

Katecheza jako wsparcie edukacji obywatelskiej

Przede wszystkim należy podkreślić, że niniejsze rozważania nie mają na celu prezentowania jakiejś wizji józefińskiego podporządkowania Kościoła (katechezy) jakimkolwiek celom (społecznym politycznym czy innym), które nie wynikają bezpośrednio z jego misji zbawczej lub wartościowania zadań okołoreligijnych wyżej niż ściśle religijnych. Nie chodzi tutaj także o kreślenie możliwości korelacji międzyprzedmiotowej, choć niewątpliwie katecheza otwiera tu ogromną przestrzeń, którą (w odniesieniu do edukacji obywatelskiej) można byłoby zagospodarować chociażby ukazując z jednej strony znaczenie moralnych i aksjologicznych fundamentów życia społeczeństwa, a z drugiej wzory osobowe chrześcijan patriotów (mistrzem takiego podejścia był Stefan Kardynał Wyszyński¹). Zasadniczym celem artykułu jest jednak pokazanie, w jaki sposób katecheza, skupiając się na swoich stricte religijnych celach może być ważną dla całego społeczeństwa odpowiedzią na jeden z bardzo istotnych społecznych problemów.

1. Indywidualizm – choroba naszych czasów²

Do charakterystycznych cech współczesnej kultury można zaliczyć zastępowanie tradycyjnych wartości nowymi (określanymi jako liberalne lub pluralistyczne), subiektywizm w sferze poglądów i norm oraz indywidualizm w dziedzinie zachowań³. Hedonistyczno-konsumpcyjna atmosfera kulturowa czasów współczesnych niewątpliwie sprzyja rozpowszechnianiu się postaw indywidualistycznych. Obsesja na punkcie własnego „ja” jest dziś tak powszechna, że niezauważalna⁴, traktowana jako postawa najbardziej normalna i naturalna. Dążenie do autentyczności i samorealizacji staje się niejako zasadniczym celem współczesnego człowieka⁵. Tym bardziej, że w społeczeństwie konsumpcyjnym indywidualne wybory człowieka nabierają ogromnego znaczenia (w ostatecznym rachunku to decyzje konsumenckie decydują o rozwoju lub upadku firmy). Jest on więc obiektem nieustannych zabiegów perswazyjnych,

¹ Por. np. S. Wyszyński, *Z rozważań nad kulturą ojczystą*, Poznań-Warszawa 1979; Tenże, *Kościół w służbie narodu*, Poznań-Warszawa 1981.

² Śródtytuł ten jest parafrazą tytułu głośnej książki F.M. Cataluccio, (*Niedojrzałość. Choroba naszych czasów*, S. Kasprzysiak (tłum.), Kraków 2006). Oba problemy są wzajemnie powiązane gdyż ludzie osobowościowo niedojrzali nie potrafią tworzyć głębokich, trwałych związków.

³ Por. A. Zellma, *Autorytet katechety w kulturze „instant”*, w: *Dzisiejszy katecheta. Stan aktualny i wyzwania*, red. J. Stala, Kraków 2002, s. 271.

⁴ Por. T. Szlendak, T. Kozłowski, *Naga małpa przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej*, Warszawa 2008, s. 131.

⁵ Por. R. Legutko, *Złośliwe demony*, Kraków 1999, s. 171; T. Leszniewski, *Moda i tożsamość. Dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 50.

o jego uwagę i przychylność stale zabiega ogromny przemysł reklamowy, nieustannie bombardujący przekazem: „jesteś kimś najważniejszym, więc pozwól sobie na odrobinę luksusu, jesteś przecież tego wart”. Niewątpliwie sprzyja to gloryfikacji własnego „ja”⁶. Oczywiście sprzyja też zwiększaniu dochodów, gdyż „kultura konsumpcyjna (...) trafnie zauważyła, że ludzie wyzwoleni od tradycji, wspólnoty, wzajemnych zobowiązań kupują więcej”⁷. Dodatkowo w sytuacji dobrobytu i braku zagrożeń zewnętrznych człowiekowi łatwiej jest uwierzyć w swoją samowystarczalność i iluzję, że nikomu nic nie zawdzięcza ani od nikogo niczego nie potrzebuje⁸. Mówiąc krótko, kultura konsumpcyjna propaguje wzorce totalnie przerysowanego indywidualizmu⁹.

Upowszechnianie się tych wzorców przyspieszają także zmiany technologiczne skutkujące upowszechnianiem bezosobowych, zapośredniczonych technologicznie interakcji, charakteryzujących się brakiem współobecności¹⁰,

a więc spływających kontakt. Dodatkowo takie niebezpośrednie wirtualne relacje dają pewną namiastkę, poczucie częściowej przynależności do grupy, co wpływa na obniżenie zaangażowania w życie społeczne, polityczne i kulturowe¹¹. Podobną namiastką bywają media, tworzące iluzję wspólnoty odizolowanych od siebie jednostek (np. widzów)¹². Człowiek – stworzony na obraz i podobieństwo Trójcy miłujących się Osób – ma naturalną i bardzo głęboką potrzebę relacji z innymi. Każdy „erzac” dający częściowe choć zaspokojenie jej może osłabiać motywację poszukiwania rzeczywistych więzi, których tworzenie wiąże się z pewnym wysiłkiem. Współczesny człowiek wchodzi więc coraz częściej w interakcje z ekranem niż drugim człowiekiem, ewentualnie w zubożony, ale mniej kłopotliwy kontakt za pośrednictwem urządzeń¹³, co szczególnie w przypadku młodzieży i dzieci powoduje osłabianie kontaktów społecznych, a nawet słabszy rozwój struktur

⁶ Por. R. Kossakowski, *Liminalność pośród mgły – o modzie na „refleksyjną duchowość”*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, s. 115; zob. też T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, s. 24.

⁷ K. Olechnicki, *Sprzętowa namiastka, czyli o fotografii bez fotografii*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, s. 112.

⁸ Por. D. Antonowicz, *Unisex i ultrasi*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, s. 73.

⁹ A. Giddens, *Socjologia*, Warszawa 2006, s. 193; T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału*, w: *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Toruń 2004, s. 18.

¹⁰ Por. A. Giddens, *Socjologia*, s. 123-125.

¹¹ Por. A. Zellma, *Autorytet katechety...*, s. 270.

¹² R.N. Bellah, R. Madsen, W.M. Sullivan, A. Swidler, S.M. Tipton, *Słoność serca. Indywidualizm i zaangażowanie po amerykańsku*, Warszawa 2007, s. 437-438.

¹³ Por. P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2012, s. 116-117; T. Leszniewski, *Moda i tożsamość...*, s. 54; Ł. Wiśniewski, *Rzeczy nasze wspólne, czyli co nas trzyma razem. O źródłach porządku społecznego w społeczeństwie mody*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, s. 43-44. Wirtualne relacje mają inny charakter, są pod pewnym względem „bezpieczniejsze” – nie w tym sensie, że nie generują zagrożeń, ale wymagają mniejszego zaangażowania, łatwiej je błyskawicznie zerwać niż kontakty bezpośrednie, a poza tym te wirtualne dają ogromne możliwości kreowania własnego wizerunku. To ostatnie jest jednocześnie jedną z przyczyn ich płytkości – w odniesieniu do wirtualnego przyjaciela trudno powiedzieć, że go znamy. Znamy raczej to w jaki sposób chce się nam pokazać, a to zasadnicza różnica. W bezpośrednich relacjach udawanie jest znacznie trudniejsze, wirtualne są więc z natury bardziej anonimowe – a przez to płytsze. Łatwość ich nawiązywania (i zrywania) jest traktowana jako zasadnicza zaleta, gdyż w hedonistycznej kulturze konsumpcyjnej łatwość jest obok przyjemności najwyżej ceniona zaleta. Trud i wysiłek traktowane są jako antywartości.

(modułów) mózgu odpowiedzialnych za empatię i kompetencje społeczne¹⁴. W efekcie mamy coraz mniejszą ochotę i zdolności nawiązywania kontaktów¹⁵. Jeżeli dodamy do tego fakt, że także w codziennym życiu mamy coraz mniej okazji do kontaktów z żywym człowiekiem, zastępowanym coraz częściej przez maszynę¹⁶, to pełniejszy staje się obraz środowiska społeczno-kulturowego, które nie sprzyja bliskim więzom¹⁷, sprawia wręcz, że stopniowo zatracamy umiejętność ich tworzenia i motywację do podtrzymywania¹⁸.

Dodatkowo powszechna konkurencja i rywalizacja (postrzeganie życia jako wyścigu)¹⁹ sprawia, że zmienia się charakter kontaktów społecznych, które utrzymujemy. Pogoń za dobrami (wynikająca ze sztucznie rozbudzonych oczekiwań konsumpcyjnych), rodzi coraz większy stres oraz powoduje osłabianie więzi rodzinnych i sąsiedzkich²⁰. Paradoksalnie (biorąc pod uwagę rozwój techniki, która wiele czynności ułatwia) pracujemy coraz więcej, bo też ciągle więcej chcemy mieć²¹. Nie mamy więc czasu ani cierpliwości,

żeby budować relacje z ludźmi²², a dodatkowo coraz częściej postrzegamy drugiego człowieka jako rywala.

Żyjemy więc w społeczeństwie, „w którym funkcje więzi zaczął pełnić klej naśladownictwa i sztucznych tożsamości”, bez rzeczywistej wspólnoty²³. Naturalna potrzeba więzi z innymi jest częściowo zagłuszana przez namiastki takie jak wirtualne znajomości albo naśladownictwo mody²⁴ dające poczucie pewnej (niezwykle płytkiej) wspólnoty.

2. Atrofia więzi a społeczeństwo obywatelskie

Wydaje się wątpliwe, żeby możliwe było w ogóle istnienie społeczeństwa obywatelskiego (przynajmniej w klasycznym sensie tego pojęcia) tworzonego przez zbiorowość – egoistycznie nastawionych indywidualistów. Można co prawda spotkać koncepcje takie jak wizja „uśmiechniętego konsumeryzmu”, według której postawy narcystyczne i hedonistyczne sprzyjają zaangażowaniu w sprawy społeczne, bo jednostki zainteresowane są

¹⁴ Por. M. Spitzer, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, A. Lipiński (tłum.), Słupsk 2013, s. 8-12, 26-27, 96-108.

¹⁵ G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2001, s. 245.

¹⁶ Zastępowanie pracowników automatami jest elementem racjonalizacji – zmniejsza koszty, zwiększa wydajność i przewidywalność. Często nawet tam gdzie spotykamy jeszcze pracowników zachowują się oni jak maszyny – działają według ścisłego scenariusza. Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, s. 80-82, 155-163; Tenże, *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*, Warszawa 2003, s. 182-195; T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, s. 25; Ł. Wiśniewski, *Rzeczy nasze pospolite...*, s. 44-46.

¹⁷ Cechą charakterystyczną społeczeństw rozwiniętych jest wzrost znaczenia wspólnot wtórnych (charakteryzujących się formalnymi, bezosobowymi relacjami) kosztem wspólnot pierwotnych (charakteryzujących się bliskimi, osobistymi relacjami). Por. P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 115.

¹⁸ Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, s. 245.

¹⁹ Por. A. Zellma, *Autoritet katechety...*, s. 272.

²⁰ Por. T. Szlendak, *Supermarketyzacja. Religia i Obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław 2008, s. 83, 172; T. Leszniewski, *Moda i tożsamość...*, s. 50.

²¹ Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji...*, s. 145, 252-258; Tenże, *Makdonaldyzacja...*, s. 30-32; P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 619; A. Giddens, *Socjologia*, s. 166.

²² Por. T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, s. 16.

²³ Por. K. Olechnicki, *Sprzętowa namiastka...*, s. 113.

²⁴ Jednym z elementów logiki mody jest właśnie bazowanie na potrzebie naśladownictwa dającego poczucie wspólnoty (przy jednoczesnym podkreślanu indywidualizmu). Por. G. Simmel, *Filozofia mody*, w: *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków 2005, s. 272-275; T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, s. 22.

poszerzaniem zakresu wolności innych osób²⁵. Wizja ta wydaje się przesadnie optymistyczna. Bardziej prawdopodobne jest, że usuwanie z horyzontu aksjologicznego i ze świadomości pojęcia dobra wspólnego będzie niwelować zaangażowanie na rzecz wspólnoty. Dla czego uśmiechnięty konsument miałby „poświęcać się”²⁶ na rzecz poszerzania wolności innych (zwłaszcza w kwestiach, które jego samego nie dotyczą bezpośrednio) zamiast korzystać z kolejnych przyjemności bądź zarabiać na nie?

Podstawowa dla tej części rozważań teza brzmi: zaangażowanie na rzecz wspólnoty jest wprost proporcjonalne do poczucia wspólnoty i jej znaczenia w indywidualnej hierarchii wartości. To z kolei zależy także od generalnie wspólnotowego lub indywidualistycznego nastawienia. Doświadczenia silnych więzi we wspólnotach pierwotnych (rodzinnej, sąsiedzkiej a także religijnej) stanowią podstawę kształtowania się nastawienia wspólnotowego. Nastawienie takie wydaje się najlepszą bazą dla zaangażowania obywatelskiego. Warto zwrócić uwagę, że może ono wynikać z dwóch zasadniczych typów motywacji: przekonania, że zmiana sytuacji grupy wpłynie też korzystnie na sytuację danej jednostki, lub z chęci zrobienia czegoś dobrego, poprawienia losu innych. Pierwszy typ wymaga pewnego rodzaju świadomości grupowej, potrzebnej dla dostrzeżenia powiązania sytuacji wspólnoty ze swoją własną. To drugie – szczególnie cenne²⁷ – wymaga pewnego poziomu empatii i altruizmu.

3. Katecheza edukacją obywatelską

Przyglądając się nakreślonym powyżej typom motywacji, łatwo można dostrzec, potencjalny przynajmniej, pozytywny wpływ katechezy. Postawy altruistyczne są tak mocno wpisane w sam rdzeń chrześcijańskiej moralności, że ich kształtowanie przez (właściwie prowadzoną) katechezę jest sprawą oczywistą. Nie ma chyba potrzeby długo się nad nią zatrzymywać. Warto jednak podkreślić, że w warunkach coraz powszechniejszego relatywizmu zarówno opinii jak i norm moralnych²⁸ chrześcijańska jednoznaczność w podejściu do zasad etycznych²⁹ staje się szczególnie cenna (choć oczywiście trudna).

Oczywistą sprawą jest, że wychowanie religijne zawiera w sobie integralnie element wychowania do życia we wspólnocie³⁰, obok formacji moralnej ujawniający się szczególnie wyraźnie w formacji liturgicznej³¹. Dotykamy tu sprawy bardzo głębokiej – konstytutywnych elementów ludzkiej natury. Zauważona między innymi przez badaczy zjawiska mody dwoistość ludzkich potrzeb (indywidualizmu – poczucia własnej wyjątkowości oraz wspólnoty) z punktu widzenia chrześcijańskiej antropologii nie jest niczym zaskakującym. Każdy człowiek (konkretny historyczny a nie abstrakcyjny)³² został przecież indywidualnie stworzony i jest osobiście kochany przez Boga. Jest jedynym na świecie stworzeniem, którego Bóg chciał dla niego samego³³. A jednocześnie został stworzony

²⁵ Por. G. Lipovetsky, *The empire of fashion. Dressing Modern Democracy*, 1994, cyt. za: T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, s. 19-20.

²⁶ Wyrażenie raczej nie istniejące w jego języku.

²⁷ Tego typu zaangażowanie ma nie tylko szczególny walor moralny, ale też społeczny. Dla funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego bardzo korzystne jest zaangażowanie obywateli także w sprawy, które ich bezpośrednio nie dotyczą – zasadniczo zwiększa to ogólną pulę zaangażowania.

²⁸ Por. A. Zellma, *Autorytet katechety...*, s. 275.

²⁹ Tamże, s. 275-276; Z. Marek, *Podstawy i założenia katechetyki fundamentalnej*, Kraków 2007, s. 101.

³⁰ Por. Z. Marek, *Religia pomoc czy zagrożenie dla edukacji*, Kraków 2014, s. 116-117; Tenże, *Podstawy i założenia...*, s. 121-122.

³¹ Por. tamże, s. 108-122.

³² Por. Jan Paweł II, Encyklika *Redemptor Hominis*, 13.

na obraz Boga, który nie jest monadą, ale najdoskonalszą Komunią Osób. Ponadto człowiek prowadzony jest do ostatecznego spełnienia „nie pojedynczo tylko, z wykluczeniem wszelkiej wzajemnej więzi” lecz we wspólnocie Kościoła³⁴. Jeśli tak, to można się spodziewać, że osobista więź z Bogiem przeżywana we wspólnocie będzie najpełniej zaspokajając głębokie potrzeby ludzkiego serca. Takie zaspokojenie może z jednej strony uwalniać od potrzeby szukania namiastek, a z drugiej ułatwiać zaangażowanie w rzeczywiste wspólnoty – eklezjalną w pierwszej kolejności, ale wtórnie także w inne. Doświadczenie spotkania z Bogiem przeżyte we wspólnocie może być dla człowieka lekarstwem na rozbudziły indywidualizm kształtującym bardziej wspólnotowe nastawienie. Biorąc pod uwagę, że autentycznie przeżywana wiara przenika całe życie wierzącego, można się spodziewać, że owo wspólnotowe nastawienie również zostanie przeniesione na inne (poza czysto religijną) sfery życia³⁵.

Podsumowanie

Jak podkreślono we wstępie, niżej próby wskazania wartości katechezy dla edukacji obywatelskiej nie mają w sobie nic z ducha józefińskiego. Zadaniem Kościoła (a więc także katechezy) nie jest wychowywanie dobrych obywateli, tylko prowadzenie ludzi do Chrystusa i formowanie dobrych chrześcijan. Natomiast im bardziej dojrzałymi uczniami Chrystusa stają się poszczególni ludzie, tym bardziej

stają się zaangażowanymi i gotowymi poświęcać się na rzecz dobra wspólnego obywatelami. Jest to efekt osiągnięty niejako „przy okazji” realizacji ściśle religijnych celów. Odwrócenie tej hierarchii (tzn. uznanie zadań społecznych za podstawowe) byłoby szkodliwe we wszystkich dziedzinach – gdyż Kościół odstawiający na boczny tor działanie zbawczej mocy Boga, zastępujący ją ludzkim zaangażowaniem w ludzkie (np. społeczne) cele, przestanie po prostu być skutecznym i w efekcie nie pomoże ani duszom, ani społeczeństwu.

Natomiast Kościół oddany swojej pierwszorzędnej misji może wnieść do społeczeństwa bezcenne wartości. W odniesieniu do omawianych tutaj zagadnień może się to dokonywać dlatego, że będącą osią chrześcijaństwa (i zasadniczym celem każdej katechizacji) więź z Chrystusem jest relacją na wskroś osobową, rzeczywistą, a dodatkowo przeżywaną w realnej (choć posługującej się także wirtualnymi narzędziami) wspólnocie Kościoła. Jest to relacja niewątpliwie wymagająca, ale z drugiej strony dająca poczucie spełnienia, jakiego nic innego na tym świecie dać człowiekowi nie może³⁶. Odkrycie i przeżywanie jej może wtórnie oddziaływać na człowieka – pomagając mu zanegować (tak powszechne w kulturze konsumpcyjnej) utożsamienie tego, co łatwe i przyjemne z tym, co dobre i wartościowe; a przez to wzmacniać motywację do budowania innych, także wymagających wysiłku, ale wartościowych i w efekcie szczęśliwotnych więzi.

³³ Por. Tamże; Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes*, 24.

³⁴ Por. Sobór Watykański II, Dekret o misyjnej działalności Kościoła *Ad gentes divinitus*, 2.

³⁵ Badania dotyczące aktywności społecznej Polaków, pokazują, że religijność pozytywnie wpływa na gotowość zaangażowania w działania na rzecz innych. Por. CEBOS, *Aktywność społeczna Polaków – poziom zaangażowania i motywacje*, Warszawa 2011, s. 5.

³⁶ Por. np. Św. Augustyn, *Wyznania*, Z. Kubiak (tłum.), Kraków 1994, I, 1 (s. 23).

Bibliografia

Magisterium Kościoła

Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes*.

Sobór Watykański II, Dekret o misyjnej działalności Kościoła *Ad gentes divinitus*.

Jan Paweł II, Encyklika *Redemptor Hominis*.

Pozostałe

Antonowicz D., *Unisex i ultrasi*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 65-73.

Augustyn (św.), *Wyznania*, Z. Kubiak (tłum.), Kraków 1994.

Bellah R.N., Madsen R., Sullivan W.M., Swidler A., Tipton S.M., *Skłonność serca. Indywidualizm i zaangażowanie po amerykańsku*, Warszawa 2007.

CEBOS, *Aktywność społeczna Polaków – poziom zaangażowania i motywacje*, Warszawa 2011.

Giddens A., *Socjologia*, Warszawa 2006.

Kossakowski R., *Liminalność pośród mgły – o modzie na „refleksyjną duchowość”*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 114-122.

Legutko R., *Złośliwe demony*, Kraków 1999.

Leszniewski K., *Moda i tożsamość. Dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 49-61.

Marek Z., *Podstawy i założenia katechetyki fundamentalnej*, Kraków 2007.

Marek Z., *Religia pomoc czy zagrożenie dla edukacji*, Kraków 2014.

Olechnicki K., *Sprzętowa namiastka, czyli o fotografii bez fotografii*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 101-113.

Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2001.

Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*, Warszawa 2003.

Simmel G., *Filozofia mody*, w: *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków 2005, s. 272-276.

Spitzer M., *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, Słupsk 2013.

Szlendak T., Pietrowicz K., *Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału*, w: *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Toruń 2004, s. 7-27.

Szlendak T., Kozłowski T., *Naga małpa przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej*, Warszawa 2008.

Szlendak T., Pietrowicz K., *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 8-26.

Szlendak T., *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław 2008.

Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2012.

Wiśniewski Ł., *Rzeczy nasze pospolite, czyli co nas trzyma razem. O źródłach porządku społecznego w społeczeństwie mody*, w: *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 39-48.

Wyszyński S., *Kościół w służbie narodu*, Poznań-Warszawa 1981.

Wyszyński S., *Z rozważań nad kulturą ojczystą*, Poznań-Warszawa 1979.

Zellma A., *Autorytet katechety w kulturze „instant”*, w: *Dzisiejszy katecheta. Stan aktualny i wyzwania*, red. J. Stala, Kraków 2002, s. 266-280.

Mgr Mateusz Mazurek – teolog, doktorant Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie.
