

Łukasz Kutyló

Nowa duchowość w perspektywie podejścia ekonomicznego : przyczynek do reinterpretacji podstawowych założeń paradygmatu

Studia Humanistyczne AGH 12/3, 49-65

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Łukasz Kutyló*

NOWA DUCHOWOŚĆ W PERSPEKTYWIE PODEJŚCIA EKONOMICZNEGO. PRZYCZYNEK DO REINTERPRETACJI PODSTAWOWYCH ZAŁOŻEŃ PARADYGMATU

Podjęcie ekonomiczne jest często wykorzystywane do badania przemian religijności. Jedną z teorii rozwijanych na jego gruncie pozostaje teoria rynków religijnych. Zgodnie z podstawowym jej założeniem, poziom uczestnictwa w praktykach religijnych wysoki jest na rynkach pluralistycznych, niski zaś na monopolistycznych. Pewnym problemem pozostaje jednak to, że w swych rozważaniach przedstawiciele podejścia ekonomicznego koncentrują się głównie na denominacyjnym wymiarze religijności, w coraz większym stopniu ignorują zaś sferę religijności pozainstytucjonalnej, duchowości. W artykule zaproponowałem redefinicję podstawowych założeń podejścia ekonomicznego, tak by uwzględniało ono zjawiska obecnie pomijane.

Słowa kluczowe: podejście ekonomiczne, nowa duchowość, teoria rynków religijnych, teoria wyboru konsumenta religijnego

WPROWADZENIE

Paradygmat ekonomiczny jest jednym z najbardziej wpływowych podejść rozwijanych obecnie na gruncie socjologii religii. Z tym nurtem badawczym wiążą się określone pytania. Pierwsze z nich, wydaje się zarazem, że najważniejsze, dotyczy tego, czy podstawowe założenia teoretyczne w ramach niego formułowane znajdują potwierdzenie w danych empirycznych. Wiele wskazuje na to, że tak nie jest. W swojej refleksji chciałbym udowodnić, że omawiany nurt badawczy nie radzi sobie w pełni ze złożoną naturą współczesnej rzeczywistości. Wynika to z faktu, że w zbyt dużym stopniu koncentruje się na denominacyjnym wymiarze religijności, pomija zaś niezinstytucjonalizowane, przynajmniej w tradycyjny sposób, formy duchowości. Drugie pytanie dotyczy w konsekwencji tego, czy można tak zmodyfikować podstawowe założenia podejścia ekonomicznego, aby było ono lepszym narzędziem do rozumienia zachodzących przemian religijności. W artykule zaprezentowałem twierdzącą odpowiedź na ten problem.

W pierwszej części swych rozważań przedstawiłem inspiracje teoretyczne podejścia ekonomicznego, właściwe mu założenia oraz uwagi krytyczne formułowane w literaturze

* Uniwersytet Łódzki; lukask80@yahoo.co.uk.

przedmiotu pod jego adresem. Następnie dokonałem weryfikacji zasadniczej dla wskazanego nurtu tezy, zakładającej istnienie związku między strukturą rynku religijnego a poziomem religijności. W trzeciej części tekstu skoncentrowałem się na tzw. nowej duchowości. Przedstawiłem definicję zjawiska, a także podjąłem się jego interpretacji z perspektywy podejścia ekonomicznego. W czwartej części próbowałem natomiast dowieść, że refleksja nad nową duchowością może stanowić bodziec dla bardziej złożonej przebudowy paradygmatu.

PODEJŚCIE EKONOMICZNE. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA, UWAGI KRYTYCZNE

W swej obecnej postaci podejście ekonomiczne wyrosło na fali krytyki tezy sekularyzacyjnej. Korzeni tego paradygmatu należy szukać w latach 60. XX wieku, a więc w okresie, kiedy kształtowała się teoria racjonalnego wyboru. Gary Becker, jeden z jej przedstawicieli, zasugerował, że koncepcje i metody nauk ekonomicznych warto zastosować do badania zjawisk społecznych. Sam zajął się m.in. przestępczością (Becker 1968). Jego uczniowie, Corry Azzi oraz Ronald Ehrenberg, opublikowali w 1975 roku artykuł zatytułowany *Household Allocation of Time and Church Attendance*, w którym dokonali analizy uczestnictwa w praktykach religijnych z perspektywy teorii wyboru konsumenta (w tym przypadku – konsumenta religijnego). W latach 80. XX wieku do dyskusji dołączyli socjologowie inspirowani teorią wymiany. Rodney Stark oraz Wiliam S. Bainbridge opublikowali w 1985 roku książkę *The Future of Religion*, w której przeprowadzili krytykę tezy sekularyzacyjnej. W wydanej zaś w 1987 roku *Teorii religii* przedstawili swą koncepcję, na którą składały się określone aksjomaty, definicje i tezy, wprost nawiązujące do teorii racjonalnego wyboru. Uformowanie się nowego paradygmatu w socjologicznej refleksji nad religią ogłosił w 1993 roku Stephen R. Warner w artykule zatytułowanym *Work in Progress toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States*. Autor uznał, że wyrasta on z zupełnie innych doświadczeń historycznych niż dominujące dotychczas podejście sekularyzacyjne. Dla „starego” paradygmatu właściwa jest koncentracja na Europie, na religijnych monopolach funkcjonujących na kontynencie. W rozważaniach historycznych dużą wagę przywiązuje się do różnicy istniejącej między poziomem religijności społeczeństw średniowiecznych i nowoczesnych. Paradygmat ekonomiczny wyrasta natomiast z doświadczeń typowych dla Stanów Zjednoczonych. Odcisnął na nim piętno amerykański pluralizm religijny, a także rozdział Kościoła od państwa, niebędący zarazem odmianą europejskiego sekularyzmu. Punktem wyjścia dla historycznych porównań pozostaje okres drugiego przebudzenia religijnego, mającego miejsce na początku XIX wieku. Przebudzenie to przyczyniło się do ożywienia religijności, wzrostu liczby denominacji.

Mimo że początkowo ambicje przedstawicieli omawianego podejścia ograniczały się do zastosowania teorii i metod nauk ekonomicznych do badania zjawisk religijnych, to stosunkowo szybko autorzy z nim związani sformułowali własny punkt widzenia na sekularyzację. Zgodnie z nim, zeświecczenie nie jest procesem immanentnie przypisanym nowoczesności. Nie ma zatem charakteru linearnego i stanowi raczej wynik niekorzystnych warunków dla rozwoju religii istniejących w danym społeczeństwie. Pogląd ten, choć nie był podzielany przez wszystkich badaczy zainteresowanych ekonomiczną analizą religijności, ukształtował

główny nurt rozważań. Na tym fundamencie wyrosła teoria rynku religijnego. Jej podstawowe założenia zostały sformułowane przez Laurencę Iannaccone'a w artykule zatytułowanym *The Consequences of Religious Market Structure. Adam Smith and the Economics of Religion* (1991). Autor zasugerował w nim, że poziom uczestnictwa w praktykach religijnych uzależniony jest od sposobu zorganizowania rynku religijnego. Dokonał przy tym pewnej typologizacji możliwych struktur. Wyróżnił zatem proste monopole, gdzie na rynku istnieje jeden Kościół. Wybór wiary przez konsumentów religijnych pozostaje w tym przypadku skrajnie ograniczony. Przykładem takiego rynku była średniowieczna Europa. Laurence Iannaccone wyodrębnił ponadto rynki quasi-monopolistyczne i pluralistyczne, a więc struktury, z którymi współcześnie mamy do czynienia. Te pierwsze charakteryzują się tym, iż religię dostarcza obywatelom państwo, które za pośrednictwem podatków pobiera za to określoną prowizję. Państwo prowadzi także politykę protekcjonistyczną względem Kościoła dominującego. Subsyduje jego działania, stawia pewne bariery konkurencyjnym instytucjom religijnym (na przykład w postaci licencji). Mimo że tak zdefiniowany quasi-monopolistyczny rynek pozostaje właściwy głównie dla europejskich państw protestanckich, to Laurence Iannaccone przypisał tę strukturę także społeczeństwom katolickim, gdzie relacje między dominującą instytucją religijną a państwem nie są jednoznaczne. Jego zdaniem Kościół także i w tym przypadku zajmuje szczególną pozycję, korzysta ze wsparcia rządowego, preferencyjnego dostępu do funkcji publicznych i faworyzujących go aktów prawnych, choć nie zawsze ma to odzwierciedlenie w ustawie zasadniczej. Zdaniem Laurencę Iannaccone, struktury quasi-monopolistyczne są nieefektywne. Sprawiają, że zanika konkurencja między wyznaniem, a dominujący Kościół staje się „leniwy”, nie dostosowuje swej „oferty” do potrzeb konsumentów religijnych. Przeciwnością struktury quasi-monopolistycznej jest rynek pluralistyczny, na którym rywalizują ze sobą różne denominacje. Ta konkurencja sprawia, że muszą one stale dopracowywać swą „ofertę” do oczekiwań konsumentów religijnych.

W artykule zatytułowanym *Deregulating Religion: The Economics of Church and State* (1997) Laurence Iannaccone, Roger Finke oraz Rodney Stark przedmiotem analizy uczynili poszczególne struktury rynkowe. Na wstępie skoncentrowali się na quasi-monopolach. Odpowiednim przykładem w tym względzie stała się Szwecja. Zgodnie z danymi przywołanymi przez autorów, odsetek osób regularnie (co najmniej raz w tygodniu) uczestniczących w tym państwie w nabożeństwach nie przekracza dwóch procent. Szwedzki Kościół Luterński jest zatem przykładem skrajnie nieefektywnej instytucji. Ta nieefektywność wynika z jego quasi-monopolistycznej pozycji. Kościół pozostaje „koncernem państwowym”. Rząd nakłada na obywateli podatek kościelny. Pochodzące z niego pieniądze przeznaczone są na utrzymanie Kościoła, w tym pensje dla osób w nim zatrudnionych. Duchowni luterkańscy są urzędnikami państwowymi. Zdecydowana większość z nich należy do związków zawodowych. Za ich pośrednictwem mają możliwość negocjowania z pracodawcą, czyli z rządem, wysokości plac, tygodniowego czasu pracy czy kwestii związanych z emeryturami. Dochodzi także do upolityczniania rad parafialnych. Od ubiegających się kandydatów do rady nie wymaga się żadnych kompetencji religijnych. Nie muszą być nawet członkami Szwedzkiego Kościoła Luterńskiego. Ważne jest to, aby reprezentowali określone interesy partyjne.

Dzięki państwowemu protekcjonizmowi, a także brakowi konkurencji, omawiana instytucja religijna uległa „rozleniwieniu”. Przejawem tego są same nabożeństwa, w trakcie których

liczba osób zatrudnionych w kościele nierzadko przewyższa liczbę wiernych biorących udział we mszy. Inaczej sytuacja ta wygląda na rynkach pluralistycznych. Naturalnym przykładem pozostają w tym przypadku Stany Zjednoczone. W początkach tego państwa poszczególne stany preferowały określone Kościoły. Uległo to zmianie wraz z I poprawką do konstytucji (15 grudnia 1791 roku), gwarantującą m.in. pełną swobodę religijną. Zachwiało to monopolistyczną dotąd pozycją Kościołów. Tendencję pluralistyczną wzmocniło drugie przebudzenie religijne, kiedy na amerykańskim rynku religijnym pojawiły się denominacje baptystyczne i metodystyczne, aktywne zwłaszcza w niższych warstwach społeczeństwa. Od tego czasu daje się zaobserwować stały wzrost liczby denominacji oraz odsetka osób deklarujących do nich przynależność (Finke i Stark 1992).

Stany Zjednoczone to nie jedyny przykład skuteczności struktur konkurencyjnych, na którym skupili się przedstawiciele podejścia ekonomicznego. Gdyby ograniczyli się do tego przypadku, wypracowana przez nich teoria pozostawałaby jedynie kolejną próbą interpretacji „amerykańskiej wyjątkowości”. Autorzy poszukiwali zatem tak zorganizowanych rynków religijnych, które stanowiłyby potwierdzenie sformułowanej przez nich tezy. Okazało się, że teoria dobrze pasuje m.in. do sytuacji właściwej dla społeczeństwa japońskiego po II wojnie światowej. Konstytucja uchwalona pod naciskiem Amerykanów zagwarantowała obywatelom tego kraju pełną swobodę religijną, co skutkowało pojawieniem się wielu nowych ruchów religijnych, świątyni oraz Kościołów. Niektóre z nich istniały w przedwojennej Japonii, lecz ze względu na ograniczenia w zakresie swobody wyznaniowej oraz oficjalny kult shinto działały nielegalnie (Iannaccone, Finke i Stark 1997).

W literaturze przedmiotu zwraca się często uwagę na to, że tak zdefiniowana teoria nie ma uzasadnienia empirycznego. Analiza danych pochodzących ze Światowego Badania Wartości doprowadziła Ronalda Ingleharta oraz Pippę Norris do wniosku, że założenie tkwiące u podstaw paradygmatu sekularyzacyjnego, zgodnie z którym rozwój społeczno-gospodarczy prowadzi do spadku odsetka osób religijnych, jest uprawnione. Co więcej, wbrew teorii rynków religijnych, okazało się, że najwyższy poziom religijności cechował społeczeństwa homogeniczne pod względem przynależności wyznaniowej (Inglehart i Norris 2006). Na podobną tendencję wskazał Paul Froese. Badacz ten analizą objął społeczeństwa wschodnioeuropejskie. Wraz z upadkiem systemu komunistycznego i likwidacją związanego z nim „monopolu ateistycznego” dało się zaobserwować w państwach dawnego Związku Radzieckiego pewne ożywienie religijne. Zjawisko to wydawało się być empirycznym dowodem sugerującym, że teoria rynków religijnych poprawnie interpretuje przemiany religijności. Tak się jednak nie stało. Paul Froese wykazał bowiem, że odsetek osób deklarujących przynależność wyznaniową w największym stopniu wzrósł w krajach religijnie homogenicznych, w których można było zidentyfikować istnienie quasi-monopolistycznego rynku religijnego (Froese 2004a, 2004b).

Inni autorzy pod rozwagę poddali natomiast błędne – ich zdaniem – założenia teoretyczne tkwiące u podstaw koncepcji rynków religijnych. Linda Woodhead wskazała, że oba paradygmaty, sekularyzacyjny i ekonomiczny, cechuje metodologiczny nacjonalizm. Wszelkie formy religijności rozpatruje się z perspektywy właściwej dla jednego kręgu kulturowego. Autorka zaproponowała przyjęcie podejścia szerszego – globalnego, adekwatnego do zmian zachodzących we współczesnym świecie (Woodhead 2009). Podobną uwagę wyraziła Grace Davie. Badaczka zakwestionowała możliwość porównywania ze sobą sposobu funkcjonowania

organizacji religijnych w Europie oraz w Stanach Zjednoczonych. Jak stwierdziła, mieszkańcy Starego Kontynentu: „(...) wskutek istnienia Kościołów państwowych (...) uważają swoje Kościoły za przedsiębiorstwa użyteczności publicznej, a nie za rywalizujące ze sobą firmy. (...) W takiej sytuacji nic dziwnego, że Europejczycy wnoszą do swoich organizacji religijnych zupełnie inny repertuar zachowań niż Amerykanie” (Davie 2010:132–133). Autorka doszła do wniosku, że większość Europejczyków traktuje Kościoły jako instytucje, których będą potrzebowali w jakimś momencie swego życia. Nie biorą oni pod uwagę możliwości, aby dominująca organizacja religijna przestała istnieć, została zastąpiona przez inną. Zdaniem Grace Davie: „To właśnie taka postawa, a nie obecność czy brak rynku, wyjaśnia sporą część danych zebranych po europejskiej stronie Atlantyku. To nieprawda, że rynek tam nie istnieje (...); po prostu nie jest on w stanie funkcjonować ze względu na dominujące postawy szerokich rzesz ludności” (Ibidem: 133).

Jak widać zatem, poszczególne stanowiska krytyczne dotyczą różnych zagadnień. Z perspektywy omawianego podejścia największym problemem wydaje się pewna niespójność istniejąca między wynikami badań empirycznych a założeniami teorii rynków religijnych. Czy jednak rzeczywiście tak jest? Czy teoria rynków religijnych nie znajduje potwierdzenia w danych empirycznych?

WERYFIKACJA TEORII RYNKU RELIGIJNEGO

Zgodnie z założeniem właściwym dla weryfikowanej teorii, niski poziom uczestnictwa w praktykach religijnych pozostaje konsekwencją niskiej efektywności organizacji religijnych. Ta z kolei jest skutkiem faworyzowania, wspierania ich przez państwo. Organizacje religijne ulegają zatem „rozleniwieniu”. Przestają być zainteresowane dostosowywaniem swej „oferty” do potrzeb konsumentów religijnych.

Do weryfikacji tak zdefiniowanej teorii zastosowałem model regresji wielorakiej. Dla zmiennej objaśnianej (Y) względem zbioru k zmiennych objaśniających (X) przyjmuje on następującą postać:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

W równaniu regresji, wypracowanym na potrzeby niniejszego artykułu, zmienną objaśnianą (Y) był poziom regularnego uczestnictwa w praktykach religijnych. Przez „regularne uczestnictwo” rozumiałem udział w praktykach co najmniej raz w tygodniu. Skorzystałem w tym względzie z danych pochodzących ze Światowego Badania Wartości (sondaż z lat 2005–2008), analizowanych już m.in. przez Ronalda Ingleharta oraz Pippe Norris. Badaniem objęci zostali respondenci z 57 krajów.

W modelu uwzględniłem także następujące zmienne objaśniające:

- **zróżnicowanie religijne (*Fractionalization*)** – jest to wskaźnik zaproponowany przez zespół takich badaczy, jak: Alberto Alesina, Arnaud Devleeschauwer, William Easterly, Sergio Kurlat oraz Romain Wacziarg (Alesina, Devleeschauwer, Easterly, Kurlat i inni 2003); dzięki niemu można określić poziom koncentracji danego rynku religijnego;

wskaźnik ten przyjmuje wartości od 0 do 1. Im bliżej jedności, tym bardziej zróżnicowany religijnie rynek¹;

- **poziom uregulowania rynku (*Government Regulation Index, GRI*)** – wskaźnik zaproponowany przez Briana J. Grima oraz Rogera Finkego (Grim i Finke 2006: 13), określający poziom rządowej regulacji rynku religijnego; mierzy, w jakim stopniu państwo gwarantuje swobodę wyznania; wskazuje chociażby, czy regulacje rządowe ograniczają działalność ewangelizacyjną, misyjną wyznań innych od tradycyjnych, dominujących na rynku; przyjmuje wartości od 0 (nieuregulowany rynek religijny, pełna swoboda wyznania) do 10 (uregulowany rynek, istnienie restrykcji w zakresie wolności religijnej);
- **poziom protekcjonizmu państwowego (*Government Favoritism of Religion, GFI*)** – wskaźnik także opracowany przez Briana J. Grima oraz Rogera Finkego (Ibidem: 15); określa, w jakim stopniu państwo faworyzuje, subsydiuje, wspiera jakieś wyznanie (bądź wyznania) w ramach rynku religijnego; wskaźnik przyjmuje wartości od 0 (brak protekcjonizmu) do 10 (wysoki poziom protekcjonizmu).

W analizie skorzystałem z przygotowanych uprzednio danych. Wartości poszczególnych wskaźników w przypadku wybranych państw znajdowały się w: artykule *Fractionalization* (2003), autorstwa Alberto Alesiny, Arnauda Devleeschauwera, Williama Easterly’ a, Sergio Kurlata, Romaina Wacziarga, oraz w tekście Briana J. Grima oraz Rogera Finkego zatytułowanym *International Religion Indexes: Government Regulation, Government Favoritism, and Social Regulation of Religion* (2006).

Uwzględnienie tak zdefiniowanych zmiennych sprawiło, że równanie regresji przyjęło następującą postać:

$$(\text{uczestnictwo}) = \beta_0 + \beta_1(\text{zróżnicowanie religijne}) + \beta_2(\text{GRI}) + \beta_3(\text{GFI}) + (\text{błąd szacowania})$$

Okazało się, że model ten nie przewiduje wartości zmiennej zależnej, czyli poziomu uczestnictwa w praktykach religijnych. Wskazują na to rezultaty analizy wariancji przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1
Analiza wariancji dla opracowanego modelu

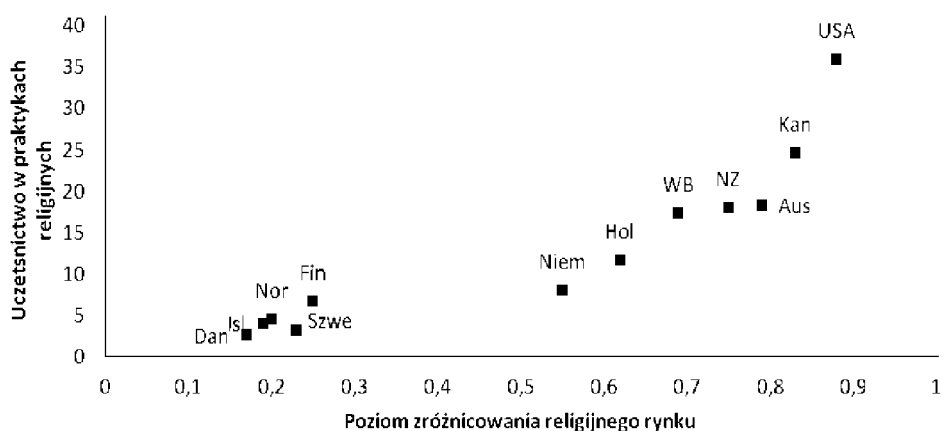
Model	Suma kwadratów	df	Średni kwadrat	F	Istotność
Regresja	718,616	3	239,539	0,401	0,753 ^b
Reszta	26307,472	44	597,897		
Ogółem	27026,088	47			

Zmienna zależna: uczestnictwo w praktykach religijnych; predykatory: poziom zróżnicowania religijnego, poziom uregulowania rynku religijnego (GRI) oraz poziom protekcjonizmu państwowego (GFI).

¹ Omawiany wskaźnik można zapisać w sposób następujący:

$$FRACT_j = 1 - \sum_{i=1}^N s_{ij}^2, \text{ gdzie } s_{ij}^2 \text{ oznacza sumę kwadratów udziałów poszczególnych wyznań w rynku religijnym.}$$

Jak wynika z tabeli, poziom istotności przyjął wartość większą od 0,05. To niedopasowanie modelu do danych może sugerować, że poziom uczestnictwa religijnego nie zależy ani od zróżnicowania rynku religijnego, ani od jego uregulowania czy polityki protekcjonistycznej państwa wobec dominującego wyznania. Warto jednak przyjrzeć się wykresowi 1. Przedstawiono na nim relację pomiędzy poziomem regularnego uczestnictwa w praktykach religijnych a poziomem zróżnicowania religijnego. Na wykresie uwzględniono jednak dane dotyczące wyłącznie państw protestanckich, pochodzące ze Światowego (lata 2005–2008) oraz z Europejskiego Badania Wartości (2008).



Wykres 1. Regularne uczestnictwo w praktykach religijnych a poziom zróżnicowania rynku religijnego

Źródło: na podstawie danych pochodzących ze Światowego (2005–2008) i Europejskiego Badania Wartości (2008)

Zależność przedstawiona na wykresie ma liniowy charakter. Wraz ze wzrostem poziomu zróżnicowania rynku religijnego wzrasta bowiem uczestnictwo w praktykach religijnych. Ta liniowość zanika jednak, gdy w analizie uwzględnimy dane dotyczące społeczeństw katolickich. Mimo że w większości cechują się one niskim zróżnicowaniem rynku religijnego, to regularny udział w praktykach religijnych pozostaje w ich przypadku na wysokim poziomie. Czyżby zatem analizowana teoria dopasowana była wyłącznie do społeczeństw protestanckich?

Trudno w sposób jednoznaczny odpowiedzieć na to pytanie (choć podjęta zostanie taka próba w podsumowaniu). Bez względu na to, czy tak właśnie jest, wskazana teoria pod wieloma względami pozostaje oparta na błędnych założeniach. Zidentyfikowane niedostatki podejścia ekonomicznego różnią się jednak od tych, które wymieniane są w literaturze przedmiotu. Warto je zatem sprecyzować. Po pierwsze, przedstawiciele podejścia ekonomicznego skupiają się w swych rozważaniach na wymiarze praktyk religijnych. Utrudnia to realizację badań porównawczych. Pojawia się bowiem pytanie, czy praktyki religijne na gruncie każdego

systemu wiary odgrywają taką samą rolę. Wydaje się, że nie. Po drugie, autorzy związani z omawianym paradygmatem od pewnego czasu przynajmniej w zbyt dużym stopniu koncentrują się na wymiarze denominacyjnym. Ignorują tym samym zjawiska, które nie mają kościelnego, czy nawet religijnego, charakteru.

Wbrew krytykom podejścia uważam jednak, że mimo tych wad dalej pozostaje ono podejściem wartym rozwijania. Wymaga jedynie pewnej modyfikacji. Powinna ona sprawić, że omawiane stanowisko badawcze będzie lepiej dopasowane do przemian, które zachodzą na rynkach religijnych. Konieczne wydaje się zatem uwzględnienie w ramach teorii rynków religijnych zjawisk dotychczas pozostających dla niej „niewidocznymi”. Chodzi o to, co w literaturze przedmiotu określa się mianem nowej duchowości. Co jednak kryje się pod tym pojęciem?

NOWA DUCHOWOŚĆ

Termin nowa duchowość nie jest jednoznaczny, a poszczególni autorzy posługują się nim dość swobodnie, co dodatkowo komplikuje rozważania w tym względzie. Interesującej próby zdefiniowania omawianego zjawiska podjęli się Paul Heelas oraz Linda Woodhead w swej pracy zatytułowanej *The Spiritual Revolution: Why Religion is Giving Way to Spirituality* (2005). Autorzy wyróżnili dwa rodzaje duchowości, które nazwali odpowiednio: duchowością transcendentną (*life-as spirituality*) oraz duchowością immanentną (*subjective-life spirituality*). Pierwsza z nich kształtuje się w ramach systemów wierzeń, obecna jest m.in. na gruncie chrześcijaństwa. W tym przypadku pojęcie duchowości bywa używane do wyrażenia głębokich doznań religijnych, w wyniku których jednostka wprost została natchniona przez Ducha Świętego bądź szuka boskiej inspiracji w sposób pośredni, podążając drogą wyznaczoną przez Pismo Święte lub tradycję. Inny charakter ma natomiast duchowość immanentna. Jest zakorzeniona nie tyle w religijnej wizji rzeczywistości nadprzyrodzonej i wyrastających z niej dogmatach czy rytuałach, co raczej w subiektywnym, wewnętrznym świecie człowieka. Zdaniem autorów, duchowość ta obejmuje praktyki holistyczne, angażujące zarówno umysł i ciało, w tym m.in.: jogę, reiki, medytację, tai chi, aromaterapię, rebirthing oraz refleksologię (Heelas i Woodhead 2005). W innym miejscu Paul Heelas przedstawił nieco odmienną typologię. Wskazał na istnienie duchowości teistycznej, w której zasadniczą rolę odgrywa podporządkowanie się woli bożej oraz duchowości New Age, nieprzywiązującej znaczenia do wierzeń czy doktryn, przykładającej natomiast wagę do tego, co jest wewnątrz człowieka (Heelas 2006).

Ta próba utożsamienia nowej duchowości z fenomenem New Age znajduje odzwierciedlenie w pracach wielu autorów. Badacze zajmujący się tą problematyką postrzegają omawiane zjawisko jako zbiór niespójnych idei i praktyk. Większość osób będących konsumentami tak zdefiniowanej duchowości holistycznej korzysta z różnych tradycji i doktryn religijnych jednocześnie, łącząc je w synkretyczną całość (Houtman i Aupers 2007). Cor Baerveldt zwrócił uwagę, iż w przypadku New Age mamy do czynienia z religią typu „zrób-to-sam” (*D.I.Y. – do it yourself*) (Baerveldt 1996). Malcolm Hamilton, opisując wskazane zjawisko,

użył sformułowania *pick-and-mix religion* (Hamilton 2000). Inni, chcąc podkreślić synkretyczny charakter duchowości holistycznej, stwierdzali, że należy tutaj mówić o religijnej konsumpcji *à la carte* (por. Possemai 2003). Maria Libiszowska-Żółtkowska wskazała natomiast, że w wyniku globalizacji mamy do czynienia obecnie z orientalizacją Zachodu oraz okcydentalizacją Wschodu. New Age pozostaje przejawem tego pierwszego procesu (Libiszowska-Żółtkowska 2007).

Niektórzy autorzy sugerują, że fenomen nowej duchowości wykracza poza zjawisko New Age. Zdaniem Giuseppe Giordana przemiany społeczne spowodowały, że nastąpiła redefinicja relacji między religią a społeczeństwem. Następuje proces, który badacz nazwał „demokratyzacją świętości”. Skutkuje on radykalną indywidualizacją sposobów umożliwiających wyrażanie swej duchowości. Główną konsekwencją tych przemian jest to, że w swych duchowych poszukiwaniach jednostka nie musi się już odwoływać do żadnych zewnętrznych norm czy dogmatów (Giordan 2007). Do podobnych wniosków doszedł Enzo Pace. Autor ten uznał, że nowa duchowość stanowi przejaw współczesnego gnostycyzmu. Ma ona także powszechny charakter i nie ogranicza się wyłącznie do fenomenu New Age. Jej przejawem pozostaje chociażby duchowość typowa dla niektórych wspólnot katolickich (Pace 2008).

Paul Heelas zwrócił natomiast uwagę, że termin New Age nie oznacza obecnie tego, co rozumiano pod tym pojęciem w przeszłości. Autor prześledził formy, w jakich historycznie manifestowała się duchowość alternatywna. Pewne zjawiska prekursorskie w tym względzie pojawiły się pod koniec XIX stulecia. Przełomem okazały się jednak lata 60. XX wieku. New Age miało wówczas kontrkulturowy charakter, stanowiło wyraz sprzeciwu wobec tradycyjnych struktur religijnych. Sytuacja uległa zmianie w kolejnych dekadach. W latach 90. XX wieku New Age utraciło swój alternatywny status, stało się częścią kultury popularnej (Heelas 1996). Na podobne zjawisko zwrócili uwagę Katarzyna Leszczyńska oraz Zbigniew Pasek pisząc: „Współcześnie Nowa Era jest kojarzona raczej z powierzchowną duchowością, a nawet z zaprzeczeniem tego, co duchowe. Można więc powiedzieć, że proces komercjalizacji Nowej Ery i równocześnie jej upowszechnienia wśród społeczności zachodnich spowodował, że fenomen ten wyszedł z peryferii kontrkultury i być może stał się już przejawem kultury dominującej” (Leszczyńska i Pasek 2008: 18).

W kontekście podejścia ekonomicznego omawiane zjawisko powinno wydawać się ciekawe, tym bardziej dziwi zatem tak nikle zainteresowanie tą problematyką badaczy z nim związanych. Na szczególną uwagę zasługuje Kendal Project. Kierujący nim Paul Heelas oraz Linda Woodhead prześledzili, w jakim stopniu mieszkańcy małego², aczkolwiek pod wieloma względami reprezentatywnego, miasta w Wielkiej Brytanii, uczestniczą w praktykach religijnych (kościelnych) oraz duchowych (holistycznych). Warto spojrzeć na wnioski, do jakich doszli z perspektywy teorii rynków religijnych, choć trzeba być świadomym, że takie podejście wzbudziłoby zapewne sprzeciw tych badaczy. W ramach Kendal wyróżnili oni środowiska kongregacji (*congregational domain*) oraz holistycznych praktyk duchowych (*holistic milieu*). W tym pierwszym funkcjonowało 25 kościołów. Autorzy dokonali ich

² Projekt realizowany był między 1 października 2000 r. a 30 czerwca 2002 r. w mieście Kendal znajdującym się w Kumbrii w północno-zachodniej Anglii. W 1999 r. liczyło ono 27 610 mieszkańców.

typologizacji, zidentyfikowali przy tym: (a) kongregacje podkreślające dystans istniejący między człowiekiem a Bogiem oraz konieczność podporządkowania się prawu religijnemu (np. Świadkowie Jehowy), a także (b) kongregacje koncentrujące się na podobieństwach mających miejsce pomiędzy istotą ludzką a Stwórcą, wynoszących etykę ponad dogmaty wiary (np. Zjednoczony Kościół Reformowany). Oba opisane typy posiadały także swe odpowiedniki, które w większym stopniu podkreślały ważność wewnętrznego doświadczania religii. Były to kolejno kongregacje wywodzące się z nurtu zielonoświątkowego, neoewangelikalnego, a także instytucje religijne prowadzone przez unitarian oraz kwakrów. W ramach *holistic milieu* autorzy wyodrębnili natomiast podmioty oferujące usługi indywidualne oraz praktyki grupowe. W 2001 roku w Kendal oraz w okolicy działało ich ponad 100. Przekrój proponowanych przez nie usług był bardzo szeroki i obejmował przede wszystkim: jogę, różnego rodzaju masaże, aromaterapię, homeopatię, refleksologię, technikę Aleksandra, tai chi, kręgarstwo oraz reiki (Heelas, Woodhead 2005).

W swoich rozważaniach Paul Heelas oraz Linda Woodhead skupili się na tych formach religijności oraz duchowości, które cechował rozwój. Jak wynika z ich obserwacji, sytuacja ta dotyczyła przede wszystkim podmiotów funkcjonujących w ramach *holistic milieu*. Wzrastała ponadto liczba wiernych tych kongregacji, które w większym stopniu zorientowane były na wewnętrzne przeżywanie religijności. Pewien kryzys odnotowały natomiast Kościoły głównego nurtu.

Wnioski pochodzące z Kendal Project wydają się istotne z perspektywy podejścia ekonomicznego. Pokazują bowiem, że na rynku religijnym funkcjonują nie tylko tradycyjnie rozumiane instytucje religijne, ale też podmioty proponujące usługi z zakresu nowej duchowości. *Holistic milieu* nie wydaje się przy tym „szarą strefą”, która zostanie zagospodarowana przez denominacje, gdy te zdecydują się włączyć omawiane praktyki do swej oferty. Sfera ta jest trwałym elementem rynku religijnego. Współczesny konsument staje w rezultacie przed znacznie szerszym wyborem, niż sugeruje to podejście ekonomiczne. Być może zatem warto spojrzeć na rynek religijny właśnie z jego perspektywy.

REINTERPRETACJA PODEJŚCIA EKONOMICZNEGO

Uwzględnienie perspektywy właściwej dla konsumenta religijnego³ sprawia, że wskazane podejście wraca do swych korzeni, do sposobu interpretacji zjawisk religijnych zaproponowanego przez Corry Azzi i Ronalda Ehrenberga. Taki punkt widzenia umożliwia włączenie do refleksji „niewidzialnego” dotąd obszaru rynku religijnego, zagospodarowanego przez podmioty oferujące „produkty” i „usługi” z zakresu duchowości holistycznej.

Teoria wyboru konsumenta religijnego opiera się na dwóch zasadniczych aksjomatach. Brzmia one następująco: (a) konsument działa w sposób racjonalny, czyli poszukuje tego,

³ Być może bardziej zasadne wydaje się użycie w tym przypadku terminu „konsument duchowy”, który odnosi się zarówno do osób praktykujących duchowość holistyczną, jak i tych przynależących do denominacji funkcjonujących na rynku religijnym.

co uznaje za nagrody, unika zaś tego, co traktuje jako koszty; (b) konsument w swej kalkulacji nagród i kosztów kieruje się racjonalnością subiektywną. O ile pierwszy aksjomat jest powszechnie akceptowany i respektowany przez autorów związanych z podejściem, to czasami zapomina się o tym drugim. Wynika z niego, iż wybory konsumenta nie zawsze muszą wydawać się racjonalne dla obserwatora zewnętrznego. Takimi stają się dopiero, gdy poznamy motywacje leżące u podstaw podejmowanych przez niego decyzji.

Koncentracja na konsumencie religijnym sprawia, iż szczególnie istotna wydaje się kwestia wyborów dokonywanych przez jednostki na rynku religijnym. Możliwość podejmowania decyzji pozostaje w dużym stopniu uwarunkowana kontekstem, w jakim konsument funkcjonuje. Jak stwierdziła Maria Libiszowska-Żółtkowska: „Brak alternatyw skazuje zarówno pojedyncze jednostki, jak i całe zbiorowości na powielanie tych samych wzorców zachowań, na jednowymiarowość. Bogaty rynek ofert otwiera przed ludźmi nowe możliwości” (Libiszowska-Żółtkowska 1999: 78–79). We współczesnym świecie wpływ na decyzje dokonywane przez konsumenta mają dwie tendencje. Liczba potencjalnych ofert jest znacznie bogatsza niż w przeszłości. Człowiek w większym stopniu dysponuje także wolnością wyboru, wcześniej ograniczaną. Te dwie tendencje wprost oddziałują na strategię „inwestycyjne” podejmowane przez konsumentów na rynku religijnym. Warto bliżej się im przyjrzeć.

Samo pojęcie **strategii inwestycyjnej** zaczerpnąłem od Laurence’a Iannaccone’a. W swoim tekście zatytułowanym *Risk, Rationality, and Religious Portfolios* (1995) wskazał on na istnienie „portfeli inwestycyjnych”. Tworzące je jednostki w różny sposób zainteresowane są maksymalizowaniem satysfakcji religijnej, a także minimalizowaniem ryzyka inwestycyjnego (np. wątpliwości). Ogólnie rzecz biorąc, należy mówić o dwóch rodzajach strategii konsumenckich. Pierwsza z nich zorientowana jest na religijność kościelną. Decydujący się na nią konsument poszukuje nagród, zaspokojenia swych potrzeb w ramach denominacji, tradycyjnie rozumianych instytucji religijnych. W swych analizach na strategii tej koncentrowali się przedstawiciele podejścia ekonomicznego. Bardziej interesująca wydaje się zatem druga taktyka. Nazwałem ją strategią zdywersyfikowaną. Przyjmuje ona jedną z dwóch postaci. Można zatem mówić o strategii w pełni zdywersyfikowanej. Ma ona miejsce wtedy, gdy konsument decyduje się poszukiwać nagród poza instytucjami religijnymi, w środowisku, które P. Heelas oraz L. Woodhead określili mianem *holistic milieu*. Strategia zdywersyfikowana może jednak przybrać także i inną, pośrednią postać. Dotyczy to sytuacji, kiedy osoba deklaruje przynależność do jakiejś denominacji, bardziej lub mniej aktywnie uczestniczy w jej życiu, a zarazem korzysta z „oferty” wytwarzanej przez podmioty funkcjonujące w ramach *holistic milieu*.

Im bardziej zróżnicowany rynek religijny, tym większe konsumenci mają możliwości w zakresie zmiany swej strategii „inwestycyjnej”. Sytuację tę obrazuje następująca relacja:

$$S_0 \Leftrightarrow S_1,$$

gdzie:

- S_0 – to poziom satysfakcji ze sposobu, w jaki konsument obecnie praktykuje duchowość bądź religię;
- S_1 – to potencjalny poziom satysfakcji ze sposobu, w jaki konsument mógłby praktykować duchowość bądź religię.

Tę relację można nieco zmodyfikować, uwzględniając kalkulację nagród (n) i kosztów (c) dokonywaną przez konsumenta religijnego:

$$(n_0 - c_0) \Leftrightarrow (n_1 - c_1) \quad \text{lub} \quad (c_1 - c_0) \Leftrightarrow (n_1 - n_0)^4$$

W sytuacji gdy różnica nagród i kosztów z potencjalnego sposobu praktykowania duchowości bądź religii pozostaje wyższa od różnicy nagród i kosztów z obecnego praktykowania duchowości bądź religii, to może dojść do zmiany strategii „inwestycyjnej” (np. z kościelnej na zdywersyfikowaną) lub sposobu jej realizacji (np. ze strategii zorientowanej na Kościół katolicki na strategię ukierunkowaną na Kościół zielonoświątkowy). Trzeba pamiętać jednak, że każda taka kalkulacja następuje w określonym kontekście społecznym.

Istotne pytanie, które należy wziąć pod uwagę w niniejszych rozważaniach, dotyczy tego, jakie czynniki determinują wybór określonej strategii. Na podstawie badań Tadeusza Doktora można stwierdzić, że ta w pełni zdywersyfikowana częściej wybierana jest przez osoby młode, lepiej wykształcone, mieszkańców dużych miast, a więc przez przedstawicieli zbiorowości, które przez paradygmat sekularyzacyjny traktowane były jako najbardziej zeświecczone. Poczynione obserwacje skłoniły nawet Tadeusza Doktora do sformułowania pewnej prognozy odnośnie do rozwoju duchowości holistycznej. Jak wskazał: „Największe rozpowszechnienie tej formy światopoglądu (New Age – przyp. aut.) wśród młodych badanych zdaje się świadczyć o tym, że New Age może zyskiwać jeszcze więcej zwolenników w przyszłości” (Doktor 2001: 213). W innym tekście Tadeusz Doktor zwrócił uwagę na kwestię psychologicznych determinantów. Zauważył, iż istnieje pewna zależność między zaangażowaniem się w praktyki holistyczne a wyższym poziomem niepokoju i poczucia wartości. Relację tę autor zinterpretował, odwołując się do koncepcji narcyzmu (Doktor 1996).

Wydaje się, że wybór strategii zdywersyfikowanej następuje, gdy spada efektywność instytucji religijnych i/bądź na rynku religijnym pojawiają się nowe „produkty”, których te nie uwzględniały. Konsument z różnych powodów (np. z powodu presji społecznej) może jednak nie rezygnować z przynależności do swego wyznania. Realizuje wówczas strategię nie w pełni zdywersyfikowaną (pośrednią). Będąc członkiem jakiegoś Kościoła, poszukuje zaspokojenia niektórych swych potrzeb poza tą instytucją religijną, np. w ramach *holistic milieu*. Niektóre badania zrealizowane przez polskich socjologów wydają się to potwierdzać. Uwagę na to zjawisko zwróciła m.in. Anna E. Kubiak. W latach 1998–2000 przeprowadziła badanie wśród uczestników warsztatów, wykładów i spotkań poświęconych ezoteryzmowi, praktykom holistycznym. Wyniki sugerowały, że ponad 40 procent osób biorących w nich udział stanowili katolicy (Kubiak 2005). Z kolei Tadeusz Doktor stwierdził, że: „Ideologia New Age jest najbardziej popularna wśród osób okazjonalnie praktykujących (przynajmniej raz w miesiącu), a najmniej wśród osób praktykujących codziennie i w ogóle niepraktykujących. Ma więc charakter wyraźnie krzywoliniowy i akceptowana jest przez tzw. «letnich katolików», a więc osoby o dość swobodnym stosunku do wymogów w zakresie praktyk religijnych” (Doktor 2001: 212).

⁴ Pewną propozycję, aby zmianę wyznania (czy – używając terminu obecnego w tekście – strategii) traktować jako racjonalny wybór, w którym konsument dokonuje kalkulacji potencjalnych nagród i kosztów, zaproponowała Maria Libiszowska-Żółtkowska w swej pracy zatytułowanej *Konwertyci nowych ruchów religijnych* (2003).

Interesujące jest to, że same denominacje coraz częściej dostosowują się do potrzeb swoich wiernych. Wychodzą naprzeciw strategii zdewersyfikowanej. Przykładem tego są m.in. centra chrześcijańskie w Holandii, powstające głównie z inicjatywy Kościoła katolickiego. Osoby z nich korzystające uczestniczą w sesjach medytacyjnych, zajęciach artystycznych, pielgrzymkach oraz wyjazdach wypoczynkowych. Biorą udział w warsztatach, w trakcie których malują mandale, uczą się różnych sposobów wyciszania umysłu oraz tworzą swe duchowe autobiografie (Versteeg 2007). Podobną tendencję daje się także zaobserwować na gruncie Kościoła katolickiego w Polsce. Dla przykładu, przy Opactwie Benedyktynów w Lubinie istnieje Ośrodek Medytacji Chrześcijańskiej. Źródłem inspiracji dla realizowanych tam praktyk pozostaje buddyzm zen. Granice, w ramach których się ta aktywność odbywa, definiowane są jednak przez doktrynę katolicką.

Niektóre badania koncentrują się także na tych konsumentach, których wybory odnoszą się wyłącznie do *congregational domain*. Część z nich przedmiotem analizy czyni procesy konwersji. Na zagadnieniu tym skupili się m.in. autorzy amerykańscy, w tym: Richard W. Flory oraz Donald E. Miller. W swoim badaniu uwzględnili poszukiwania duchowe właściwe dla tzw. pokolenia postboomersów. Chodzi zatem o generację, których rodzice dorastali w latach 60. XX wieku. Zdaniem Richarda W. Flory'ego oraz Donalda E. Millera daje się zaobserwować dwie tendencje w wyborach podejmowanych przez przedstawicieli tego pokolenia. Niektórzy rezygnują z przynależności do swych dotychczasowych denominacji na rzecz przystąpienia do Kościołów tradycyjnych, w tym anglikańskiego, katolickiego czy prawosławnego. Z wywiadów, które zrealizowali badacze wynikało, że osoby te przywiązywały znaczenie do symboliki, rytuału. Ważna była dla nich obecność w świątyni witraży, ikon czy kadzidel. Młodzi ludzie z tej zbiorowości byli ponadto zainteresowani funkcjonowaniem w strukturach, które w ich przekonaniu nie podlegały zmianie od stuleci, miały określoną historię. Druga tendencja cechowała natomiast tzw. innowatorów. Osoby te z entuzjazmem podchodziły do „eksperymentów” realizowanych przez ich Kościoły, polegających m.in. na korzystaniu podczas nabożeństw z nowoczesnych technologii, z efektów komputerowych, grafiki trójwymiarowej. Mimo iż stosowanie tych rozwiązań mogło kontrastować z powagą *sacrum*, to zdaniem innowatorów, działania te pozwalały im lepiej zrozumieć ich religię, głębiej doświadczać wiary (Flory i Miller 2007).

Wybór strategii kościelnej klarownie tłumaczą także teorie: statusowa oraz restrykcyjności. Pierwsza z nich zakłada, że osoby przynależą bądź przystępują do takich denominacji, które są im w stanie zagwarantować wysoki status w społeczeństwie (Glock, Stark 1965). Wydaje się, że tą właśnie teorią wytłumaczyć można sukces neoevangeliikalnych nurtów protestantyzmu w Ameryce Łacińskiej (Chesnut 1997; Gill 1998). Druga z wymienionych koncepcji koncentruje się na denominacjach konserwatywnych. Właściwe są im często ekscentryczne zachowania dotyczące diety, ubrania, wyglądu, a nawet mowy, nazywane w literaturze przedmiotu restrykcjami, które wyróżniają członków danej wspólnoty religijnej z otoczenia społecznego (Kelley 1972). Stanowią one rodzaj opłaty wstępnej. Dzięki nim restrykcyjne denominacje eliminują tzw. „efekt gapowicza”. Ze wspólnoty odchodzą ci, którzy są najmniej na jej rzecz zaangażowani. W wyniku tego procesu, wzrasta poziom satysfakcji religijnej osób, które w danej społeczności religijnej pozostają. Wzmocnieniu ulegają także więzi pomiędzy członkami tej wspólnoty (Iannaccone 1994).

PODSUMOWANIE

Na koniec należy zadać pytanie, czy zaproponowana w artykule modyfikacja podejścia ekonomicznego jest konieczna? Postaram się wskazać trzy argumenty sugerujące, że przedstawione przeze mnie rozwiązanie jest właściwe.

Po pierwsze, dominująca na gruncie podejścia ekonomicznego teoria rynków religijnych opiera się na błędnych założeniach. Sprawia, iż uwaga badaczy koncentruje się na denominacyjnym wymiarze religijności. Poza obszarem refleksji znajdują się m.in. zjawiska określane mianem nowej duchowości. Wiele zaś wskazuje na to, że fenomeny te zostały na trwałe włączone do kultury Zachodu. Istnieje oczywiście możliwość analizowania nowej duchowości z perspektywy rynku religijnego. Zadanie to wydaje się jednak trudne i skomplikowane metodologicznie, organizacyjnie. Warto zatem przenieść punkt ciężkości na teorię wyboru konsumenta, a więc na nurt, który niejako zapoczątkował ekonomiczną refleksję nad religią. Przyjęcie takiej perspektywy umożliwia analizę strategii podejmowanych przez konsumentów, odnoszących się przy tym zarówno do religijności kościelnej, jak i duchowości holistycznej.

Po drugie, refleksja mikroekonomiczna, czyniąca przedmiotem analizy decyzje podejmowane przez jednostki, jest w stanie wyjaśnić pewne niedostosowanie teorii rynków religijnych do danych empirycznych. Podstawowa nieprawidłowość, kwestionująca zasadność tej koncepcji, sprowadza się do tego, iż na niektórych quasi-monopolistycznych rynkach religijnych poziom uczestnictwa w praktykach religijnych pozostaje wysoki. Przykładem tego są europejskie kraje katolickie. W interpretacji tego dylematu, sformułowanego przeze mnie w części drugiej artykułu, warto odwołać się do teorii wyboru konsumenta religijnego. Na wstępie trzeba zaznaczyć, że dla wyznań protestanckich właściwa jest zasada *sola Scriptura*. Sprawia ona, że wszelkie innowacje w kwestiach wiary, które wprost nie wynikają z Pisma, mogą nie być tolerowane⁵. Kościół katolicki pozostaje mniej rygorystyczny w tym względzie. Zdarza się zatem, że niektórzy jego wierni realizują strategię dywersyfikacji pośredniej. Mimo iż niektóre swe potrzeby duchowe zaspokajają poza instytucją Kościoła, to dalej deklarują przynależność do niego, a nawet biorą udział w nabożeństwach czy w życiu wspólnoty parafialnej. To przyzwolenie dla realizacji przez wiernych strategii dywersyfikacji pośredniej odpowiada prawdopodobnie za to, że poziom uczestnictwa w praktykach religijnych pozostaje na gruncie quasi-monopoli katolickich wyższy niż w przypadku quasi-monopoli protestanckich.

Po trzecie, modyfikacja podejścia ekonomicznego zaprezentowana w artykule pozwala na włączenie do refleksji zagadnień związanych z czynnikami determinującymi wybór konsumenta. Interesujące wydaje się to, dlaczego niektóre osoby decydują się na praktykowanie duchowości holistycznej, a inne religijności kościelnej. Z perspektywy paradygmatu ekonomicznego przedmiotem analizy powinny stać się nagrody poszukiwane przez konsumentów wybierających poszczególne strategie „inwestycyjne”. Koncentracja na tym obszarze pozwala ponadto na obserwację przemian zachodzących na rynku religijnym. Przekształcenia te wynikają przede wszystkim z transformacji potrzeb, których zaspokojenia poszukują konsumenci religijni czy duchowi.

⁵ Należy tutaj pamiętać o zróżnicowaniu denominacyjnym protestantyzmu. Niektóre jego nurty będą bardziej literalnie i rygorystycznie interpretować Pismo Święte, inne mniej.

BIBLIOGRAFIA

- Alesina Alberto, Devleeschauwer Arnaud, Easterly William, Kurlat Sergio i inni. 2003. *Fractionalization*, „Journal of Economic Growth”, 8: 155–194.
- Azzi Corry, Ehrenberg Ronald. 1975. *Household Allocation of Time and Church Attendance*, „The Journal of Political Economy”, 1(83): 27–56.
- Baerveldt Cor. 1996. *New Age-religiositeit als individueel constructieproces*, w: Miranda Moerland (red.), *De kool en de geit in de nieuwe tijd: Wetenschappelijke reflecties op New Age*, Utrecht: Jan van Arkel.
- Becker Gary. 1968. *Crime and Punishment: An Economic Approach*, „The Journal of Political Economy”, 2(76): 169–217.
- Chesnut Andrew R. 1997. *Born Again in Brazil*, New Brunswick: Rutgers University Press.
- Davie Grace. 2010. *Socjologia religii*, Kraków: Nomos.
- Doktor Tadeusz. 1996. *Światopogląd New Age*, w: Tadeusz Doktor (red.), *Ruchy pogranicza religii i nauki jako zjawisko socjopsychologiczne*, t. V, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Doktor Tadeusz. 2001. *New Age i fundamentalizm*, w: Irena Borowik i Tadeusz Doktor, *Pluralizm religijny i moralny w Polsce*, Kraków: Nomos.
- Finke Roger i Rodney Stark. 1992. *The Churching of America, 1776–1990: Winners and Losers in Our Religious Economy*, New Brunswick: Rutgers University Press.
- Flory Richard W. i Miller Donald E. 2007. *The Embodied Spirituality of the Post-Boomer Generations*, w: Kieran Flanagan i Peter C. Jupp (red.), *A Sociology of Spirituality*, Farnham: Ashgate.
- Froese Paul. 2004a. *After Atheism: An Analysis of Religious Monopolies in the Post-Communist World*, „Sociology of Religion”, 1(65): 57–75.
- Froese Paul. 2004b. *Forced Secularization in Soviet Russia: Why an Atheistic Monopoly Failed*, „Journal for the Scientific Study of Religion”, 1(43): 35–50.
- Gill Anthony. 1998. *Rendering unto Caesar: The Catholic Church and the State in Latin America*, Chicago: University of Chicago Press.
- Giordan Giuseppe. 2007. *Spirituality: From a Religious Concept to a Sociological Theory*, w: Kieran Flanagan i Peter C. Jupp (red.), *A Sociology of Spirituality*, Farnham: Ashgate.
- Glock Charles Y. i Rodney Stark. 1965. *Religion and Society in Tension*, Chicago: Rand McNally.
- Grim Brian J. i Finke Roger. 2006. *International Religion Indexes: Government Regulation, Government Favoritism, and Social Regulation of Religion*, „Interdisciplinary Journal of Research on Religion”, 2: 1–40.
- Hamilton Malcolm. 2000. *An Analysis of the Festival for Mind-Body-Spirit*, w: Steven Sutcliffe i Marion Bowman (red.), *Beyond New Age: Exploring Alternative Spirituality*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Heelas Paul. 1996. *The New Age Movement. The Celebration of the Self and the Sacralization of Modernity*, Oxford: Blackwell.
- Heelas Paul. 2006. *Challenging Secularization Theory: The Growth of “New Age” Spiritualities of Life*, „The Hedgehog Review”, 1(8): 46–58.

- Heelas Paul, Linda Woodhead i inni. 2005. *The Spiritual Revolution: Why Religion is Giving Way to Spirituality*, Oxford: Blackwell.
- Houtman Dick i Aupers Stef. 2007. *The Spiritual Turn and the Decline of Tradition: The Spread of Post-Christian Spirituality in 14 Western Countries, 1981–2000*, „Journal for the Scientific Study of Religion”, 3(46): 305–320.
- Iannaccone Laurence. 1991. *The Consequences of Religious Market Structure. Adam Smith and the Economics of Religion*, „Rationality and Society”, 2(3): 156–177.
- Iannaccone Laurence. 1994. *Why Strict Churches are Strong*, „American Journal of Sociology”, 5(99): 1180–1211.
- Iannaccone Laurence. 1995. *Risk, Rationality, and Religious Portfolios*, „Economic Inquiry”, 2(33): 285–295.
- Iannaccone Laurence, Roger Finke i Rodney Stark. 1997. *Deregulating Religion: The Economics of Church and State*, „Economic Inquiry”, 15(35): 350–364.
- Inglehart Ronald i Norris Pippa. 2006. *Sacrum i profanum. Religia i polityka na świecie*, Kraków: Nomos.
- Kelley Dean M. 1972. *Why Conservative Churches are Growing: A Study in the Sociology of Religion*, Mercer University Press, Macon.
- Kubiak Anna E. 2005. *Jednak New Age*, Warszawa: Jacek Santorski & Co.
- Leszczyńska Katarzyna i Zbigniew Pasek. 2008. *Wprowadzenie*, w: Katarzyna Leszczyńska i Zbigniew Pasek (red.), *Nowa duchowość w społeczeństwach monokulturowych i pluralistycznych*, Kraków: Nomos.
- Libiszowska-Żółtkowska Maria. 1999. *Dlaczego odchodzą? Religia w dobie ponowoczesnej*, „Annales. Sectio I. Philosophia – Sociologia”, vol. XXIV.
- Libiszowska-Żółtkowska Maria. 2003. *Konwertyci nowych ruchów religijnych*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Libiszowska-Żółtkowska Maria. 2007. *Nowe ruchy religijne w globalnej przestrzeni*, w: Maria Libiszowska-Żółtkowska (red.), *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, Kraków: Nomos.
- Pace Enzo. 2008. *Poza porządkiem. Duchowość i system wiary w New Age*, w: Katarzyna Leszczyńska i Zbigniew Pasek (red.), *Nowa duchowość w społeczeństwach monokulturowych i pluralistycznych*, Kraków: Nomos.
- Possemai Adam. 2003. *Alternative Spiritualities and the Cultural Logic of Late Capitalism*, „Culture and Religion”, 4(1): 31–45.
- Stark Rodney i William Sims Bainbridge. 2007. *Teoria religii*, Kraków: Nomos.
- Stark Rodney i William Sims Bainbridge. 1985. *The Future of Religion: Secularization, Revival, and Cult Formation*, Berkeley: University of California Press.
- Versteeg Peter. 2007. *Spirituality on the Margin of the Church: Christian Spirituality Centers in the Netherlands*, w: Kieran Flanagan i Peter C. Jupp (red.), *A Sociology of Spirituality*, Farnham: Ashgate.
- Warner R. Stephen. 1993. *Work in Progress toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States*, „American Journal of Sociology”, 5(93): 1044–1093.
- Woodhead Linda. 2009. *Old, New, and Emerging Paradigms in the Sociological Study of Religion*, „Nordic Journal of Religion and Society”, 2(22): 103–121.

NEW SPIRITUALITY IN ECONOMIC APPROACH. AN INTRODUCTION TO REINTERPRETATION OF ESSENTIAL ASSUMPTIONS OF PARADIGM

The economic approach is often used for research of religious changes. The religious markets theory is one of the most developed theories on its ground. According to its general assumption, church attendance is high in competitive markets and low in monopolistic ones. There is a problem, however, because representatives of the approach concentrate mainly on denominations and they have been increasingly ignoring non-institutional religiosity and spirituality. In the article, I have suggested a redefinition of the economic approach so that it could include currently neglected phenomena.

Key words: economic approach, new spirituality, religious markets theory, theory of religious consumer choice