

MOŻLIWOŚCI ZASTOSOWANIA ELEMENTÓW TEORII KOMUNIKACJI W ANALIZIE WSPÓŁCZESNYCH FORM RELIGIJNOŚCI I DUCHOWOŚCI

Possibilities of using the components of communication theory in the analysis of contemporary religious and spirituality forms

Streszczenie

W artykule zostaną przedstawione niektóre możliwości zastosowania założeń komunikacyjnej teorii religii w obrębie badań nad religią oraz nową duchowością, a także omówione wątpliwości związane z wykorzystaniem postulatów badawczych wynikających z tej teorii do opisu i wyjaśniania konkretnych zjawisk z zakresu ponowoczesnej religijności. Komunikacyjna perspektywa socjologii religii pozwala na zaobserwowanie istotnych przekształceń zachodzących w sferze komunikacji religijnej, zarówno instytucjonalnej, jak i poza-instytucjonalnej. W dobie modernizacji i zacierania się granic pola religijnego może ona umożliwić religijno-socjologiczną analizę również tych zjawisk, których religijne odniesienia nie są oczywiste. Ograniczeniem perspektywy komunikacyjnej jest to, że stwierdzenia, które można formułować na jej podstawie, odnosić się mogą jedynie do konkretnego kontekstu społeczno-kulturowego.

Słowa kluczowe: religia, nowa duchowość, komunikacja religijna

Abstract

The article presents some possibilities of applying the principles of communicative theory of religion within the scope of research on religion and new spirituality, as well as discussed doubts related to the use of research postulates resulting from this theory to describe and explain specific phenomena in the field of postmodern religiosity. The communication perspective of the sociology of religion allows the observation of significant transformations taking place in the sphere of religious communication, both institutional and non-institutional. In the era of modernization and the blurring of the boundaries of the religious field, it can enable religious-sociological analysis of those phenomena whose religious references are not obvious. The limitation of the communication perspective is that statements that can be formulated on its basis can only refer to a specific socio-cultural context.

Keywords: religion, new spirituality, religious communication

Wstęp

W miarę rozwoju socjologii religii jako dyscypliny pojawiają się coraz to nowe założenia, które otwierają nowe perspektywy w badaniach nad religią i pozwalają częściowo przynajmniej rozwiązać dotychczasowe problemy i dylematy oraz poddać analizie te aspekty pola religijnego, którym do tej pory poświęcano zbyt mało uwagi lub pomijano je w ogóle. Jednym z takich założeń jest komunikacyjna teoria religii. Leżąca u jej podstaw teoria komunikacji kładzie szczególny nacisk na rolę języka w procesie konstruowania społecznej rzeczywistości (Watzlawick i in. 1967). Od lat osiemdziesiątych XX w. komunikacja, początkowo głównie językowa, ale z czasem również niewerbalna, staje się ważnym obszarem zainteresowań nauk społecznych.

Thomas Luckmann określa tę tendencję mianem „nowego paradygmatu socjologii wiedzy”, w którym komunikacja jest centralnym elementem ogniskującym uwagę badaczy ze względu na swoją rolę w ustanawianiu, podtrzymywaniu i modyfikowaniu porządku społecznego. Nie oznacza to oczywiście, że we wcześniejszych badaniach i opracowaniach teoretycznych proces komunikowania był pomijany, można jednak zauważyć, że poświęcano mu nieporównanie mniejszą uwagę niż obecnie.

Zainteresowanie procesami komunikacji, ich warunkami, przebiegiem i rolą, jaką mogą odgrywać w życiu społecznym, wynika z tendencji kulturowych widocznych we współczesnym życiu społecznym. Najbardziej widoczną z nich, choć nie najważniejszą, jest gwałtowny rozwój technologii komunikacyjnych, które umożliwiają porozumiewanie się w sposób niezależny od ograniczeń czasowo-przestrzennych. Coraz większa część społecznej egzystencji człowieka przenosi się do mediów komunikacyjnych, które tworzą odrębną, wirtualną przestrzeń złożoną niejako z samej komunikacji, w której funkcjonowanie jednostki trwa tak długo, jak długo może ona (lub chce) komunikować się z innymi. Pojęcie komunikacji staje się więc jednym z kluczowych pojęć epoki globalizacji; również w socjologii problematyka komunikacji zostaje uznana za jeden z priorytetów.

Wzrost roli komunikacji jest pośrednim skutkiem pluralizacji życia społecznego. Człowiek współczesny funkcjonuje w rzeczywistości społecznej w różnych rolach, uczestnicząc w różnych subsystemach wyodrębnionych w procesie zróżnicowania funkcjonalnego społeczeństwa. Unikalny zestaw tych ról społecznych, a także grup i społeczności stanowiących jego punkty odniesienia, sprawia, że doświadczenia biograficzne poszczególnych jednostek różnią się od siebie tak bardzo, że coraz rzadziej można mówić o wspólnie podzielanych zasobach wiedzy i uznawanych tradycjach. Taka różnorodność prowadzi do pluralizmu przekonań, światopoglądów, stylów życia i hierarchii wartości. Różnice, jakie w ten sposób powstają między ludźmi, czyniłyby niemożliwym istnienie społeczeństwa, prowadząc do daleko idącej atomizacji, gdyby nie komunikacja. Jej intensyfikacja pełni w pewnym sensie funkcję kompensującą: pozwala ludziom coraz bardziej różniącym się od siebie na poszukiwanie wspólnych – a przynajmniej podobnych – przekonań i poglądów, negocjowanie znaczeń, wyjaśnianie różnic i osiąganie konsensu, który czyni życie społeczne możliwym. Z takiej perspektywy również religia jawi się jako zjawisko społecznie konstruowane: ostateczne uzasadnienie i rezerwuar wszelkiego sensu – zarówno subiektywnego, jak i społecznie zobiektywizowanego, swego rodzaju filar konstruowania społecznej rzeczywistości, przybierający formę zinstytucjonalizowaną (Knoblauch, Raab, Schnettler 2002: 12).

W niniejszym artykule zostaną przedstawione niektóre możliwe zastosowania założeń komunikacyjnej teorii religii w obrębie badań nad religią oraz nową duchowością rozumianą jako charakterystyczna dla społeczeństwa ponowoczesnego zindywidualizowana i sprywatyzowana forma religijności (Mariański 2010b: 199). Zasygnalizowane zostaną również niektóre wątpliwości pojawiające się w związku z zastosowaniem postulatów badawczych wynikających z tej teorii do opisu i wyjaśniania konkretnych zjawisk z zakresu ponowoczesnej religijności. Komunikacyjna teoria religii jest na razie raczej projektem niż gotową konstrukcją, wydaje się jednak, że wyznaczony przez nią punkt widzenia nadaje się do opisu i wyjaśniania wielu niedostrzeganych wcześniej religijnych aspektów społecznej rzeczywistości, przy jednoczesnej eliminacji tych założeń, które zostały przekonująco podważone przez inne teorie lub nie okazały się owocne z punktu widzenia możliwości ich operacjonalizacji.

Zwrot komunikacyjny w badaniach nad religią

Znaczenie religijnej komunikacji przez długi czas było niedoceniane w badaniach nad religią. W tradycji religioznawczej (religijnopsychologicznej) doświadczenie religijne było niejako przeciwstawiane komunikacji. Friedrich Schleiermacher (1995), William James (2011), Rudolf Otto (1993) czy Martin Buber akcentowali jego wymiar wewnętrzny, subiektywny. Indywidualne, emocjonalne i przeżywane w samotności doświadczenie religijne było uznawane za esencję religii. To, co istotne, miało rozgrywać się w jednostce, w jej wnętrzu, w świadomości, w doświadczeniu mistycznym niedostępnym dla innych. Strona komunikatywna była traktowana drugoplanowo jako coś, co nie należy do istoty religijności. Komunikowanie doświadczenia religijnego było wprawdzie również częścią sfery religii – jej „społecznej” strony – ale miało o wiele mniej doniosłe znaczenie, było zjawiskiem w pewnym stopniu niedoskonałym, deficytowym i wtórnym, niebędącym

w stanie nawet w przybliżeniu oddać tego, co stało się udziałem mistycznego doświadczenia jednostki. Takie podejście wynikało z przekonania, że doświadczenie religijne samo w sobie jest niekomunikowalne.

Mimo takiej tendencji niektórzy badacze wcześniej zwracali uwagę na znaczenie obecności religii w procesie społecznej komunikacji. Na przykład Friedrich H. Tenbruck już na początku lat sześćdziesiątych XX w. następująco opisywał rolę społecznej widoczności religii: „Obecność Boga w komunikacji rekompensuje jego nieobecność w doświadczeniu zmysłowym. Tam, gdzie komunikacja ta zupełnie nie występuje, wiara staje się heroicznym wyjątkiem. (...) Rzeczywistość społeczna zastępuje rzeczywistość obiektywną. Adekwatnie do stopnia, w jakim religia jest wypierana z procesu społecznej komunikacji i w jakim przestaje być społecznie ceniona, traci ona w odniesieniu do człowieka nie tylko swoje funkcje, lecz również swoją realność. Po prostu już go nie dotyczy” (Tenbruck 1960: 131).

Swego rodzaju przełomem w postrzeganiu rzeczywistości społecznej (w tym również społecznego wymiaru religii) była praca Petera L. Bergera i Thomasa Luckmanna *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, której autorzy rozwinęli koncepcję fenomenologicznie inspirowanej socjologii wiedzy. W tym ujęciu rzeczywistość społeczna nie jest czymś obiektywnie istniejącym, lecz jest konstruowana poprzez ludzkie działania. W świecie codziennych doświadczeń zachodzą procesy indywidualnego postrzegania różnych fragmentów rzeczywistości, które w procesie produkcji, przyswajania i rozpowszechniania wiedzy zyskują charakter intersubiektywny. To, co ludzie uznają za rzeczywistość, jest określane przez instytucje życia społecznego. Dysponują one określonym zasobem wiedzy, czyli przekonań dotyczących tego, jak przedstawia się rzeczywistość, jak należy interpretować określone zjawiska i jakie działania podejmować w określonych sytuacjach społecznych. Wiedza, którą dysponują instytucje, jest przekazywana za pomocą języka. Za obiektywne uznawane są tylko te aspekty rzeczywistości, które stają się udziałem wielu jednostek.

Socjologia ma więc za zadanie zbadać, w jaki sposób powstaje społecznie podzielana wiedza, czyli przekonanie o tym, że określone zjawiska mają charakter rzeczywisty i że charakteryzują się określonymi cechami. To, co członkowie społeczeństwa postrzegają jako rzeczywistość obiektywną, „fakt społeczny”, powstaje w procesie komunikowania ogółu subiektywnych rzeczywistości. „Komunikacyjne interakcje nie są już uznawane jedynie za przedmiot niezbyt znaczącego działu socjologii czy też lingwistyki zajmującego się wzajemnymi relacjami języka i struktury społecznej. Wręcz przeciwnie: zostały podniesione do rangi najważniejszego medium tworzącego społeczny porządek, lub też, ujmując rzecz bardziej ogólnie, społecznego konstruowania rzeczywistości” (Luckmann 2002b: 185).

Teoria Luckmanna i Bergera jest więc teorią konstruktywistyczną: rzeczywistość społeczna jest konstruowana poprzez działania, których celem jest komunikowanie innym subiektywnie rozumianych znaczeń. Ich komunikowanie i przyswajanie dokonuje się w toku trój etapowego procesu eksternalizacji, obiektywizacji i internalizacji, który oddziałuje zarówno na poziomie indywidualnym, jak i ogólnospołecznym, kształtując instytucje życia społecznego, ale również jednostkowe tożsamości. Wiedza jest budulcem struktur znaczeń i sensów, bez których niemożliwe byłoby istnienie społeczeństwa. Na bazie symboli tworzą się systemy symboliczne, takie jak religia, ale również sztuka, nauka lub technika. Berger i Luckmann używają w tym kontekście określenia „symboliczne uniwersa”. Religia jest w takim ujęciu jednym ze zobiektywizowanych systemów (uniwersów) symbolicznych.

W ten sposób w teorii socjologicznej (i w socjologii religii) dokonała się przemiana polegająca na podkreśleniu w większym niż dotychczas stopniu znaczenia komunikacji jako kluczowego elementu życia społecznego. Badania nad różnymi formami komunikacji pokazują, w jaki sposób przyczyniają się one do wytwarzania, rozpowszechniania i reprodukcji wiedzy rozumianej jako struktury sensu i orientacje moralne. W takim znaczeniu komunikacja staje się konstytutywnym elementem rzeczywistości społecznej i społecznego porządku. Nie można wprawdzie mówić o powstaniu w ten sposób nowego paradygmatu, ale z pewnością jest to nowy kierunek w teorii społecznej (Luckmann 2002a: 202).

Religia jako komunikacja

Religia w teorii komunikacji jest więc konstrukcją kulturową. Jej konstruowanie zachodzi za sprawą szczególnych środków, takich jak znaki, symbole i systemy symboli (Knoblauch 1998: 150). Z socjologicznego

punktu widzenia komunikacja jest warunkiem społecznej egzystencji religii. To, co jest treścią doświadczenia jednostki, samo w sobie nie jest ani religijne, ani niereligijne. Religijne staje się dopiero wówczas, gdy w procesie komunikowania zostaje wyposażone w specyficzny sens, a więc zinterpretowane za pomocą odniesienia do rzeczywistości wykraczającej poza świat codziennych doświadczeń. Tak zinterpretowane doświadczenie w procesie komunikacji staje się udziałem innych, którzy mogą je zrozumieć, ale również na jego kanwie mogą interpretować swoje własne doświadczenia.

Komunikacja religijna stanowi odrębny dział komunikacji, charakteryzujący się unikalnymi właściwościami i formami, podobnie jak komunikacja zachodząca w innych sferach życia społecznego (prawo, polityka, sport, ekonomia itp.). Dlatego staje się także przedmiotem analiz socjolingwistycznych. Na przykład William J. Samarin w swoich analizach językoznawczych wskazuje na to, że język religijny stanowi odrębną domenę językową, którą charakteryzują cechy niespotykane w innych odmianach języka: specyficzne gatunki (w religii chrześcijańskiej np.: psalmy, przypowieści, hymny, apokryfy, hagiografie, misteria, żywoty świętych, modlitwy, kazania itp.), specyficzne środki stylistyczne i retoryczne, często o zabarwieniu archaicznym (np. powtórzenia, pozdrowienia, błogosławieństwa, specjalne słownictwo) (Samarin 1976).

Komunikacja symboliczna zachodząca w sferze religii różni się w znaczący sposób od komunikacji w sferze życia codziennego. W komunikacji religijnej pojawiają się określone środki werbalne, a także niewerbalne, poprzez które tworzy się specyficzny kontekst społeczny, dzięki któremu działaniom tym nadawany jest sens religijny (Knoblauch 1998: 176). Cechą charakterystyczną komunikacji religijnej jest również to, że odbywa się ona w specyficznym społecznym kontekście. Chodzi tu o miejsca (budynki sakralne), sytuacje społeczne (agapa), wydarzenia (event religijny), środowiska społeczne (duchowieństwo), organizacje (Kościoły, wspólnoty religijne).

Nie zawsze jednak komunikacja o charakterze religijnym jest łatwa do odróżnienia od innych rodzajów komunikacji. Tendencje kulturowe późnej nowoczesności sprawiają, że granice między tym, co religijne, a tym, co niereligijne, rozmywają się tak bardzo, że można mówić o stopniowym zacieraniu się różnic między sferą sacrum a profanum (Knoblauch 2009: 193). Oprócz sfery religii coraz bardziej rozwija się sfera duchowości pozainstytucjonalnej, zwanej przez socjologów nową duchowością dla wyeksponowania jej odrębności od tradycyjnych form religii i duchowości mieszczącej się w ich obrębie (Leszczyńska, Pasek 2008: 15-17). Cechą nowej duchowości, podobnie jak tradycyjnej religii, jest poszukiwanie doświadczenia transcendencji, tyle że doświadczeń takich szuka się w świecie doczesnym. Wywodzą się one jednak z religijnych systemów znaczeń. Nowoczesne doświadczenia transcendencji mogą mieć charakter ideologii, poglądów politycznych, grup terapeutycznych, stylów życia, mogą stanowić wyraz dążenia do samorozwoju, ale również przybierać postać rozmaitych „kultów” niemających nic wspólnego z tradycyjnie rozumianą sferą kultową: nowoczesny kult młodości, ciała, fitness i wellness również będą wyrazem tak rozumianej duchowości, często o charakterze pragmatycznym lub hedonistycznym (Ban 2008: 76). Sfera religii zaczyna rozpadać się na zjawiska religii i duchowości, co socjologom religii zdecydowanie nie ułatwia zadania, poza tym prowadzi do dyskusji o tym, czy uprawianie socjologii religii uwzględniającej również nową duchowość ma sens, czy należałoby raczej myśleć o socjologii duchowości jako odrębnej dziedzinie badań w ramach socjologii religii lub nawet poza nią (Mariański 2010a: 21, 34).

Komunikacyjna perspektywa socjologii religii pozwala na dostrzeżenie i wyjaśnianie zjawisk religijnych w różnych przejawach życia społecznego, zarówno tych explicite religijnych, jak i takich, które na pierwszy rzut oka nie mają nic wspólnego z religią. W kulturze współczesnej wiele wartości, norm i wzorów zachowań wywodzących się z religii (w zachodnim kręgu kulturowym – głównie z chrześcijaństwa) zostało zsekularyzowanych, zaadaptowanych do kultury świeckiej, a ich religijne konotacje często nie są w ogóle uświadamiane.

Zdaniem Sławomira Mandesa socjologia religii powinna „empirycznie badać zjawiska, które w społeczeństwie komunikowane są jako religia, jednocześnie nie zapominając o konieczności refleksji teoretycznej, zmierzającej w dwóch kierunkach: po pierwsze, będzie dążyła do rekonstrukcji założeń, na których opiera się naukowiec opisujący dane zjawisko, po drugie – do takich, na których bazuje w społeczeństwie komunikacja o badanym zjawisku” (Mandes 2016: 325). Ze względu na pluralizm religijny i kulturowy ponowoczesnego społeczeństwa zjawiska, które dana jednostka lub zbiorowość określa jako religijne, mogą nie mieć religijnego

charakteru w oczach innych jednostek lub zbiorowości. To samo dotyczy badaczy, którzy również nie mogą arbitralnie decydować o tym, jakie zjawiska zaliczyć do religijnych, a jakich nie.

Do czego może się przydać komunikacyjne ujęcie religii?

Wiele wskazuje na to, że w społeczeństwach zachodniego kręgu kulturowego nie należy raczej spodziewać się spektakularnego powrotu religii w jej dotychczasowej formie, czyli swoistego „powrotu do przeszłości”. Bardziej prawdopodobne wydaje się przypuszczenie, że religia będzie nadal oddziaływać na życie społeczne, ale przynajmniej częściowo w ukryciu, przenikając do sfery światopoglądowej, współkształtując dążenia i cele życiowe jednostek i społeczności, wpływając na formy ustrojowe i rozwiązania prawne. Jej struktury, które mogłyby być jednoznacznie zidentyfikowane jako religijne, będą z czasem coraz mniej rozpoznawalne, natomiast zakres i siła jej oddziaływania mogą być podobne lub paradoksalnie nawet silniejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Już w tej chwili można stwierdzić, że wiele postulatów wywodzących się z religii zostało zrealizowanych lub przynajmniej podejmuje się wiele wysiłków, aby je zrealizować. Ograniczenie liczby konfliktów zbrojnych, równouprawnienie kobiet, walka z uprzedzeniami rasowymi, dążenie do wyrównania szans życiowych, różne formy pomocy humanitarnej dla wszystkich, niezależnie od pochodzenia, przynależności etnicznej czy wyznawanej religii – wszystko to, co interpretowane jest w kategoriach osiągnięć nowoczesności, stanowi w rzeczywistości formy realizacji najważniejszych postulatów chrześcijaństwa i innych religii światowych. Wiele wartości, które kojarzą się np. z demokracją, z humanitaryzmem, z działaniami na rzecz pokoju czy ochrony przyrody, to wartości wywodzące się z religii.

Pojawia się w związku z tym wiele konkretnych obszarów badawczych, z których eksploracją komunikacyjna teoria religii powinna sobie poradzić lepiej niż inne ujęcia. Obserwowanie i wyjaśnianie religii z perspektywy komunikacji może pozwolić na wiele interesujących obserwacji dotyczących tego, w jaki sposób ludzie uzgadniają między sobą, jakie zjawiska należy uznać za religijne, a jakie za np. psychologiczne, ideologiczne czy przynależące do innych dziedzin rzeczywistości społecznej. Może pokazać, w jaki sposób ustalenia takie zmieniają się w czasie i zależnie od kultury czy środowiska, a także poprzez analizę dyskursu wskazać ośrodki determinujące współczesny dyskurs religijny oraz rozstrzygnąć, czy Kościoły i instytucje religijne pozostają nadal najbardziej wpływowymi aktorami na tym polu, czy też ich wpływy są równoważone lub umniejszane przez inne instytucje życia społecznego.

Perspektywa komunikacyjna może pozwolić również na wskazanie i rekonstrukcję istotnych przekształceń w sferze komunikacji religijnej, a więc np. tego, w jaki sposób i dlaczego jedne formy komunikacji religijnej zyskują na znaczeniu, inne zaś tracą popularność. Może tłumaczyć osłabienie skuteczności instytucjonalnej komunikacji religijnej, wskazując sytuacje, w których schematy komunikacji nie odpowiadają społecznym możliwościom percepcji, przyzwyczajeniom, tendencjom kulturowym, oczekiwaniom, potrzebom, a nawet temu, co w świadomości społecznej uchodzi za religijne.

Komunikacja religijna odbywa się również na płaszczyźnie makrosocjalnej. W tym kontekście mówi się o dyskursie religijnym. Toczy się on nie tylko w obrębie środowisk, w których komunikacja religijna jest codziennością, nie tylko w sytuacjach społecznych, którym przypisuje się religijny charakter, lecz także na płaszczyźnie instytucjonalnej, międzyinstytucjonalnej i pozainstytucjonalnej, a jego nośnikami są również środowiska i społeczności niepowiązane ze sferą religii, nie tylko przedstawiciele środowisk będących społecznymi reprezentantami religii, lecz także świeccy, wierzący i niewierzący (Knoblauch 1998: 178). W dyskursie tym negocjowane są granice wpływów instytucji i norm religijnych na życie społeczne.

Aby nie ograniczać się tylko do rozważań teoretycznych, można odwołać się do dwóch powiązanych ze sobą konkretnych przykładów komunikacji (w tych przypadkach zachodzącej za pośrednictwem Internetu), które obrazują przynajmniej część możliwości, jakie otwierają się przed socjologią religii dzięki przyjęciu przez nią perspektywy komunikacyjnej. Chodzi tu głównie o rozszerzenie perspektywy badawczej, które można by porównać do poszerzenia pola widzenia. Jakiś czas temu głośnym echem w mediach, szczególnie społecznościowych, odbił się apel wystosowany publicznie przez jedną z polskich parlamentarzystek (Annę Kamińską), skierowany do jej byłego małżonka, który ją porzucił i założył nową rodzinę (*Mariusz...*). Apel zamieszczony w serwisie YouTube, zatytułowany *Psalm żony niezłomnej w wierze*, zawierał wiele elementów

pozwalających na zakwalifikowanie go do sfery komunikacji religijnej: poczynając od leżących u jego podstaw założeń (wiara w Boga, przekonanie o nierozzerwalności małżeństwa), poprzez formę samego tekstu (gatunek literacki, liczne nawiązania do chrześcijaństwa, specyficzne formy językowe i zwroty kojarzone ze sferą religii), aż do sposobu jego wykonania (odczytanie w kościele, specyficzna modulacja głosu, powaga, podniosły nastrój). Zamieszczenie apelu w sieci w postaci krótkiego filmu wywołało lawinę komentarzy, z których większość miała zabarwienie negatywne; nagranie doczekało się kilku przeróbek, w tym także prześmiewczych. Główne zarzuty wobec autorki dotyczyły nieuprawnionego, zdaniem wielu internautów, mieszania religii z polityką, wiele wypowiedzi odnosiło się także do kwestii godności kobiety oraz prawa do ingerowania religii w sferę prywatności.

W omawianym przypadku można bez trudu zauważyć, że tego typu sytuacja (działanie z motywów religijnych oraz jego konsekwencje społeczne), choć nie jest przykładem typowej, zinstytucjonalizowanej komunikacji religijnej, może być przedmiotem badań religijnosocjologicznych. Socjolog religii mógłby na podstawie tego przypadku badać np. kwestie społecznej widoczności religii, przyzwolenia na obecność religii w sferze publicznej, kwestie faktycznych i postulowanych związków religii z polityką, społecznej akceptacji religijnie motywowanych zasad obyczajowych itp. Opisana sytuacja zarówno w swojej treści, jak i formie zawiera elementy, które zaliczyć można do kategorii „religijnych”.

Drugi przykład, o wiele mniej jednoznaczny, to felieton nawiązujący do wspomnianego *Psalmu...*, opublikowany przez jeden z portali internetowych (Młynarska 2017). Jego autorka, Paulina Młynarska, przedstawicielka nurtu feministycznego, krytyczna wobec Kościoła i znana z aktywnego wspierania działań na rzecz świeckości państwa, nawiązuje wprawdzie do religii (a raczej określonych grup jej wyznawców w Polsce), ale w ironiczno-krytyczny sposób. Na pierwszy rzut oka wymowa tego tekstu wydaje się daleka od komunikacji religijnej. Wymowy tej nie zmienia powoływanie się przez autorkę na *Żywoty świętych*, a także zacytowanie *Hymnu o miłości św. Pawła*, oba bowiem teksty służą głównie do demaskowania powierzchowności postaw religijnych części katolików, którzy do swojej wiary odwołują się wyłącznie z przyczyn pragmatycznych. Czy jednak na pewno omawiany felieton nie ma żadnych cech komunikacji religijnej? Jego autorka staje w obronie kobiety, której wiary nie podziela, ale którego zachowanie budzi jej szacunek. Nie wdając się w dokładną analizę treści tekstu, warto zwrócić uwagę na kilka wynikających z niego wniosków: po pierwsze, każdy człowiek ma prawo do poszanowania własnej godności, nawet jeśli jego poglądy są zupełnie odmienne od dominujących w danym środowisku; po drugie, ważna jest prawda, rozumiana jako życie zgodne z zasadami, w które się wierzy, i jako brak sprzeczności między słowami a czynami; po trzecie, na szacunek zasługuje „pozostawanie wierną i do bólu konsekwentną w swej wierze”, nawet jeśli inni wiarę tę uważają za archaiczną czy wręcz śmieszną.

Jeśli przyjrzyć się tym tezom z punktu widzenia komunikacyjnej perspektywy socjologii religii, to łatwo zauważyć, że główna linia perswazji, mimo otwartej deklaracji niereligijności autorki i jej krytycznej postawy wobec katolicyzmu, opiera się na argumentach nawiązujących wprost do wartości uważanych za niezwykle istotne w większości systemów religijnych. Postulaty szacunku wobec każdego człowieka, wierności swoim przekonaniom oraz dążenia do prawdy mają zasadnicze znaczenie nie tylko w chrześcijaństwie, lecz także w religiach innych kręgów kulturowych. Pod warstwą antyklerykalnej retoryki oraz krytyki środowisk politycznych powołujących się na związki z Kościołem tekst odwołuje się do dyskursu religijnego i jako taki może również stać się przedmiotem analizy religijnosocjologicznej. Wydaje się, że w dobie modernizacji i zacierania się granic pola religijnego współczesna socjologia religii coraz częściej będzie miała do czynienia ze zjawiskami, których religijne odniesienia nie są oczywiste.

Wątpliwości związane z komunikacyjną teorią religii

Pożytki z komunikacyjnego ujęcia religii jako nowej perspektywy socjologii religii wydają się znaczne, jednakże pojawia się przy tej okazji wiele wątpliwości, które będą musieli w przyszłości rozstrzygnąć badacze pragnący wyjaśniać zjawiska religijne, odwołując się do tych założeń, a także pułapek, w które wpaść mogą badacze niedoświadczeni lub niefrasobliwi. Samo podejście również narzuca ograniczenia, które w praktyce badawczej mogą być odczuwalne i co więcej, wpływać na interpretację wyników badań.

Niewątpliwą zaletą podejścia komunikacyjnego jest to, że może ono w pewien sposób pośredniczyć między określonością (i jednocześnie ograniczeniami) substancjalnego ujęcia religii oraz nieokreślonością ujęcia funkcjonalnego (zgodnie z zasadą, że nie wszystko może być religią, lecz tylko to, co jest komunikowane jako religia). Umieszczenie komunikacji w centrum uwagi stanowi swego rodzaju pomost między płaszczyzną świadomości jednostki (indywidualną, subiektywną) a płaszczyzną społeczną (obiektywną). Ciekawym przedmiotem badań mogłyby być w tej perspektywie formy komunikacji mające cechy komunikacji religijnej, a mimo to nieidentyfikowane jako religijne, i przeciwnie: formy całkowicie świeckie, pozbawione na pozór komponentów religijnych, w rzeczywistości zaś będące nośnikami istotnych religijnie treści.

Jednocześnie jednak wątpliwość może budzić założenie (widoczne szczególnie w pracach Niklusa Luhmanna [1999]), że wszystko to, co ma odniesienie do sensu ostatecznego, musi być komunikowane (komunikacja jest zatem warunkiem *sine qua non* religii), natomiast do uznania konkretnego zjawiska (przeżycia, doświadczenia) za religijne nie wystarcza to, że jednostka je za takowe uważa (Mandes 2016: 258). Powstaje w związku z tym pytanie, jak należy traktować (kategoryzować) formy indywidualnej duchowości, które nie zawsze stają się przedmiotem komunikacji? Czy w obszar zainteresowań badawczych należy włączyć również zachowania i działania, które z punktu widzenia jednostki są religijne, chociaż to przekonanie nie znajduje potwierdzenia ze strony innych w procesie religijnej komunikacji? Antyindywidualistyczne założenia komunikacyjnej teorii religii zdają się taką możliwość wykluczać, ale czy takie założenie na pewno jest słuszne?

Drugą kwestią, na którą warto zwrócić uwagę, jest niebezpieczeństwo etnocentryzmu. Analizując komunikację religijną, należy pamiętać o tym, że materiałem badawczym, do którego się odnosimy i na podstawie którego wyciągamy wnioski, są na ogół różne formy chrześcijaństwa jako religii Zachodu. Należałoby więc, być może, rozważyć założenie, że komunikacyjna teoria religii odnosi się tylko do zjawisk z określonego kręgu kulturowego i nie ma zastosowania w perspektywie globalnej. Sławomir Mandes wymienia m.in. następujące zadania socjologii religii: „Rekonstrukcja historycznej ewolucji komunikacji religijnej, jej wpływu na obserwowane procesy historyczne, odniesienia do innych systemów społecznych czy oddziaływanie na wzory interakcji” (Mandes 2016: 315). Warto zauważyć, że nie można zakładać, że tego typu rozważania będzie można odnieść do każdej religii i wszystkich kultur; znacznie rozsądniejsze wydaje się założenie, że ujawnione w ten sposób regularności odnoszą się raczej do konkretnej historycznej formy religii niż do wszystkich systemów i organizacji religijnych.

Kolejna kwestia pojawia się w związku ze stwierdzonym przez Huberta Knoblaucha zacieraniem się granic między komunikacją religijną a niereligijną. Czy możliwe jest w tej sytuacji wyznaczenie obiektywnych kryteriów umożliwiających odróżnienie jednej od drugiej? Istotne byłoby również poszukiwanie odpowiedzi na pytania o sens działań motywowanych religijnie. Ich interpretacja jest jednoznaczna wówczas, gdy jednostka zdaje sobie sprawę z tego, że przyświecają jej motywy religijne. Ale co z sytuacjami, gdy ktoś podejmuje np. działania w duchu chrześcijańskim, a więc będące realizacją wartości i postulatów chrześcijaństwa, a nie zdaje sobie sprawy z tego, że jego motywacje mają konotacje religijne? Czy wówczas należy analizować działanie jako przynależące do sfery religii, czy też nie?

Pewne wątpliwości może budzić również analizowanie komunikacji religijnej z perspektywy lingwistycznej, a więc klasyfikowanie określonych gatunków komunikacyjnych jako przynależnych do sfery religii. Czy na pewno ma sens zwracanie uwagi na utrwalone gatunki religijnej komunikacji, czyli takie, które w społecznym odbiorze kojarzą się jednoznacznie z religią? A może w rozróżnianiu gatunków na religijne i niereligijne kryje się niebezpieczeństwo niedoceniaenia komunikacji religijnej zachodzącej w inny sposób, jej dyskwalifikowania i spychania w obszar pozareligijny?

Z teorii komunikacji wynika założenie, że każdy system (w tym również religijny) potwierdza się i reprodukuje poprzez wyraźne odróżnienie się od otoczenia. Czy w związku z tym należy przyjąć, że w toku komunikacji międzysystemowej religia rzeczywiście tylko reaguje na impulsy ze swojego otoczenia, czy jednak zmienia się pod jego wpływem? A jeśli tak, to czy dostosowanie się komunikacji religijnej do zasad działania innych systemów (widoczne np. w analizach wzajemnych wpływów systemu religijnego oraz systemu mediów) nie pozbawia jej własnej specyfiki? Czy tak zmodyfikowana komunikacja wciąż pozostaje religijna?

Już postawienie tych kilku pytań pozwala zdać sobie sprawę z tego, że komunikacyjna teoria religii, mimo iż wielu badaczy współczesnego życia religijnego wiąże z nią spore nadzieje, nie dostarczy raczej łatwych

odpowiedzi na trudne pytania, a postulat stworzenia na jej podstawie ogólnej teorii religii może nie być w ogóle możliwy do zrealizowania. Możliwość realizacji takiego przedsięwzięcia jest zresztą postrzegana nader sceptycznie nawet przez uznanych reprezentantów dziedziny (Luckmann 2002a: 201). Wydaje się jednak, że może ona wnieść znaczący wkład w opis i wyjaśnienie możliwych obecnie do zaobserwowania zjawisk religijnych zarówno na płaszczyźnie instytucjonalnej, jak i pozainstytucjonalnej. Może np. wyjaśniać, skąd biorą się konkretne religijne wyobrażenia i treści, jak zyskują społeczne uznanie i wymiar intersubiektywny; w jaki sposób zjawiska religijne ewoluują, przekształcają się w związku z panującą kulturą, a często również w opozycji do niej; dlaczego i w jaki sposób określone formy, w jakich manifestuje się religia, zyskują lub tracą wpływ na życie społeczne. Warto jednak zauważyć, że takie stwierdzenia można formułować jedynie w odniesieniu do konkretnego kontekstu społeczno-kulturowego. Stworzenie ogólnej teorii religii na bazie nowego paradygmatu usuwającego aporie dotychczasowych podejść badawczych pozostaje więc wciąż aktualnym postulatem.

Bibliografia

- Ban T. (2008), *Ciało w koncepcjach ruchów Nowej Ery*, E. Dominik (tłum.) [w:] K. Leszczyńska, Z. Pasek (red.), *Nowa duchowość w społeczeństwach monokulturowych i pluralistycznych*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, s. 76-84.
- Berger P.L., Luckmann T. (2010), *Spoleczne tworzenie rzeczywistości. Traktat z socjologii wiedzy*, J. Niżnik (tłum.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Buber M. (1992), *Ja i Ty. Wybór pism filozoficznych*, J. Doktor (tłum.). Warszawa: IW PAX.
- James W. (2011), *Odmiany doświadczenia religijnego. Studium ludzkiej natury*, J. Hempel (tłum.). Warszawa: Aletheia.
- Knoblauch H. (1998), *Transzendenzerfahrung und symbolische Kommunikation. Die phänomenologisch orientierte Soziologie und die kommunikative Konstruktion der Religion* [w:] H. Tyrell, V. Krech, H. Knoblauch (Hrsg.), *Religion als Kommunikation*. Würzburg: Ergon Verlag, s. 147-186.
- Knoblauch H. (2009), *Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Campus.
- Knoblauch H., Raab J., Schnettler B. (2002), *Einleitung. Wissen und Gesellschaft. Grundzüge der sozialkonstruktivistischen Wissenssoziologie Thomas Luckmanns*, w: T. Luckmann, *Wissen und Gesellschaft. Ausgewählte Aufsätze 1981-2002*. Konstanz: UVK, s. 9-39.
- Leszczyńska K., Pasek Z. (2008), *Nowa duchowość w badaniach społecznych* [w:] K. Leszczyńska, Z. Pasek (red.), *Nowa duchowość w społeczeństwach monokulturowych i pluralistycznych*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, s. 9-20.
- Luckmann T. (2002a), *Das kommunikative Paradigma der 'neuen' Wissenssoziologie* [w:] tegoż, *Wissen und Gesellschaft. Ausgewählte Aufsätze 1981-2002*. Konstanz: UVK, s. 201-210.
- Luckmann T. (2002b), *Der kommunikative Aufbau der sozialen Welt und die Sozialwissenschaften* [w:] tegoż, *Wissen und Gesellschaft. Ausgewählte Aufsätze 1981-2002*. Konstanz: UVK, s. 157-182.
- Luhmann N. (1999), *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mandes S. (2016), *Miejsce religii w społeczeństwie. W poszukiwaniu nowego programu badawczego socjologii religii*. Warszawa: Scholar.
- Mariański J. (2010a), *Nowa duchowość – alternatywa czy dopełnienie religijności?* [w:] M. Libiszowska-Żółtkowska, S. Grotowska (red.), *Religijność i duchowość – dawne i nowe formy*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, s. 19-34.
- Mariański J. (2010b), *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym. Studium socjologiczne*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Mariusz! Wracaj do domu! *Apel żony byłego prezydenta PiS-u*, <https://www.youtube.com/watch?v=qNlBRKeoDZ8> [dostęp: 2.09.2017].
- Młynarska P. (2017), *Anna Kamińska mówi „sprawdzam”*, <http://kobieta.onet.pl/anna-kaminska-mowi-sprawdzam-felieton/lnz0gd6> [dostęp: 2.09.2017].

- Otto R. (1993), *Świętość. Elementy irracjonalne w pojęciu bóstwa i ich stosunek do elementów racjonalnych*, Bogdan Kupis (tłum.). Wrocław: Thesaurus Press.
- Samarin W.J. (ed.) (1976), *Language in religious practice*. Rowley, Mass: Newbury House.
- Schleiermacher F. (1995), *Mowy o religii do wykształconych spośród tych, którzy nią gardzą*, J. Prokopiuk (tłum.). Kraków: Znak.
- Tenbruck F.H. (1960), *Die Kirchengemeinde in der entkirchlichten Gesellschaft. Ergebnisse und Deutung der 'Reutlinger Studie'* [w:] D. Goldschmidt, F. Greiner, H. Schelsky (Hrsg.), *Soziologie der Kirchengemeinde*. Stuttgart: Enke, s. 122-131.
- Watzlawick P., Beavin J., Jackson D.D. (1967), *Pragmatics of human communication*. New York: Norton.