

WOJCIECH SADŁOŃ

Rec.: Sławomir Mandes, *Miejsce religii w społeczeństwie. W poszukiwaniu nowego programu badawczego socjologii religii*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2016, 356 s.

Socjologia jest bez wątpienia nauką paradygmatyczną. Prowadzone badania i wyciągane na ich podstawie wnioski służą wyjaśnianiu rzeczywistości w granicach przyjętych wcześniej założeń. Posługując się Mertonowską terminologią, socjologiczne teorie są ograniczone w swym zasięgu. Dlatego rozwój w obrębie nauk społecznych w znacznej mierze oznacza przechodzenie pomiędzy różnymi paradygmatami, zmianę przyjmowanych teoretycznych założeń na temat natury badanych zjawisk.

Dobrze rozumie tę naturę socjologii religii S. Mandes, który już w tytule swojej najnowszej pracy wskazuje na poszukiwanie „nowego programu badań socjologii religii”. Jego praca poświęcona społecznym teoriom religii jest swego rodzaju wędrówką po socjologicznej hermeneutyce zjawisk religijnych. Proponuje on podróż po historii socjologicznych aksjomatów, za pomocą których dokonywano swoistej „sekcji” religii i wyjaśniano jej istnienie. Jego publikacja stanowi przegląd i syntezę teoretycznych podejść do religii, jakie pojawiały się w historii myśli socjologicznej.

W pierwszym rozdziale autor przedstawia dziewiętnastowieczne ujęcia religii. Opisuje, w jaki sposób do religii podchodził K. Marks, E. Tylor, J. Frazer oraz A. Comte. Wybór tych autorów nie jest przypadkowy. Nie licząc A. Comta, który sam uważał się za pierwszego socjologa i zagadnieniu religii poświęcił wiele miejsca w swojej twórczości, wszyscy opisywani teoretycy mieli istotny wpływ na M. Webera oraz É. Durkheima, którzy stanowią zasadniczy punkt odniesienia dla Autora. Jednak w teorii É. Durkheima Autor widzi w pewnym stopniu uprzedmiotowienie religii. Dlatego też „patronem” dla niego jest raczej M. Weber, którego „nie interesowała teoria religii w pozytywistycznym znaczeniu” (s. 66), ale raczej wyjaśnienie znaczenia religii.

Kolejny rozdział poświęcony jest teoriom religii T. Parsonsa. Następnie Autor omawia subiektywistyczne teorie religii takich autorów jak W. James, R. Otto, Van der Leeuw czy J. Wach, aby przejść do współczesnych autorów, a przede wszystkim P.L. Bergera i jego „antyredukcjonistycznej teorii religii”. Wiele miejsca Autor poświęca również fenomenologicznemu podejściu do religii T. Luckmanna. W pracy dotyczącej społecznych teorii religii nie zabrakło również teorii sekularyzacji, które zdaniem Autora zdominowały współczesne myślenia o miejscu religii w społeczeństwie.

Wszystkie wspomniane powyżej teorie oraz odwołania stanowią jednak praktycznie tylko wstęp do dwóch ostatnich rozdziałów poświęconych komunikacyjnej teorii religii i jej twórcy, czyli N. Luhmannowi. Autor nie ukrywa, że jego zdaniem dorobek N. Luhmanna posiada współcześnie „największy potencjał badawczy i oferuje wyjście z jałowej debaty o sekularyzacji” (s. 233) i w pewnym sensie również stanowi kontynuację myśli Webera. Podejście Luhmanna do religii opiera się na rozróżnieniu systemu społecznego od systemu psychicznego. „Systemy psychiczne konstruują znaczenia opierając się na procesach poznawczych, w które wgląd ma tylko ich właściciel” (s. 237), natomiast „system społeczny buduje znaczenia na podstawie komunikacji” (s. 237). Komunikacja „nie ma odniesienia do świata, który mógłby weryfikować efekty jej operacji” (s. 237). „Świat społeczny jest niepewny, ponieważ nie mamy wglądu w procesy psychiczne innej jednostki” (s. 238). Systemy społeczne opierają się na komunikacji. „Komunikacja to szeroki termin obejmujący każdy proces, którego medium jest sens” (s. 241). Wychodząc od sensu, „Luhmann wpisuje się w tradycję socjologiczną, która wskazuje na relacyjność zjawisk społecznych” (s. 240).

To właśnie teorię Luhmanna Autor przyjmuje jako właściwy punkt wyjścia do budowania nowego paradygmatu socjologii religii. Zasadnicza bowiem teza stawiana w publikacji streszcza się w założeniu, że dalszy rozwój społecznego podejścia do religii wymaga nowych podstaw teoretycznych i swoistego powrotu do klasycznych źródeł, przede wszystkim M. Webera. Właśnie teoria Luhmanna jest właściwą teoretyczną platformą, na której można przełamać – jego zdaniem – marginalizowanie religii i jej wypreparowywanie z szerszego kontekstu społecznego.

W pewnym sensie, jak zauważa Autor, Luhmann rzeczywiście „odchodzi od ustalonych ścieżek” (s. 233) nauk społecznych i „przyświeca mu Husserlowskie wezwanie do badania rzeczy samej bez oglądania się na przyjęte porządki pojęciowe i ustalone hierarchie tematów” (s. 233). Komunikacyjna teoria religii (1) odchodzi od analizy indywidualnych zachowań i postaw i (2) zrywa z koncentrowaniem się na tym, jak *sacrum* przejawia się w różnego rodzaju działaniach i praktykach. Autor wskazuje też, że konsekwencją przyjęcia komunikacyjnej teorii religii jest: (1) odejście od opisywania religii z perspektywy przeszłości; (2) integralne podejście do religii, bez konieczności rozróżniania różnych jej wymiarów takich jak te opisywane w lubelsko-warszawskiej szkole socjologii religii poprzez parametry religijności; (3) unikanie hipostazowania form religii oraz (4) odejście od traktowania religii jako elementu wymiany rynkowej.

Autor uznaje, że powyższe konsekwencje, świadczą na korzyść teorii Luhmanna. Jednocześnie zdaje się rozumieć „niebezpieczeństwa” nowego podejścia. Sam pyta, czy Luhmann zamiast umożliwiać szersze podejście do religii i umieszczanie jej w realnym kontekście społecznym, nie proponuje jedynie apriorycznej i pełnej założeń nowej filozofii religii. Luhmann odrzuca bowiem istnienie „ja transcendentnego”, czyli niezależnego od społeczeństwa jaźni, które można by uznać za źródło sensu. W ten sposób Luhmann choć twierdzi, że sens stanowi „nadwyżk[ę]

odniesień do dalszych możliwości przeżywania i działania” (s. 241), to jednak zakłada, że jest pierwotny i istnieje sam w sobie. Sens nie ma swojego źródła „nie ma żadnego miejsca, żadnego pierwotnego źródła, z którego sens by wypływał, a my pytając o to, daliśmy uwieść się tradycji europejskiej metafizyki każącej dociekać pierwszej przyczyny” (s. 241). Nasuwa to pytanie, czy komunikacyjna teoria religii – uciekając przed różnymi formami hipostazowania religii – nie prowadzi do innej hipostazy – hipostazy sensu i znaczenia.

Wydaje się, że warto w tym miejscu przywołać krytyczne spojrzenie M. Archer na podstawy ontologiczne współczesnych teorii socjologicznych. Podejścia, które traktują jednostki jako produkt ogólnych stosunków społecznych, Archer nazywa „odgórną konflacją” i krytykuje właśnie za ukryty aprioryzm¹. Również S. Mandes dostrzega takie „konflacyjne” tendencje w teorii É. Durkheima. Określone założenia prowadzą Durkheima do stwierdzania, że „religia łagodzi [...] skłonność do samobójstwa jedynie o tyle, o ile przeszkadza człowiekowi swobodnie myśleć” (s. 58), lub też, że „religia oderwała myślenie ludzi pierwotnych od konkretno otaczającej ich rzeczywistości, czym otworzyła pole dla filozoficznych spekulacji” (s. 56–57).

Przed apriorycznymi twierdzeniami czynionymi na temat religii, komunikacyjną teorię chroni założenie, że „komunikacja jest środkiem ekspresji, sposobem na przekazanie tego, co wewnętrzne, a nie wymiarem konstruowania tego, co społeczne” (s. 318). Komunikacyjną teorię religii, tak jak Webera, „interesują konsekwencje wyznawania przez ludzi określonej religii, a nie jej treść” (s. 317). Autor dobrze to rozumie, gdy proponuje, aby odejść od prób ujmowania w naukach społecznych istoty religii, jednak niestety sam nie nakreśla granic Luhmanowskiego opisu religii.

Z pragmatycznego punktu widzenia, nowość proponowanego przez Autora programu badawczego broni się samą swoją „nowością” podejścia do religii. Warto tym programem podążać, czuwając jednak nieustannie, aby nie przekraczać granic wyznaczonych przez teorię, która jest jego podstawą.

MAGDALENA MASZTALERZ

Rec.: *Oblicza współczesnej biedy*, red. S. Fel, T. Adamczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2015, 243 s.

Poważnym problemem współczesnego świata jest sprawiedliwy podział środków potrzebnych do życia. Współczesne ubóstwo przejawia się m.in. w tym, że jednostka ma ograniczony dostęp lub w ogóle go nie ma do dóbr i wartości, dzięki

¹ Zob. M. Archer, *Culture and Agency. The Place of Culture in Social Theory*, Cambridge University Press, Cambridge 1988, s. 103–273.