بین‌المللی» (Misión Carismática Internacional / MCI) به‌عنوان یکی از نمونه‌های موفق بومی‌سازی مگا کلیساهای، در سال ۱۹۸۳م به‌دست پاستور «سزار کاستیانوس» (César Castellanos) و همسرش پاستورا «کلودیا رودریگز د کاستیانوس» (Claudia Rodríguez de Castellanos) در شهر بوگوتا تأسیس شد (Martínez, 2011, p.131-133).

این کلیسا با بومی‌سازی مدل سازمانی G12، ساختاری چندسطحی از رهبران و گروه‌های کوچک خانه‌محور ایجاد کرده است و رهبران را از درون همان جامعه مؤمنان می‌پروراند (Castellanos, 2006, p.40-45). الگوی G12 از ساختار شاگردی دوازده نفره حواریون در عهد جدید اقتباس شده است. در این الگو، هر رهبر مسئولیت هدایت

دوازده شاگرد را بر عهده می‌گیرد و هر یک از شاگردان نیز در آینده می‌تواند گروهی تازه تشکیل دهد.

این الگو در دهه ۱۹۹۰م از کلمبیا به دیگر کشورها، مانند مکزیک، پرو و حتی فیلیپین، گسترش یافت. یکی از شاخصه‌های اصلی این الگوی تکثیری، ایجاد و حفظ پیوندهای اجتماعی قوی میان اعضاست (Castellanos, 2006, p.21-23). کلیسای اصلی MCI در بوگوتا قرار دارد و شامل ساختمانی با ظرفیت چند هزار نفر است که به صورت منظم خدمات عبادی، کنفرانس‌های بین‌المللی و رویدادهای ویژه برگزار می‌کند. این کلیسا در سطح جهانی نیز حضوری فعال دارد و با برگزاری کنفرانس‌های سالانه «ویسیون جی ۱۲» (Visión G12) هزاران رهبر مذهبی از سراسر جهان را گرد هم می‌آورد.

رسانه‌ها در توسعه و نفوذ MCI در سطح ملی و بین‌المللی نقشی بنیادین داشته‌اند. استفاده از رسانه‌های دیجیتال، پخش زنده جلسات، و انتشار گسترده کتاب‌ها، موسیقی‌ها و منابع آموزشی از این مسیر، موجب گسترش چشمگیر نفوذ کلیسا شده است. پلتفرم‌هایی همچون «یوتیوب» (YouTube) و «فیس‌بوک» (Facebook) ضمن تقویت ارتباط میان اعضای بین‌المللی، نقش مهمی در آموزش رهبران آینده ایفا می‌کنند. در حوزه اجتماعی - سیاسی نیز MCI کلیسایی کنشگر و اثرگذار به‌شمار می‌آید. پاستورا کلودیا رودریگس، یکی از بنیان‌گذاران آن، سابقه نمایندگی در مجلس سنا و همکاری با دولت‌های مختلف کلمبیا را دارد (Freston, 2001, p.162-164). نفوذ سیاسی این کلیسا سبب شده است که دامنه فعالیت‌های آن در زمینه‌های سیاست خانواده، آموزش دینی، و مباحث اخلاق عمومی، از حد امور معنوی فراتر رود (Samaniego, 2015, p.211).

۳-۴. کلیسای «دوستی مردم» در مکزیک

کلیسای «دوستی مردم» (Amistad de Puebla) به عنوان یک اجتماع کوچک انجیلی با گرایش کاریزماتیک، با هدف ایجاد فضایی آزاد برای پرستش و برقراری روابط صمیمی میان اعضا، در اوایل دهه ۱۹۷۰م در شهر پوئبلا مکزیک توسط پاستور «ویکتور ریچاردز» (Víctor Richards) پایه‌گذاری شد.

این اجتماع کوچک به تدریج به یکی از کانون‌های اصلی شبکه «امیستاد کریستیانا» (Amistad Cristiana) در مکزیک و دیگر نقاط آمریکای لاتین تبدیل شد و نقشی محوری در ترویج سبک پرستش مدرن و کاریزماتیک در منطقه ایفا کرد (Martínez, 2011, p.139).

در شرایطی که کاتولیک‌های سنتی در دهه ۱۹۷۰م بر فضای دینی مکزیک حاکم بودند، کلیسای «دوستی مردم» توانست روایتی بومی از موج کاریزماتیک جهانی ارائه دهد و خود را به عنوان جایگزینی برای ساختارهای سنتی کلیسایی معرفی کند. مدل تازه و جذاب این کلیسا بر سه محور استوار بود: پرستش معاصر، آموزش کتاب مقدس، و روابط داوطلبانه و غیرسلسله‌مراتبی میان اعضا (Samaniego, 2015, p.188).

رشد و گسترش این کلیسا بر پایه الگویی شبکه‌ای و غیرمتمرکز صورت گرفت. فعالیت آن از اجتماعات خانگی در محله‌های مختلف پوئبلا آغاز شد و سپس به شهرهای دیگر گسترش یافت. به تدریج کلیسای «دوستی مردم» جایگاه خود را به عنوان کلیسای مادر شبکه امیستاد تثبیت کرد. برخلاف مگا کلیساهای کلاسیک که بر یک مرکز بزرگ عبادی متمرکز بودند، این کلیسا رویکرد «مگاشبکه‌ای» را برگزید؛ بدین معنا که به جای یک کانون عظیم، مجموعه‌ای از اجتماعات متوسط (پانصد تا ۱۵۰۰ عضو) را در شهرهای مختلف پرورش داد (Martínez, 2011, p.140).

کلیسای «دوستی مردم»، اگرچه پیش از آغاز رسمی موج سوم پنطیکاستالیسم شکل گرفته بود، به طور خاص از دهه ۱۹۹۰م ویژگی‌های این موج - مانند موسیقی پرستشی مدرن، فرهنگ کاریزماتیک، رهبری مشارکتی و ایجاد ارتباطات بین‌المللی - را بازتاب داد. رهبران این کلیسا با کلیساهای کاریزماتیک آمریکای شمالی و جنوبی ارتباطات فعالی برقرار کردند. این همکاری‌ها، از یک سو به تقویت آموزش رهبران و از سوی دیگر به تثبیت جایگاه منطقه‌ای آنان از طریق برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی انجامید.

«مدرسه رهبران» این کلیسا به عنوان پایگاهی آموزشی برای تربیت کشیشان و رهبران خانگی عمل کرده است؛ مرکزی که زمینه گسترش شبکه را در داخل و حتی خارج از مکزیک فراهم ساخت (Samaniego, 2015, p.189). رسانه نیز در شکل‌دهی به هویت کلیسای «دوستی مردم» نقشی اساسی ایفا کرده است. در نخستین سال‌های فعالیت، تمرکز کلیسا بر رسانه‌های سنتی مانند رادیوی محلی و نشریات چاپی بود؛ اما با گذر زمان، به پخش زنده برنامه‌ها، آموزش‌های برخط و بهره‌گیری از بسترهای دیجیتال روی آورد (Martínez, 2011, p.141).

در بعد اجتماعی، کلیسای «دوستی مردم» با فعالیت‌های جامعه‌محور و خدماتی خود - همچون توزیع غذا، اجرای پروژه‌های سوادآموزی و حمایت از خانواده‌های آسیب‌پذیر - به الگویی برای هم‌پیوندی خدمات معنوی و اجتماعی تبدیل شده است (Samaniego, 2015, p.190).

۴. پیامدهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و الهیاتی کلیساهای موج سوم در آمریکای لاتین

۴-۱. پیامدهای اجتماعی

یکی از فعالیت‌ها و کشگری‌های برجسته کلیساهای موج سوم در آمریکای لاتین، ایجاد شبکه‌های حمایتی غیررسمی و کارآمد برای گروه‌های آسیب‌پذیر است. این شبکه‌ها ترکیبی از گروه‌های کوچک خانگی، خدمات اجتماعی و خیریه‌ای کلیسا و نیز ابتکارات داوطلبانه اعضا هستند و عموماً در بستری میان فرهنگی و شهری شکل می‌گیرند؛ بستری که ضمن مدیریت تنش‌های اجتماعی، نقش بازتولید سرمایه اجتماعی را نیز ایفا می‌کند (Chesnut, 2003, p.117-120). در بسیاری از شهرهای بزرگ، این شبکه‌ها توانسته‌اند در جهت تأمین نیازهای اولیه فقرا، بی‌سرپرستان و

مهاجران روستایی یا برون مرزی عمل کنند؛ به گونه‌ای که با ایجاد اعتماد متقابل و تقویت روابط همیاری، غالباً جایگزین یا مکمل ساختارهای رسمی رفاهی شده‌اند (Martínez, 2011, p.155-157).

این حمایت‌ها بر زمینه‌ای الهیاتی - فرهنگی استوارند؛ به این معنا که کلیسا دیگر صرفاً به عنوان مکانی برای عبادت تلقی نمی‌شود؛ بلکه به مثابه اجتماعی حمایتی و معنوی درک می‌شود. همین تعریف تازه از کلیسا سبب شده است که شبکه‌های کلیسایی ظرفیتی چشمگیر برای سازگاری با نیازهای فوری ساکنان مناطق حاشیه‌نشین پیدا کنند و تصمیم‌گیری‌ها نیز به صورت غیرمتمرکز و برخاسته از دل همان جوامع محلی انجام گیرد.

با این حال، در حوزه تأثیرگذاری اجتماعی، مگا کلیساها همواره مسیر هم‌گرایی را نیپموده‌اند و در کنش‌های اجتماعی خویش، ماهیتی دوگانه داشته‌اند. به عبارتی، این کلیساها از یک سو به عنوان تسهیلگر پیوندهای حمایتی، کاهش انزوای فردی، و بازآفرینی همبستگی در محیط‌های شهری از هم‌گسیخته عمل می‌کنند؛ اما از سوی دیگر، بسته به خطمشی الهیاتی و رویکرد گفت‌وگویی خود، ممکن است همین شبکه‌های ارتباطی به ابزاری برای جداسازی و قطبی‌سازی اجتماعی بدل شوند. برای نمونه، مگا کلیساهایی چون «خانه خدا» یا «دوستی مردم» با تأکید بر عناصری همچون همکاری بین کلیسایی، رویکرد خدماتی فراگیر و دعوت به همبستگی اجتماعی، فضایی برای تعامل میان اقشار و فرهنگ‌های گوناگون پدید آورده‌اند و در نتیجه، مرزهای ذهنی «خودی» و «غیرخودی» را کم‌رنگ کرده‌اند.

در مقابل، بخش‌هایی از کلیسای «پادشاهی خدا» (IURD) یا گاه در حلقه‌های رهبری کلیسای «مأموریت کاریزماتیک بین‌المللی» (MCI)، رویکردهای آموزشی یا سیاسی‌ای اتخاذ شده‌اند که به سوی تقویت مرزبندی‌های اجتماعی و فرهنگی گرایش دارند و در نتیجه، شکاف‌های قومی و طبقاتی را تشدید کرده‌اند (Freston, 2001, p.160-162). بنابراین می‌توان گفت که شبکه‌های کلیساهای موج سوم از ظرفیتی عظیم برای ارائه خدمات فوری و حمایتی برخوردارند؛ اما تأثیر نهایی آنها بر پیوند یا گسست اجتماعی، بسته به خط گفت‌وگویی، جهت‌گیری الهیاتی و نوع ائتلاف‌های اجتماعی و سیاسی‌شان متغیر است.

۴-۲. پیامدهای فرهنگی

کلیساهای موج سوم در دهه‌های اخیر، علاوه بر کنشگری مذهبی، به بازیگرانی فعال در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی نیز بدل شده‌اند. آنان، چه در مراکز شهری و چه در روستاها، به سراغ زبان، موسیقی و هنر بومی مردم رفته و همه را در قالب پیام و سبک انجیلی بازتولید کرده‌اند. به عبارتی، این کلیساها برای انتقال پیام خود از ابزارهای فرهنگی آشنا و محبوب نزد مردم بهره گرفته‌اند تا هم پیام انجیل را به مخاطب نزدیک‌تر سازند و هم فرهنگ بومی را در چهارچوبی مسیحی - انجیلی بازآفرینی کنند (ابوزاده و حسنی، ۱۳۹۷، ص ۵).

نتیجه این رویکرد، پدید آمدن گونه‌هایی تازه از موسیقی‌های سنتی و عامه‌پسند با نسخه‌های مسیحی بود؛

از جمله ژانرهایی چون «موسیقی معاصر مسیحی» (música cristiana contemporánea)، «کومبیا مسیحی» (cumbia cristiana) و «رگتون انجیلی» (reggaetón evangélico) که متن‌ها و پیام‌های آنها با مضامین کتاب مقدس بازنویسی شده‌اند. این آثار، که آهنگ‌های بومی را با پیام‌های انجیلی ترکیب می‌کنند، از طریق رسانه‌های محلی و شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در میان جوانان و نوجوانان، به سرعت گسترش یافته‌اند (Martínez, 2011, p.188-190). این روند، در اصل نوعی بومی‌سازی معنوی است؛ فرایندی که از یک سو پیام انجیلی را با زبان و سلیقه مردم همان فرهنگ هماهنگ می‌سازد و از سوی دیگر، هویت فرهنگی آنان را بازتعریف می‌کند؛ به گونه‌ای که مرز میان دین و فرهنگ عامه تا حد زیادی کمرنگ می‌شود (Samaniego, 2015, p.210). یکی از تغییرات بنیادین در این مسیر، دگرگونی ماهیت مراسم پرستش سنتی است که اکنون به رویدادهایی چندرسانه‌ای، پرانرژی و نمایشی تبدیل شده‌اند. در کلیساهایی چون Casa de Dios در گواتمالا و IURD در برزیل، فضای عبادت بیش از هر زمان دیگر به صحنه‌ای بزرگ برای اجرا شباهت دارد؛ با نورپردازی حرفه‌ای، نمایشگرهای عظیم، صدای قدرتمند، موسیقی زنده و جلوه‌های تصویری و حرکتی. این ترکیب، آیین پرستش را از قالبی سنتی به تجربه‌ای همه‌جانبه و احساسی بدل می‌کند؛ تجربه‌ای که هم نسل جوان را جذب می‌کند و هم میزان مشارکت جمعی را افزایش می‌دهد (Campbell & Tsuria, 2021, p.122-124).

از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی، موج سوم توانسته است برند فرهنگی بزرگی ایجاد کند که حدود آن فراتر از عبادت و موعظه است؛ برندی که موسیقی، پوشش، زبان روزمره و حتی سلیقه بصری تازه‌ای را در برمی‌گیرد. این سبک از رهگذر اجراهای زنده، ویدئو کلیپ‌ها و شبکه‌های اجتماعی به سرعت در کشورهای مختلف انتشار یافته است (Martínez, 2011, p.189). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که این الگوها در بسیاری از شهرهای آمریکای لاتین به بخشی از فرهنگ جوانان بدل شده‌اند و کلیسا را از یک نهاد صرفاً مذهبی به تولیدکننده و صادرکننده فرهنگ عامه تبدیل کرده‌اند. به این ترتیب، موج سوم نه تنها پیام معنوی خود را گسترش داده، بلکه نقش طراح و مدیر فرهنگی بزرگی را نیز بر عهده گرفته است؛ نقشی که بر هنر، شیوه زندگی و ارتباط میان نسل‌ها اثر می‌گذارد. این روند، هم میراث سنتی و بومی را زنده نگه داشته و هم نوآوری‌های رسانه‌ای دینی را پیش رانده است؛ و در نهایت، جایگاه کلیسا را به بازیگری فعال در عرصه فرهنگ عمومی ارتقا داده است.

۳-۴. پیامدهای سیاسی

در سه دهه اخیر، کلیساهای موج سوم از جایگاه سنتی خویش به عنوان راهنمای دینی - معنوی فراتر رفته و به بازیگرانی فعال در عرصه سیاست رسمی بدل شده‌اند. این تحول، در کشورهایی چون برزیل، گواتمالا و کلمبیا به روشنی آشکار است؛ جایی که رهبران، کشیشان و چهره‌های سرشناس این کلیساها توانسته‌اند به کرسی‌های پارلمان، شوراهای محلی و حتی مناصب اجرایی دست یابند (Freston, 2008, p.57-59).

برای نمونه، در برزیل، نمایندگان وابسته به کلیسای IURD وارد مجلس ملی شده‌اند و در کلمبیا، «کلادیا رودریگس د کاستیانوس»، از رهبران بسیار فعال «کلیسای مأموریت کاریزماتیک بین‌المللی» (Misión Carismática Internacional)، موفق به کسب کرسی در سنای کشور شده است. این حضور، نفوذ کلیسا را از حوزه دینی و معنوی به میدان قدرت سیاسی منتقل کرده و راه دسترسی آن را به فرایندهای قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری ملی هموار ساخته است (Martínez, 2011, p.201-203).

کلیساهای موج سوم تنها به حضور مستقیم در ساختار قدرت بسنده نمی‌کنند؛ بلکه با شیوه‌هایی هدفمند و حساب‌شده بر سیاست‌های حاکم نیز اثر می‌گذارند. آنان از طریق لابیگری سازمان‌یافته، تشکیل ائتلاف با گروه‌های سیاسی فرادینی، و بسیج گسترده رأی‌دهندگان برای حمایت یا مخالفت با لوایح خاص، وارد عمل می‌شوند. بیشتر این فعالیت‌ها حول محورهایی مانند سیاست‌های آموزشی (برای نمونه، مخالفت با آموزش جنسی جامع در مدارس)، قوانین رسانه‌ای، و پشتیبانی از تولیدات فرهنگی همسو با ارزش‌های کتاب مقدس، متمرکز است (Samaniego, 2015, p.220-222).

از دیدگاه سیاست تطبیقی، موج سوم نمونه‌ای روشن از سیاست هویتی دینی به‌شمار می‌رود؛ وضعیتی که در آن وفاداری مذهبی نقش تعیین‌کننده‌ای در انتخاب‌ها و جهت‌گیری‌های سیاسی ایفا می‌کند. سمانیه‌گو (Samaniego, 2015) این پدیده را بخشی از روند «سیاسی شدن انجیل‌گرایی» در آمریکای لاتین می‌داند؛ روندی که با تکیه بر رسانه‌های کلیسایی و شبکه‌های اجتماعی نوین، توانسته است نفوذی چشمگیر در فضای عمومی ایجاد کند. بر این اساس، موج سوم نه تنها پیوندی تازه میان فرهنگ و سیاست برقرار کرده، بلکه ساختارهای نهادی لازم را برای ماندگاری بلندمدت در عرصه قدرت نیز بنیان نهاده است. از این رو کلیساهای موج سوم دیگر صرفاً نهادهایی مذهبی یا فرهنگی نیستند؛ بلکه به بازیگران سیاسی ساختاری و ایدئولوژیک تبدیل شده‌اند که می‌توانند جهت‌گیری‌های کلان سیاست عمومی را در حوزه‌های کلیدی بر پایه ارزش‌های خود بازتعریف کنند. چنین جایگاهی سبب شده است که این کلیساهای از یک سو به نیروهای اثرگذار در سطح قاره آمریکای لاتین و از سوی دیگر به بازیگرانی بحث‌برانگیز در عرصه دموکراسی تبدیل شوند.

۴-۴. پیامدهای الهیاتی

در الهیات موج سوم، جابه‌جایی‌ای بنیادین رخ داده است: انتقال تمرکز از رویکرد سنتی «نجات اخروی» به سوی «موفقیت این جهانی و معنوی». سنت پروتستان تاریخی – و بسیاری از کلیساهای موج اول و دوم – هدف نهایی مؤمن را آمادگی برای حیات جاوید و رهایی از گناه می‌دانستند؛ اما موج سوم، تحت تأثیر رهبران کاریزماتیک و جریان‌های جهانی، از جمله ایالات متحده و کره جنوبی، بر «الهیات کامیابی» (Prosperity Theology) تکیه

دارد. این گفتمان وعده می‌دهد که فیض الهی، نه تنها در عرصه معنوی، بلکه در رفاه اقتصادی، سلامت جسمی، کامیابی شغلی و پیروزی در چالش‌های روزمره زندگی نیز تجربه‌پذیر است (Martínez, 2011, p.175-177). از نگاه پیروان این رویکرد، چنین تفسیری ایمان را از فضای انتزاعی آخرت‌گرایی جدا می‌کند و آن را با نیازهای عینی و ملموس زندگی روزمره پیوند می‌زند. در نتیجه، رابطه عاطفی و عملی میان مؤمن و کلیسا ژرف‌تر می‌شود (Samaniego, 2015, p.195).

این دگرگونی ماهوی، تنها در سطح آموزه‌ها باقی نمانده؛ بلکه در تجربه عبادی نیز نمود یافته است. در کلیساهای موج سوم، مراسم پرستش از قالب‌های سنتی فاصله گرفته و با مجموعه‌ای از نوآوری‌های معنوی و فرهنگی همراه شده است؛ از جمله: اجرای موسیقی با سبک‌های مدرن و تأثیرگذار، مانند راک، رپ، سالسا یا موسیقی مسیحی کومبیا (cumbia cristiana)؛ بهره‌گیری از حرکات هماهنگ بدنی و رقص‌های آیینی برای همراهی دعا؛ و استفاده از نورپردازی و جلوه‌های چندرسانه‌ای برای برانگیختن مشارکت حسی و عاطفی حاضران (Martínez, 2011, p.178-180). این شیوه اجرا، نمونه‌ای از بومی‌سازی دین است که پیام کتاب مقدس را در قالبی امروزی و محلی برای نسل جدید بازگو می‌کند. نوآوری‌های موج سوم، تنها به شکل و محتوای بیرونی مراسم محدود نمی‌ماند؛ بلکه در نحوه فهم و تفسیر کتاب مقدس نیز تحولی اساسی پدید آورده است. برخلاف رویکرد محافظه‌کارانه بسیاری از جریان‌های پیشین، خطابه‌ها و تعالیم رهبران موج سوم غالباً بر قرائت‌هایی موضوع‌محور، انگیزشی و روان‌شناختی از متون مقدس استوار است (Samaniego, 2015, p.197-199). این رویکرد، امکان انطباق پیام الهی با شرایط و واقعیت‌های معاصر را فراهم می‌کند و در عین حال زمینه گفت‌وگو با فرهنگ عامه و پاسخ به نیازهای فردی انسان مدرن را نیز به وجود می‌آورد. به این ترتیب، فضای الهیاتی موج سوم، بیش از آنکه در پی بازتولید نظام‌های الهیاتی ثابت باشد، به گفته مارتینز (Martínez, 2011, p.182)، به عرصه‌ای از تجربه‌گرایی و تعامل پویا میان متن مقدس، زیبایی‌شناسی فرهنگی و زیست‌جهان مؤمنان بدل شده است. این دگرگونی‌ها چهره‌ای سیال و انعطاف‌پذیر از الهیات موج سوم ترسیم می‌کند؛ چهره‌ای که می‌تواند به طور هم‌زمان در بافت‌های بومی حضور یابد و در بازار جهانی مسیحیت نیز نقش آفرینی کند.

نتیجه‌گیری

رشد و تحول کلیساهای موج سوم در آمریکای لاتین طی نیم‌قرن گذشته، نمونه‌ای کم‌نظیر از دگرگونی ساختاری، کارکردی و الهیاتی در یک سنت دینی جهانی است. این کلیساها که مسیر خود را از جوامع کوچک و خانگی به سوی مگا کلیساها با زیرساخت‌های گسترده و شبکه‌های فراملی پیموده‌اند، توانسته‌اند با تلفیق رهبری کاریزماتیک، کارآمدی مدیریتی، فناوری رسانه‌ای و نوآوری الهیاتی، جایگاهی ماندگار و اثرگذار در بافت اجتماعی - فرهنگی و سیاسی کشورهای منطقه بیابند.

در بعد اجتماعی، این جنبش‌ها با ایجاد شبکه‌های حمایتی و سرمایه اجتماعی قوی، نقش‌آفرینی کرده‌اند؛ هرچند در برخی بافت‌ها به تشدید قطب‌بندی‌های فرهنگی، طبقاتی و حتی مذهبی منجر شده‌اند. در حوزه فرهنگی، کلیساهای موج سوم با بهره‌گیری از موسیقی، هنر و زیبایی‌شناسی معاصر، گونه‌ای از «برندسازی مذهبی» را به‌نمایش گذاشته‌اند که توانسته است در ذائقه و سبک زندگی مردمان اثرگذار باشد. از منظر سیاسی، این کلیساهای با حضور مستقیم در ساختار قدرت و اعمال نفوذ از طریق لابیگری و بسیج توده‌ها، خود را به بازیگران جدی سیاست رسمی و غیررسمی بدل کرده‌اند. در سپهر الهیاتی نیز جابه‌جایی از «تجات اخروی» به «کامیابی این جهانی» و پذیرش گسترده نوآوری‌های آیینی و تفسیری، انعطاف‌پذیری و بومی‌سازی دین را به‌نمایش گذاشته است.

برای مخاطبان شرقی، تجربه آمریکای لاتین در توسعه موج سوم نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از منابع محلی و ابزارهای مدرن، الگویی از «جهانی‌سازی از پایین» ایجاد کرد که از ریشه‌های فرهنگی برمی‌خیزد، اما ظرفیت حضور و رقابت در عرصه جهانی را دارد. چنین مطالعه‌ای بستر ارزشمندی برای مقایسه و تحلیل دینامیک‌های مشابه در آسیا و خاورمیانه فراهم می‌کند؛ جایی که دین همچنان نقشی فعال در سیاست، فرهنگ و هویت اجتماعی ایفا می‌کند.

منابع

- ابوزاده گتایی، یاسر و طاهری آکردی، محمدحسین (۱۳۹۸). آزادی در روح القدس از نگاه مسیحیت پنتیکاستی؛ آموزه‌ای اصیل یا ابزاری تبشیری؟». معرفت ادیان، ۱۰ (۲)، ۴۱-۶۰.
- ابوزاده گتایی، یاسر و حسنی، سیدعلی (۱۳۹۷). تأملی بر رویکردهای فرهنگی، اجتماعی پنتیکاستی‌ها در حوزه تبشیر. معرفت ادیان، ۹ (۴)، ۹۳-۱۱۰.
- ابوزاده گتایی، یاسر و صانعی، مرتضی (۱۳۹۵). نقد و بررسی آموزه تکلم به زبان‌ها در کلیساهای پنتیکاستی. معرفت ادیان، ۷ (۴)، ۶۷-۸۴.
- Anderson, A. (2004). *An Introduction to Pentecostalism: Global Charismatic Christianity*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Anderson, A. (2013). *To the Ends of the Earth: Pentecostalism and the Transformation of World Christianity*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Blumhofer, E. L. (1993). *Restoring the Faith: The Assemblies of God, Pentecostalism, and American Culture*. Urbana, IL, USA: University of Illinois Press.
- Brouwer, S.; Gifford, p. & Rose, S. (1996). *Exporting the American Gospel: Global Christian Fundamentalism*. London, England: Routledge.
- Burgess, S. M. & McGee, G. B. (Eds.) (1988). *Dictionary of Pentecostal and Charismatic Movements*. Grand Rapids, MI, USA: Zondervan.
- Campbell, H. A. & Tsuria, R. (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. London, England: Routledge.
- Campos, L. S. (1997). *Teatro, templo e mercado: Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Castellanos, C. (2006). *Ganar a través del G12*. Miami, FL, USA: G12 Editores.
- Chesnut, R. A. (2003). *Competitive Spirits: Latin America's New Religious Economy*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Freston, P. (2001). *Evangelicals and Politics in Asia, Africa and Latin America*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Maxwell, J. C. (2007). *The 21 Irrefutable Laws of Leadership: Follow Them and People Will Follow You*. Nashville, TN, USA: Thomas Nelson.
- Martin, D. (2002). *Pentecostalism: The World Their Parish*. Oxford, England: Wiley-Blackwell.

- Martínez, M. (2011). *Pentecostalismo y transformación social en América Latina*. Mexico City, Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, M. (2018). *Cash Luna y la Casa de Dios: El poder evangélico en Guatemala*. Guatemala City, Guatemala: Editorial Universitaria.
- Miller, D. E. & Yamamori, T. (2007). *Global Pentecostalism: The New Face of Christian Social Engagement*. Berkeley, CA, USA: University of California Press.
- Oro, A. P. (2003). *A Igreja Universal do Reino de Deus: Os novos conquistadores da fê*. Porto Alegre, Brazil: EdiPUCRS.
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, USA: Simon & Schuster.
- Robbins, J. (2004). *The Globalization of Pentecostal and Charismatic Christianity. Annual Review of Anthropology*. Palo Alto, CA, USA: Annual Reviews.
- Samaniego, José Luis (2015). *Pentecostalismo y nuevas formas de religiosidad en México: El caso de Casa de Dios*. Ciudad de México, Mexico: Editorial Universidad Nacional Autónoma de México.
- Smith, C. (2014). *Evangelical Christianity and Democracy in Latin America*. Oxford, England: Oxford University Press.
- Thumma, S. & Travis, D. (2007). *Beyond Megachurch Myths: What We Can Learn from America's Largest Churches*. San Francisco, CA, USA: Jossey-Bass.
- Wagner, C. P. (1998). *The New Apostolic Churches*. Ventura, CA, USA: Regal Books.