Boska ekonomia: analiza religii jako platformy i instytucji

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Artykuł stanowi głęboką analizę koncepcji „boskiej ekonomii" autorstwa Paula Seabrighta, która rzuca nowe światło na funkcjonowanie religii. Zamiast skupiać się wyłącznie na sferze duchowej, autor traktuje systemy wyznaniowe jako zaawansowane platformy zarządzające relacjami społecznymi i kapitałem ludzkim. Tekst wyjaśnia metaforę religii jako instytucji, która „głosi kazania poezją, ale administruje prozą", oddzielając warstwę symboliczną od pragmatycznego zarządzania potrzebami materialnymi i egzystencjalnymi. W analizie wykorzystano narzędzia ekonomiczne, takie jak teoria dóbr klubowych, efekty sieciowe oraz paradoks Simpsona w demografii religijnej. Czytelnik dowie się, jak rytuały pełnią funkcję kosztownych sygnałów lojalności, minimalizując ryzyko oportunizmu we wspólnocie. To nowatorskie spojrzenie na religię jako system ubezpieczeniowy i protokół weryfikacyjny, który od wieków skutecznie zarządza asymetrią autorytetu i zaufaniem społecznym.

This article provides a thorough analysis of Paul Seabright's concept of the "divine economy," which sheds new light on the functioning of religion. Instead of focusing solely on the spiritual realm, the author considers religious systems as advanced platforms for managing social relations and human capital. The text explains the metaphor of religion as an institution that "preaches in poetry but administers in prose," separating the symbolic from the pragmatic management of material and existential needs. The analysis utilizes economic tools such as club goods theory, network effects, and Simpson's paradox in religious demography. The reader will learn how rituals function as costly signals of loyalty, minimizing the risk of opportunism within a community. This innovative view of religion as an insurance system and verification protocol that has effectively managed asymmetries of authority and social trust for centuries.

Artykuł analizuje koncepcję „boskiej ekonomii" Paula Seabrighta, która postrzega religię nie tylko jako system wierzeń, ale przede wszystkim jako platformę relacji, zarządzaną

zgodnie z zasadami ekonomii i organizacji. Kluczowa teza głosi, że religie głoszą „poezję" sensu, ale administrują „prozą" zarządzania – bez tej pragmatycznej warstwy, nawet najbardziej wzniosłe idee nie przetrwają. Autor analizuje religię jako przedsiębiorstwo, które wytwarza kapitał społeczny i masę zaufania, oferując wiernym sieć wsparcia, poczucie przynależności i stabilne relacje. Seabright demaskuje również ciemną stronę tego mechanizmu, wskazując na ryzyko nadużyć władzy, toksycznych użytkowników i degeneracji bodźców, gdy polityczne wsparcie wypiera konkurencję i odpowiedzialność. Artykuł stawia pytania o granice ekonomicznej analizy religii i o relacje między poezją sensu a prozą zarządzania w kontekście współczesnych wyzwań.

SŁOWA KLUCZOWE

Boska ekonomia | Paul Seabright | platforma relacji | paradoks Simpsona | teoria dóbr klubowych | kapitał społeczny | sygnał lojalności | teoria sygnalizacji | demografia religijna | instytucjonalna proza | efekty sieciowe | ryzyko oportunizmu | system ubezpieczeniowy | asymetria autorytetu | protokół weryfikacyjny

Seabright: boska ekonomia jako zabieg epistemiczny

W koncepcji „boskiej ekonomii" Paula Seabrighta nie ma metodologicznej herezji. Jest za to pewien intelektualny manewr, który dla jednych będzie profanacją, a dla innych – wreszcie uczciwym postawieniem sprawy. Chodzi o aforyzm, który w swojej pozornej lekkości wykonuje tytaniczną pracę teoretyczną: religie głoszą kazania poezją, ale administrują prozą. To jedno zdanie rozcina bowiem jednolitą, pobożną mgłę, w której tradycyjnie lubimy umieszczać religię, na dwie odrębne, lecz sprzężone warstwy. Dopiero ich połączenie tworzy instytucję zdolną przetrwać wieki.

Pierwsza warstwa to świat wielkich narracji i poezji sensu: transfiguracja porażki, opowieści nadające cierpieniu rangę, śmierci cel, a przypadkowi postać przeznaczenia. Druga to twarda proza zarządzania: świat budżetów, rekrutacji, logistyki, motywowania wolontariuszy, administrowania nieruchomościami, dbania o reputację, ryzyko prawne i konkurencję o czas oraz lojalność wyznawców. Seabright nie twierdzi bynajmniej, że „religia to tylko biznes". Jego teza jest subtelniejsza i dla teologii znacznie bardziej kłopotliwa: nawet jeśli religia nie jest „tylko" biznesem, to bez tej przyziemnej prozy nie utrzyma ani swojej wzniosłej poezji, ani materialnych warunków jej głoszenia.

Poezja sensu vs. proza zarządzania: dualizm religii

To nie jest teza publicystyczna, lecz fakt potwierdzony przez współczesne przyjęcie „The Divine Economy". Książka sytuuje się bowiem na styku dwóch światów, w przestrzeni, którą nauka i biznes chętnie określają mianem interdyscyplinarnej ekonomii politycznej. Z jednej strony dzieło przebiło się do świadomości menedżerów, trafiając na branżowe listy i do mediów gospodarczych. Z drugiej – zyskało status syntetycznej propozycji analitycznej w akademickich dyskusjach o ekonomii religii i socjologii organizacji. Symbolicznym potwierdzeniem jest obecność książki w kontekście nagrody „Financial Times", gdzie religię potraktowano nie jako temat odświętny, lecz jako twardy fenomen władzy, kapitału społecznego i strategii. To gest typowy dla dzisiejszej mentalności instytucjonalnej, która nie wierzy już w istnienie stref społecznie bezkosztowych. Jednocześnie recenzje akademickie wskazują na intelektualne powinowactwo Seabrighta z nową ekonomią instytucjonalną oraz teorią dóbr klubowych – językiem, który nie analizuje teologicznych „przekonań", lecz twarde warunki stabilności kooperacji i realne koszty egzekwowania norm.

Platforma relacyjna: religia jako sieć powiązań

Zacznijmy od definicji, gdyż w tym modelu słowa są precyzyjnymi narzędziami, a nie ozdobnikami. „Platforma" oznacza tu organizację, której produktem nie jest rzecz ani usługa, lecz ułatwianie relacji między uczestnikami. Jej wartość rośnie wraz z jakością i liczbą członków, ponieważ napędzają ją efekty sieciowe, czyli zależność użyteczności dla jednostki od tego, jacy inni ludzie są obecni w systemie. W takim stopniu, w jakim religia jest platformą, nie jest ona przede wszystkim wytwórcą dogmatów, lecz wytwórcą powiązań. Dogmat i rytuał stają się zaś specyficznym protokołem weryfikacyjnym: ich celem nie jest jedynie „wyjaśnianie świata", lecz tworzenie przewidywalności zachowań, selekcja uczestników i obniżanie ryzyka oportunizmu w relacjach intymnych, biznesowych czy wspólnotowych.

Tak rozumiana religia jest, po pierwsze, przedsiębiorstwem w sensie organizacyjnym, a po drugie – przedsiębiorstwem osobliwym, gdyż dysponuje narzędziami tworzenia legitymacji, których świecka firma zazdrości niczym alchemik złota. Seabright wprost podkreśla, że politycy zazdroszczą liderom religijnym tego, czego nie da się kupić żadną kampanią: zdolności przekonywania ludzi, że poświęcenie ma sens, cierpienie jest godne, a wspólna sprawa przewyższa prywatny interes. W tej perspektywie religia staje się fabryką tego, co socjologia nazywa kapitałem społecznym, a prawo – w surowszej terminologii – masą zaufania. Bez niej kontrakty stają się kosztowne, spory częste, a egzekucja norm zamienia się w permanentny stan alarmowy.

I tu właśnie zaczyna się polemika, bezpieczna tylko dla czytelnika o stalowych nerwach: jeśli religia jest platformą relacji, to wyznawca nie jest „klientem" w banalnym sensie, lecz staje się jednocześnie użytkownikiem i aktywem. Brzmi to brutalnie, gdyż współczesna wrażliwość chciałaby, aby instytucje „dla duszy" unikały słownika zasobów, ale ekonomia nie pyta o nastrój, lecz o mechanizm. Jeżeli wartość przynależności zależy od jakości pozostałych członków, organizacja ma strukturalną motywację do selekcji, dyscypliny i budowania barier wejścia. W klasycznej ekonomii religii opisano to językiem „dóbr klubowych" i problemu gapowicza: wspólnota wytwarza dobro, które traci na wartości, gdy korzystają z niego osoby nieponoszące kosztów. Stąd teza, że „surowe kościoły są silne", gdyż skuteczniej redukują oportunizm poprzez kosztowne sygnały lojalności. Seabright, mówiąc o „wysokich cenach wejścia", wpisuje się w tę tradycję, lecz poszerza ją o intuicję platform cyfrowych: na platformie najcenniejsze jest to, kogo można spotkać, a nie to, co można „kupić".

Masa zaufania: religia buduje kapitał społeczny

Skoro pierwsza część tekstu ustanowiła religię jako instytucję platformową, której „poezja" nie utrzyma się bez „prozy" zarządzania, pora zejść do maszynowni. Wkraczamy na teren, gdzie najszybciej pękają zarówno publicystyczne skróty, jak i pobożne intuicje: w obszar statystyki. To ta szczególna dziedzina, w której liczby zachowują się jak ludzie w windzie – zawsze dokądś jadą, choć niekoniecznie tam, gdzie nam się wydaje. Seabright, wprowadzając paradoks Simpsona do opowieści o religii, wykonuje ruch, który w nauce jest gestem higieny, a w mediach bywa traktowany jak zamach na prawo do prostych narracji. Pokazuje, że trend widoczny w danych zagregowanych może się odwrócić lub zniknąć, kiedy rozbijemy zbiorowość na sensowne podgrupy. Paradoks Simpsona w swojej istocie to zjawisko, w którym zależność obserwowana w kilku grupach znika albo zmienia znak po ich zsumowaniu, ponieważ zmieniają się wagi poszczególnych podzbiorów, a z nimi cała struktura tła.

W zastosowaniu do religii mechanizm ten jest logicznie banalny, lecz w skutkach – dla wielu drażniący. Jeżeli chrześcijaństwo traci udział w globalnej populacji, najprostszy komentarz brzmi: „chrześcijaństwo upada". Jeżeli islam rośnie liczebnie, komentarz brzmi: „islam zwycięża". Jeżeli rośnie kategoria „bezwyznaniowych", komentarz brzmi: „świat się sekularyzuje". Seabright podważa ten automatyzm pytaniem, które w istocie jest prawniczym pytaniem o stan faktyczny: co dokładnie mierzymy, mówiąc o „udziale", i w jakiej strukturze populacji zachodzi zmiana? Jeżeli bowiem wzrost demograficzny nie jest równomierny geograficznie, a religie są historycznie nierównomiernie rozlokowane, to „globalny udział" staje się wskaźnikiem, który miesza w jednym naczyniu dwie różne dynamiki: perswazji (czy ludzie się przyłączają, odłączają, konwertują) oraz

demografii (gdzie rodzi się więcej ludzi, a gdzie mniej). Wówczas jedna religia może wygrywać „serca i umysły” w wielu krajach, a jednocześnie przegrywać „udział globalny”, bo jej historyczne centrum leży w regionach o niskiej dzietności i wysokiej skali odejść.

Uaktualnijmy zatem weryfikowalne parametry, bo w tej materii nie wolno polegać na pamięci i intuicji. Najnowsza synteza demograficzna Pew Research Center, obejmująca lata 2010–2020, pokazuje, że chrześcijaństwo pozostaje największą grupą religijną, ale jego udział w ludności świata spadł w tym okresie o 1,8 punktu procentowego, do 28,8% w 2020 r., mimo wzrostu liczebnego do około 2,3 mld osób. Islam, najszybciej rosnąca wielka religia dekady, zwiększył udział o 1,8 punktu procentowego, do 25,6% w 2020 r., osiągając około 2,0 mld wyznawców. Wzrost ten napędzały młodsza struktura wieku i wyższa dzietność, przy relatywnie mniejszej skali odejść. Jednocześnie wzrosła populacja religijnie nieafiliowana – do około 24,2% ludności świata, co w świetle wcześniejszych prognoz jest dla badaczy sygnałem, że mechanizm odchodzenia od religii – zwłaszcza od chrześcijaństwa w części krajów – ma moc większą niż przewidywały „suche” modele demograficzne.

To są liczby, ale dopiero interpretacja rozstrzyga, czy mają one sens, czy tylko formę. I tu właśnie Seabright, wsparty aparatem paradoksu Simpsona, zyskuje pole do swojej najcie

Paradoks Simpsona fałszuje obraz religijności

Skoro przeszliśmy już przez pole minowe statystyki, zachowując niezbędny rygor metodologiczny, czas zejść o poziom głębiej. Pora dotknąć tego, co w modelu Seabrighta stanowi rzeczywiste paliwo całej konstrukcji: popytowej strony religii. Nie chodzi tu jednak o mglisty zbiór „przekonań”, lecz o twardą, instytucjonalną odpowiedź na trwałe, strukturalne potrzeby człowieka. Ten analityczny zwrot jest kluczowy, ponieważ pozwala ominąć dwie intelektualne pułapki: naiwny funkcjonalizm, głoszący, że „religia istnieje, bo jest użyteczna”, oraz równie naiwny idealizm, który twierdzi, że „religia istnieje, bo jest prawdziwa”. Seabright zręcznie lawiruje między tymi skrajnościami, rekonstruując warunki przetrwania religii jako platformy w świecie, gdzie o naszą uwagę walczą nie tylko inne wyznania, ale też państwo opiekuńcze, rynek usług, psychologia kliniczna i kultura terapeutyczna.

Fundamentalne rozróżnienie dotyczy samej natury tych potrzeb. Nie tworzą one bowiem jednorodnego pakietu, który bierze się w całości albo wcale. Są raczej złożoną wiązką, której poszczególne elementy mogą się wzajemnie wzmacniać, ale w określonych warunkach historycznych mogą być również częściowo zaspokajane przez inne instytucje. Seabright, posługując się językiem ekonomii instytucjonalnej, wyróżnia w tej wiązce co najmniej trzy kluczowe

poziomy: potrzeby materialnego bezpieczeństwa, potrzeby relacyjne oraz te najgłębsze, sensotwórcze, czyli egzystencjalne.

Na pierwszym, najbardziej podstawowym poziomie, religia funkcjonuje jako nieformalny system ubezpieczeniowy. W społeczeństwach, gdzie państwo nie jest w stanie zapewnić solidnej ochrony przed ryzykiem choroby, bezrobocia, starości czy katastrofy, to właśnie wspólnota religijna staje się amortyzatorem wstrząsów. Mechanizm ten, dobrze znany ekonomii rozwoju i udokumentowany empirycznie, jest prosty: sieci wyznaniowe oferują pomoc finansową, dostęp do edukacji, opiekę zdrowotną, a nawet mediację w sporach czy ochronę reputacji. W zakresie, w jakim ta pomoc jest realna, religia konkuruje nie z innymi doktrynami, lecz z państwem i komercyjnym rynkiem ubezpieczeń. A gdy państwo zaczyna przejmować te funkcje skutecznie i bez stygmatyzacji, popyt na religię jako „polisę na życie" naturalnie słabnie. To nie jest argument antyreligijny, lecz strukturalny: popyt zawsze reaguje na podaż substytutów.

Drugi poziom dotyka potrzeb relacyjnych, które w epoce nowoczesności stały się wyjątkowo dotkliwe. Migracje do miast, erozja struktur rodowych, zawodowa mobilność i fragmentaryzacja biografii sprawiają, że jednostka dryfuje w stanie społecznej tymczasowości. Właśnie tutaj religia, działając jako platforma, oferuje coś, czego nie da się łatwo kupić ani zaprogramować: stabilną sieć relacji. Sieć, w której role są czytelne, normy przewidywalne, a zaufanie zostaje wstępnie udzielone na kredyt samą przynależnością. Analogia do biznesu jest uderzająco trafna – religia przypomina wysokiej jakości ekosystem zawodowy, gdzie rekomendacja „jest swój" drastycznie obniża koszty weryfikacji partnera. Różnica jest jednak fundamentalna. Religia operuje w sferze znacznie bardziej intymnej, dotyczącej nie tylko transakcji, lecz przyjaźni, małżeństwa i wychowania dzieci – obszarów, w których zły wybór bywa katastrofą.

Materialne i relacyjne zyski z przynależności

To prowadzi nas wprost do rytuału, który w ujęciu Seabrighta nie jest technologią, lecz formą dyplomacji duszy. Rytuał to działanie celowo nieprzejrzyste przyczynowo – jego moc nie bierze się ze zrozumiałego mechanizmu fizycznego, ale z siły tradycji i wspólnotowej zgody. Zawiesza on logikę inżyniera na rzecz logiki uczestnika, gdzie pytanie „Jak to działa?" ustępuje znacznie ważniejszemu: „Czy robię to właściwie?". Ta subtelna zmiana perspektywy ma potężne konsekwencje społeczne, bowiem przesuwa oś racjonalności z zimnej efektywności na gorącą lojalność. To już nie wynik, lecz intencja i wytrwałość stają się miarą wartości członka grupy.

W tej grze rytuał staje się kosztownym sygnałem jakości. Ktoś, kto regularnie poświęca czas na długie nabożeństwa, poddaje się moralnym rygorom i znosi niewygody, wysyła otoczeniu potężny

komunikat: potrafię się kontrolować, jestem cierpliwy i można na mnie polegać. Dlatego właśnie rytuały bywają nużące, monotonne lub fizycznie wyczerpujące – ich siła tkwi właśnie w tej pozornej „nieefektywności". Wspólnota, niczym ekskluzywny klub, filtruje w ten sposób oportunistów i buduje wewnętrzny kapitał zaufania. Teoria dóbr klubowych, opisująca mechanizmy wykluczania „pasażerów na gapę", oraz teoria sygnalizacji, badająca wiarygodność przekazywanych informacji, doskonale to wyjaśniają. Seabright przenosi jednak tę chłodną logikę na poziom kultury, demaskując rytuał jako narzędzie o podwójnym ostrzu: potrafi integrować, ale równie skutecznie potrafi uciskać.

Spróbujmy zilustrować to absurdem, bo tylko on potrafi obnażyć logikę ukrytą pod płaszczem powagi. Wyobraźmy sobie wspólnotę, której testem lojalności jest cotygodniowe stanie na jednej nodze przez godzinę przy akompaniamencie pieśni w zapomnianym języku. Z perspektywy inżyniera – czysty bezsens. Z perspektywy stratega budującego zaufanie – genialne posunięcie. Kto wytrwa, ten dowodzi, że naprawdę chce być „swój". Problem pojawia się w chwili, gdy ktoś upada ze zmęczenia, a lider ogłasza to dowodem słabej wiary, zamiast przyjąć to jako sygnał, że rytuał przekroczył granice absurdu. W tym właśnie momencie dyplomacja duszy zamienia się w brutalny test uległości, a jego stawką staje się sama przynależność. To, co miało być dobrowolnym sygnałem oddania, staje się instrumentem władzy, który karze za ludzką słabość.

Rytuał jako kosztowny sygnał lojalności

Tu pojawia się pierwsza prowokacja intelektualna, której nie wolno łagodzić konformizmem: religie, jeśli są platformami, muszą – jak każda inna platforma – zarządzać ryzykiem toksycznych użytkowników i nadużyć władzy. Ucieczka w slogan „to tylko odstępstwa od doktryny" jest tu niemożliwa, gdyż sama doktryna jest, w tej organizacyjnej optyce, technologią zarządzania zachowaniem. A każda technologia może zostać nadużyta. Nadużycia seksualne, grooming czy kultura milczenia nie są więc „wypadkami przy pracy", lecz symptomami tego, co dzieje się, gdy platforma relacji intymnych łączy się z asymetrią autorytetu, brakiem zewnętrznej kontroli oraz quasimonopolistycznym statusem moralnym lidera. Współczesne raporty o nadużyciach w instytucjach religijnych – jak choćby brytyjska sprawa Johna Smytha i miażdżąca krytyka instytucjonalnej reakcji – dowodzą, że problem ma charakter systemowy. Powraca on wszędzie tam, gdzie organizacja broni przede wszystkim własnej reputacji, a nie bezpieczeństwa najsłabszych.

Struktura zamknięta: systemowe źródła nadużyć

Teza Smitha, którą Seabright podjął i zaktualizował, jest w istocie paradoksem. Polityczne wsparcie dla religii, choć na krótką metę napełnia jej skarbce i wzmacnia mury, w długiej perspektywie okazuje się zatrutym kielichem. Niszczy bowiem jej zdolność do samoregulacji i odpowiadania na realne potrzeby wiernych. Gdy tylko religia uzyskuje monopol gwarantowany przez państwo, rynkowy mechanizm konkurencji przestaje działać. A wraz z nim znika presja na jakość duszpasterską, etykę zarządzania i wrażliwość na sygnały płynące z dołu. W bezlitosnym języku ekonomii politycznej nazywa się to degeneracją bodźców: przychody i wpływy nie zależą już od zaufania wyznawców, lecz od politycznych układów z władzą.

Seabright nie formułuje tej tezy w próżni, lecz osadza ją w szerokiej perspektywie historycznej. Pokazuje, jak religie imanentne – w których władza świecka i duchowa były tożsame – stopniowo ustępowały miejsca religiom transcendentnym. Te ostatnie wprowadziły rewolucyjne rozróżnienie między sferą boską a ludzką. Nie był to jednak wyłącznie teologiczny spór o naturę boskości; był to przede wszystkim instytucjonalny wynalazek o doniosłych skutkach politycznych. Oddzielając kapłana od króla, stworzono nową przestrzeń negocjacji i potencjalnego konfliktu. Władca przestał być bogiem i potrzebował legitymacji, a kapłan, choć pozbawiony miecza, zyskał potężne narzędzie wpływu. Ta dialektyka, jak dowodzi Seabright, nigdy nie zniknęła; jedynie zmieniła swoje formy.

Dziś ta relacja przypomina nieformalny kontrakt. Religia dostarcza władzy tego, czego władza sama wyprodukować nie potrafi: moralnej legitymacji, narracji nadającej sens i zdolności do mobilizacji. W zamian władza oferuje religii pakiet przywilejów prawnych, finansowych i symbolicznych. Problem w tym, że taka transakcja wiązana jest strukturalnie niestabilna. Dla religii oznacza bowiem rezygnację z uniwersalizmu na rzecz plemiennej stronniczości. Gdy zaczyna być postrzegana jako sojusznik jednego obozu politycznego, automatycznie traci wiarygodność w oczach pozostałych. Platforma, która miała łączyć, zaczyna dzielić, a jej zasięg kurczy się do ideologicznie zgodnego segmentu.

Na tym polu bitwy ścierają się dwa radykalizmy, oba intelektualnie wygodne, lecz analitycznie jałowe. Z jednej strony mamy wojujący sekularyzm, który żąda całkowitego wypchnięcia religii do sfery prywatnej, traktując ją jako niebezpieczny relikt. Z drugiej – równie wojującą obronę jej wyjątkowości, domagającą się statusu sfery wyjętej spod publicznej kontroli, gdyż sacrum rzekomo nie podlega regułom profanum. Seabright nie daje się uwieść żadnej z tych skrajności, uznając je za intelektualne uproszczenia, które więcej zaciemniają, niż wyjaśniają.

Radykalny sekularyzm popełnia błąd redukcji. Ignoruje fakt, że religia pełni realne funkcje społeczne, których nie da się po prostu wymazać dekretem o neutralności światopoglądowej. Próba

jej całkowitej eliminacji z życia publicznego tworzy próżnię, którą natychmiast wypełniają inne, często mniej przejrzyste systemy sensu: nacjonalizmy, ideologie tożsamościowe czy kulty polityczne. Z kolei obrońcy wyjątkowości religii popełniają błąd immunizacji. Zakładają, że sama deklaracja moralnej wzniosłości jest wystarczającym substytutem odpowiedzialności. Historia uczy jednak, że to prosta droga do nadużyć, które niszczą legitymację instytucji znacznie skuteczniej niż

Zatruty kielich: polityczne koszty sojuszu

Innowacja – i tu Seabright trafia w sedno, choć zarazem prowokuje – nie jest w historii religii ozdobnikiem ani „pomocą duszpasterską". Jest siłą zakłócającą, która na nowo rozdaje władzę, zmienia koszty wejścia na rynek, przesuwa granice skali, a w konsekwencji reorganizuje samą strukturę konkurencji. Gdy ekonomista mówi „innowacja", myśli o technologii produkcji i dystrybucji. Gdy kulturoznawca słyszy to samo słowo, widzi zmianę form doświadczenia. Gdy do rozmowy dołącza prawnik, pyta: kto zyskuje uprawnienia, a kto traci ochronę? U Seabrighta te trzy perspektywy są nierozerwalnie sprzężone. Innowacja podnosi jedne kompetencje do rangi aktywów, a inne degraduje do balastu, przez co pękają stare monopole i rodzą się nowe „franczyzy" sensu.

Najprostszy, a zarazem najbardziej brzemienny w skutki przykład to druk. Nie dlatego, że „ludzie zaczęli czytać", lecz dlatego, że radykalnie spadły koszty kopiowania, a wraz z nimi koszt tworzenia konkurencyjnych wersji przekazu. Władza, która wcześniej była w dużej mierze władzą nad nośnikiem, przestała być wyłączną własnością instytucji dysponującej skryptorium i świętym językiem. W sensie ekonomicznym nastąpiło otwarcie rynku: zmalała bariera wejścia, wzrosła liczba oferentów, przyspieszyła dyfuzja „marki", a tym samym nasiliła się presja konkurencyjna. Kiedy Seabright pisze o „marce Lutra", nie uprawia taniej profanacji. Nazywa rzecz po imieniu w języku, który potrafi opisać realny mechanizm rozprzestrzeniania się idei w warunkach gwałtownie spadających kosztów dystrybucji.

Tu jednak konieczna jest polemika. Samo obniżenie kosztów dystrybucji nie gwarantuje zwycięstwa „lepszych" idei; gwarantuje jedynie zaostrzenie konkurencji o uwagę. A uwaga nie jest zasobem neutralnym – jest segmentowana, podatna na bodźce i bezlitośnie eksploatowana przez mechanizmy rynkowe. W tym sensie druk w XVI wieku jest bliźniaczo podobny do mediów społecznościowych w XXI: otwiera rynek, ale nie ustanawia kryterium prawdy. Jeżeli więc ktoś chciałby z historii innowacji wyprowadzić naiwny wniosek o triumfie racjonalności, rzeczywistość serwuje mu twardy kontrargument. Większa podaż treści produkuje nie tylko pluralizm, lecz także hałas, a hałas ma to do siebie, że sprzyja najbardziej agresywnym nadawcom.

Seabright dorzuca do tego jeszcze jedną intuicję, na pierwszy rzut oka zaskakującą, a po namyśle niemal oczywistą: religie od dawna budowały „metawers", tyle że analogowy. Sfera sacrum była od tysięcy lat projektowana jako środowisko immersyjne, wielozmysłowe, zdolne wyrywać człowieka z prozy życia przez architekturę, muzykę, rytm, zapach, światło, wspólnotowy śpiew i skoordynowany gest. W tym ujęciu innowacje „sensoryczne" – dzwony, kadzidło, witraż, polifonia, systemy notacji muzycznej – nie są dodatkiem do doktryny. Są techniką formowania doświadczenia, a więc potężnym narzędziem konkurencyjnym na rynku sensu.

I znów: to ujęcie jest przenikliwe, ale grozi redukcją, jeśli nie dopiszemy warunku brzegowego. Religia nie jest wyłącznie inżynierią doświadczenia, bo wówczas staje się jedynie gałęzią przemysłu rozrywkowego. Jej „analogowy metawers" działa nie dlatego, że jest przyjemny, lecz dlatego, że jest osadzony w strukturze uznania: w roszczeniu do prawdziwości, normatywnej słuszności i autentyczności. Innymi

AI i technologie: cyfrowa rewolucja na rynku sensu

Seabright nie jest tu bynajmniej osamotniony. Reprezentuje bowiem tradycję myślenia, która stawia twardy warunek: instytucja roszcząca sobie prawo do moralnego autorytetu musi legitymować się przewagą procedur, a nie tylko siłą narracji. Innymi słowy, poezja sensu musi znaleźć oparcie w prozie zarządzania. Stąd postulat przejrzystości, który nie jest ideologiczną „sekularyzacją", lecz fundamentalnym wymogiem cywilizacyjnym: jeśli organizacja korzysta z publicznych przywilejów, nie może uchylać się od standardów, zasłaniając się aurą świętości. Problem ten staje się wyjątkowo ostry na gruncie amerykańskim, gdzie dyskusja o zwolnieniach sprawozdawczych dla Kościołów w praktyce oznacza przyzwolenie na iluzoryczny wgląd w finanse i demontaż społecznej kontroli.

Transparentność finansowa: wymóg nowoczesnego Kościoła

„Religie głoszą kazania poezją, ale administrują prozą". To jedno z najmocniejszych zdań w całym materiale źródłowym stanowi idealny klucz do zrozumienia polskiej sytuacji. W Polsce bowiem instytucjonalna proza Kościołów, a zwłaszcza Kościoła katolickiego, przez dekady była systematycznie wyłączana spod standardowych rygorów kontroli, jawności i rozliczalności. Działo się to przy jednoczesnym utrzymywaniu maksymalnej ekspozycji poetyckiej narracji w sferze

publicznej. Poezja – sacrum, tradycja, tożsamość, mit „narodu ochrzczonego” – pełniła funkcję dymnej zasłony, za którą proza władzy mogła się bez przeszkód rozrastać.

To właśnie w tym punkcie z całą ostrością objawia się trafność postulatu Seabrighta, by traktować religie jako ziemskie instytucje o realnym wpływie, a nie jako byty symboliczne, które rzekomo nie podlegają tym samym prawom degeneracji co inne organizacje. Fundacja Dobre Państwo, działając na styku prawa konstytucyjnego, ekonomii instytucjonalnej i etyki życia publicznego, od lat konsekwentnie wskazuje na strukturalną asymetrię w Polsce. Kościoły korzystają z przywilejów typowych dla podmiotów publicznych, takich jak finansowanie czy dostęp do szkół, jednocześnie nie ponosząc kosztów typowych dla tych podmiotów, czyli jawności finansów, odpowiedzialności administracyjnej i realnego nadzoru.

„Polityczne poparcie to dla Kościołów zatruty kielich”. W polskim kontekście zdanie to przestaje być metaforą, a staje się opisem empirycznym. Po 1989 roku Kościół katolicki dysponował wyjątkowym kapitałem moralnym jako instytucja oporu wobec autorytarnego państwa. Ów kapitał, zamiast zostać zdeponowany w postaci mądrego dystansu wobec bieżącej polityki, został stopniowo przewalutowany na kapitał władzy. Ambony zaczęły pełnić funkcję potężnej infrastruktury komunikacyjnej, zdolnej docierać do milionów obywateli w cotygodniowym rytmie, z pominięciem standardów pluralizmu, bez prawa do repliki i bez odpowiedzialności za skutki przekazu.

Liczba około 17 500 ambon nie jest tu figurą retoryczną, lecz wskaźnikiem skali. Mamy do czynienia z rozproszoną, lecz skoordynowaną siecią oddziaływania, która przy braku przejrzystości finansowej i organizacyjnej spełnia kryteria systemowego wpływu na procesy wyborcze. Z perspektywy teorii demokracji jest to sytuacja wysoce problematyczna. Aktor dysponujący taką siłą mobilizacji i normatywnego nacisku funkcjonuje de facto jak partia polityczna, lecz bez obowiązków i ograniczeń partii politycznej.

„Religia to platforma, która tworzy relacje tam, gdzie zawiodły inne instytucje”. Ten slogan Seabrighta tłumaczy, dlaczego Kościół w Polsce przez lata pozostawał tak odporny na krytykę. Platforma religijna oferowała coś, czego nie dawało państwo: sieci wsparcia, kapitał społeczny, poczucie sensu i przynależności. Problem pojawia się jednak, gdy platforma zaczyna monopolizować relacje, a jednocześnie unikać zewnętrznej odpowiedzialności. Wówczas to, co miało kompensować słabość instytucji świeckich, samo zaczyna generować instytucjonalne patologie.

Polskie przykłady są tu niestety symptomatyczne: systemowe tuszowanie nadużyć seksualnych wobec nieletnich, przenoszenie sprawców między parafiami, nieformalne „układy ciszy” z udziałem hierarchii, a także presja wywierana na ofiary poprzez narracje winy i „zgorszenia wspólnoty”. W

języku Seabrighta są to klasyczne efekty płaskiej hierarchii połączonej z wysoką asymetrią władzy. Lokalny lider ma ogromną swobodę, a centrala – realnie niewielką

Diagnoza polskiego Kościoła w modelu Seabrighta

Dotychczasowa rekonstrukcja była obroną modelu. Nadszedł jednak czas na gest krytyczny, by uniknąć jałowej, scholastycznej celebracji. Model religii jako platformy jest analitycznie płodny, niesie jednak ze sobą dwa poważne ryzyka redukcji. Pierwsze polega na tym, że opisując religię przez ten pryzmat, łatwo przeoczyć fundamentalną różnicę między platformą cyfrową a sakralną – czyli między koordynacją interesów a koordynacją sensów. Platforma świecka może działać nawet przy udziale cyników, bo jej produktem jest dostęp do sieci; na platformie religijnej cynizm rozsadza całość od środka, ponieważ jej produktem jest obietnica autentyczności.

Drugie ryzyko to pokusa, by ekonomiczny język bodźców i kosztów uznać za klucz do wszystkich drzwi. Tymczasem religia jest również przestrzenią doświadczeń granicznych, których sprowadzenie do rachunku użyteczności oznaczałoby utratę samej istoty zjawiska. Skrajny krytyk – a jest to głos, którego trzeba wysłuchać, nawet jeśli nieprzyjemny – powie wprost: ekonomista widzi w religii tylko to, co potrafi policzyć. Zmierzy więc cień i ogłosi, że poznał człowieka. Jaka jest odpowiedź obronna modelu? Taka, że rachunek nie ma zastępować sensu. Ma natomiast zdemaskować instytucjonalne warunki, które umożliwiają jego transmisję, oraz odsłonić patologie, w których wzniosły sens staje się jedynie alibi dla przemocy.

> Czy religia, zredukowana do platformy, nie traci swojej transcendentnej istoty? Czy próba zmierzenia duszy narzędziami ekonomii nie prowadzi do uproszczeń i pominięcia tego, co w niej najcenniejsze? Być może prawdziwe wyzwanie polega na znalezieniu równowagi między wzniosłą poezją a prozą zarządzania, by uniknąć pułapki cynizmu i przemocy.

Inspiracje

[1] **"The divine economy"** Paul Seabright

2024 | Princeton University Press

Paul Seabright jest brytyjskim profesorem ekonomii w Szkole Ekonomicznej w Tuluzie. Jego badania obejmują teorię mikroekonomii, politykę przemysłową i konkurencji, społeczeństwo cyfrowe, ekonomię rozwoju, ewolucję człowieka, kwestie płci i religii. Jest znany z książek „The Company of Strangers" i „The Divine Economy".

***Paul Seabright** is a British Professor of Economics at the Toulouse School of Economics. His research spans microeconomic theory, industrial & competition policy, digital society, development economics, human evolution, gender, & religion. He's known for 'The Company of Strangers' and 'The Divine Economy'.*

Toulouse School of Economics

Literatura uzupełniająca

Książki

Autorzy przywoływani w artykule:



[1] **"The Company of Strangers: A Natural History of Economic Life"**

Paul Seabright

2010 | Princeton University Press | ISBN: 9781400834785

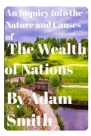


[2] **"The War of the Sexes: How Conflict and Cooperation Have Shaped Men and Women from Prehistory to the Present"**

Paul Seabright

2012 | Princeton University Press | ISBN: 9781400841608

Literatura pokrewna (Google Scholar):



[3] **"An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations"**

Adam Smith

2020 | W. Strahan and T. Cadell | ISBN: 9798583173020

[4] **"The Oxford Handbook of the Economics of Religion"**

Laurence Iannaccone, Feler Bose, Rachel M. McCleary (ed.)

2011 | Oxford University Press



[5] **"The Theory of Moral Sentiments"**

Adam Smith

2023 | BoD – Books on Demand | ISBN: 9783368934194

[6] **"The consequences of religious market structure"**

Laurence R. Iannaccone

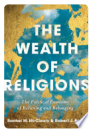
1991 | London, Ont. : University of Western Ontario, Political Economy Research Group | ISBN: 9780771413094



[7] **"The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power"**

Michael A. Cusumano, Annabelle Gawer, David B. Yoffie

2019 | HarperCollins | ISBN: 9780062896339



[8] **"The Wealth of Religions: The Political Economy of Believing and Belonging"**

Rachel M. McCleary, Robert J. Barro

2021 | Princeton University Press | ISBN: 9780691217109



[9] **"The Divine Economy: How Religions Compete for Wealth, Power, and People"**

Paul Seabright

2025 | Princeton University Press | ISBN: 9780691277875

[10] **"Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy--and How to Make Them Work for You"**

Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne, Sangeet Paul Choudary

2016 | W. W. Norton & Company

[11] **"Shift: A Leader's Guide to the Platform Economy"**

Haydn Shaughnessy

2012 | Bibliomotion, Inc.

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] "Club Goods, Club Decisions and Social Welfare"

Georgi Manliev

2023 | Ikonomiceski i Sotsialni Alternativi

Google Scholar

[2] "Simpson's Paradox with Any Given Number of Factors"

Yixin Wang, Ruodu Wang

2025 | arXiv

Google Scholar

[3] "Disputation on the Power and Efficacy of Indulgences"

Marcin Luter

1517

[4] "Religion and Growth"

Sascha O. Becker, Ludger Woessmann

2021 | IZA Discussion Papers

[5] "The rise of the platform economy"

Tommaso Ciarli, Mattia Di Ubaldo, M. Savona

2020 | Handbook of Labor, Human Resources and Population Economics

[6] "The Interpretation of Interaction in Contingency Tables"

E. H. Simpson

1951 | Journal of the Royal Statistical Society, Ser. B

[7] "Measurement of Diversity"

E.H. Simpson

1949 | Nature

[8] "Simpson's Paradox: Examples"

Bokai Wang, Changyong Feng, Xin M. Tu, Pan Wu, Brian Kwan

Google Scholar

[9] "Digital Platform Economy: Overview, Emerging Trends and Policy Perspectives"

S.K. Sasikumar, Kanikka Sersia

2023

Google Scholar

[10] **"Introduction to the Economics of Religion"**

Laurence R. Iannaccone

1998 | Journal of Economic Literature

[11] **"Why Strict Churches Are Strong"**

Laurence R. Iannaccone

1994 | American Journal of Sociology

[12] **"Religion and Economic Development: Past, Present, and Future"**

Eli Berman, Gunes Gokmen, Sriya Iyer

2025

Google Scholar

Artykuły pokrewne (Google Scholar):

[13] **"Favoring your in-group can harm both them and you: ethnicity and public goods provision in China"**

César Mantilla, Ling Zhou, Charlotte Wang, Donghui Yang, Suping Shen, Paul Seabright

2021 | Journal of Economic Behavior and Organization

Google Scholar

[14] **"On the Origins of Enchantment: not such a puzzle"**

Paul Seabright

2020 | Religion, Brain and Behavior

Google Scholar

[15] **"God insures those who pay? Formal insurance and religious offerings in Ghana"**

Emmanuelle Auriol, Julie Lassébie, Amma Panin, Eva Raiber, Paul Seabright

2020 | Quarterly Journal of Economics

Google Scholar

[16] **"Trust in the Image of God: links between religiosity and reciprocity in Haiti"**

Emmanuelle Auriol, Diego Delissaint, Maleke Fourati, Josepa Miquel-Florensa, Paul Seabright

2021 | Economics of Transition and Institutional Change

[17] **"Religion and Entrepreneurship: A Match Made in Heaven?"**

Paul Seabright

2016 | Archives des Sciences Sociales des Religions

Tekst opracowany z udziałem sztucznej inteligencji.
Redakcja i kontrola merytoryczna: Fundacja Dobre Państwo.
APA ONE Publishing System
Fundacja Dobre Państwo © 2026
Article ID: 1d8ca1d2-92b4-408a-832a-827760c27284