

Wstęp

W siódmym numerze „Humaniora” proponujemy artykuły, których główne wątki badawcze pozostają w obszarze dociekań religioznawczych. Pierwszy z artykułów został przedstawiony na seminarium Poznańskiego Konwersatorium Religioznawczego w marcu 2014 r. Pozostałe artykuły są wynikiem badań omówionych na konferencjach „Religia a dialog” oraz „Religia a metoda”, zorganizowanych przez Poznańskie Konwersatorium Religioznawcze i Koło Psychologii Religii w 2014 r. na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Autorzy z różnych perspektyw przyglądają się zjawiskom religijnym. Pojawiają się orientacje poznawcze związane z filozofią religii, psychologią religii, historią religii, a także marketingiem religijnym.

Pierwszy artykuł zawiera wyniki badań Vidy Bajc. Autorka jest pracownikiem naukowym Methodist University w Karolinie Północnej, w Stanach Zjednoczonych. W roku akademickim 2013/2014 przebywała na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w ramach programu Fulbright Scholar. Zajmuje się socjologią religii i antropologią religii. Jest autorką książki *Security and Everyday Life*, nawiązującej do paradygmatu bezpieczeństwa egzystencjalnego w relacji do religii, przedstawionego w pozycji Ingleharta Rona i Norris Pippa, która ukazała się w tłumaczeniu polskim jako *Sacrum i profanum. Religia i polityka na świecie*. VIDA Bajc w swym artykule analizuje problem z pogranicza socjologii i geografii religii – przygląda się świętemu miastu kilku religii – Jerozolimie oraz różnym aspektom społecznym chrześcijańskich pielgrzymek do tego miejsca. Jak zauważa Bajc, to samo miejsce geograficzne posiada odmienne narracje i symbolikę religijną w zależności od grupy wyznaniowej. Dla chrześcijan Jerozolima stanowi przede wszystkim miejsce historycznej aktywności Jezusa Chrystusa, a dla Żydów i Palestyńczyków jest to nie tylko ważne miejsce religijne, ale także o znaczeniu politycznym.

Łukasz Czajka w artykule *Po co wspólnotom religijnym marketing?* różni dwa znaczenia terminu marketing religijny – węższe, jako aktywność marketingowa uprawiana przez różne wspólnoty religijne (np. dewocjonalia, pielgrzymki), szersze, jako kampanie promocyjne organizacji niekonfesyjnych, ale

odwołujących się do figur i wartości religijnych. Jak zauważa autor, rzeczywistość społeczna współczesnej Polski jest mocno zekonomizowana, także w odniesieniu do kalendarza głównych świąt religijnych. Handlowcy i galerie korzystają ze Świąt Bożego Narodzenia czy Świąt Wielkanocnych, ale także wykorzystują komercyjne możliwości związane z 1 listopada (moda na obchodzenie Halloween), Walentynkami czy z Pierwszą Komunią Świętą. Artykuł ma głównie praktyczne i opisowe cele, ale nie brakuje wniosków ogólnych i teoretycznych – autor odnosi się do procesów sekularyzacji i rozważań medioznawczych.

Adam Wysocki w artykule *Problematyka uwarunkowań dialogu międzyreligijnego* zwraca uwagę, że *sacrum* jest powszechnie występującym, ponadkulturowym zjawiskiem, jednak każdorazowo przeżywanym w sposób subiektywny przez danego wyznawcę. Na podstawie wskazanej w tekście literatury proponuje cztery możliwe stanowiska, jakie mogą wystąpić w ramach dialogu międzyreligijnego: ekskluzywizm, fundamentalizm, inkluzywizm i pluralizm religijny. Wydaje się, że do praktycznego dialogu nadają się tylko dwa ostatnie, gdyż dopuszczają soteriologiczne możliwości zbawienia przez inne religie. Jak zauważa Autor, właściwy dialog ma sens, jeśli spełnionych jest kilka warunków, takich jak elementarne zaufanie między podmiotami stron oraz pewna postawa otwartości.

Kasper Gis w artykule *Spór nuncjusza i wojewody. Polemika czy dialog religijny?* przedstawia badania historyczne dotyczące Królestwa Polskiego i Wielkiego Księstwa Litewskiego w XVI wieku. W bogatej mozaice religijnej tamtego kraju mieściły się wszystkie główne wyznania chrześcijańskie (katolicyzm, prawosławie, różne odłamy protestanckie), tatarski islam czy różne nurty judaizmu. Autor poddaje analizie listy, które w 1556 r. wymienili między sobą nuncjusz papieski Lippomano i magnat litewski Mikołaj „Czarny” Radziwiłł. Ten drugi przedstawiciel Rzeczypospolitej z pozycji reformatorskich krytykował kult Hostii czy prymat biskupa Rzymu w świecie chrześcijańskim. Dyskusje, jakie odbywały się w ramach ówczesnej epistolografii, pokazują zaangażowanie religijne uczestników, ale także pewien poziom kultury dialogu.

Konrad Kośnik w artykule *Religia jako system poznawczy. Eksplanacyjna rola religii Słowian* zauważa, że przejawy wierzeń słowiańskich pojawiają się w chrystianizowanej Polsce jeszcze w XV wieku. Jego zdaniem kult bóstw słowiańskich, takich jak Perun, Swarożyc czy Światowit, można interpretować jako symboliczne personifikacje praw rządzących światem. W tekście przypomniane są też liczne stwory, w jakich istnienie wierzone w ramach słowiańskich wyobrażeń, np. strzygi, wodniki, latawce. Religia słowiańska w tym ujęciu wyjaśniała różnorodne zjawiska, zarówno naturalne (np. atmosferyczne), jak i ontologiczne (sens istnienia). Ciekawa jest konkluzja Autora, iż „słowiański system poznawczy funkcjonował na zupełnie odmiennym poziomie abstrakcji niż systemy współczesne”.

Mamy nadzieję, że artykuły przedstawione w tym numerze uzupełnią o nowy poziom abstrakcji współczesne, akademickie dyskusje religioznawcze.