

SUZETTE NELLAS

ORCID 0009-0008-8960-7787

PEŁNIA ŻYCIA W CHRYSZTUSIE W KULTURZE KONSUMPCYJNEJ

WPROWADZENIE

I Wojna Światowa, która wybuchła na początku XX wieku, przyniosła wzrost wydatków na jej wsparcie oraz na zaspokojenie potrzeb ludności. Spowolnienie gospodarki po I wojnie światowej i Wielki Kryzys zmusiły ekonomistów do nieszablonowego myślenia, co z kolei spowodowało, że ludzie zaczęli nabywać więcej produktów niż potrzebowali, a ich siła nabywcza zaczęła spadać. Dwie ekonomistki, Hazel Kyrk i Theresa McMahon, w latach dwudziestych XX wieku forsowały ideę, że potrzeby należy kreować za pomocą reklamy, aby w ten sposób przyspieszyć proces konsumpcji i stworzyć kulturę konsumpcyjną. Korzystając z mediów, ludzie przeznaczali swoje ciężko zarobione pieniądze na zaspokojenie swoich pragnień. Kyrk przekonywała do stałego wzrostu aspiracji: „Wysoki standard życia musi być dynamiczny, progresywny”¹.

Koncepcja ta kładzie większy nacisk na konsumpcję w celu osiągnięcia znaczenia społecznego i statusu, niż na zakup produktów w celu zwykłego wykorzystania i zaspokojenia potrzeb. Jako

¹ H. Kyrk, *A Theory of Consumption* as quoted in Kerry Higgs *Collision Course: Endless Growth on a Finite Planet*, Cambridge, 2014, s. 75.

SUZETTE NELLAS

ORCID 0009-0008-8960-7787

THE FULLNESS OF LIFE IN CHRIST IN A CONSUMER CULTURE

INTRODUCTION

At the turn of the 20th century, World War I (WWI) broke out and brought forth a rise in spending to support the ongoing war and provide for the people's needs. The post-WWI sluggish economy and the Great Depression pushed economists to think outside the box, which could see people's desire to acquire more products beyond their needs spiraling and their purchasing power winding. Women economists Hazel Kyrk and Theresa McMahon in the 1920s pushed forward the idea that needs must be created using advertisement to accelerate the process of consumption and create a consumer culture. Using media, people would turn their hard-earned money to satisfy their wishes. Kyrk argued for ever-increasing aspirations: "A high standard of living must be dynamic, a progressive standard."¹

Therefore, the idea emphasizes consumption more to attain social significance and status rather than purchasing products for mere utilization and gratification of needs. Consumption was used to go up the social ladder as advertisements continuously created that insatiable

¹ H. Kyrk, *A Theory of Consumption* as quoted in Kerry Higgs *Collision Course: Endless Growth on a Finite Planet*, Cambridge, 2014, p. 75.

że reklamy nieustannie kreowały nienasycone pragnienie luksusu, konsumpcja miała służyć do wspinania się po drabinie społecznej. W 1955 roku analityk handlu detalicznego Victor Lebow stwierdził, że konieczne jest oddanie się inteligentnej gratyfikacji konsumenta i zapewnienie mu prawie bezkonkurencyjnego pragnienia bycia zaspokojonym. Nawoływał:

Nasza ogromnie produktywna gospodarka wymaga, abyśmy uczynili konsumpcję naszym sposobem na życie, abyśmy przekształcili kupowanie i używanie dóbr w rytuały, abyśmy dążyli do duchowej satysfakcji, do zaspokojenia naszego ego, w konsumpcji... Potrzebujemy konsumować, zużywać, wymieniać i wyrzucać rzeczy w coraz szybszym tempie.²

Pół wieku później William Leach napisał: „Głównymi cechami tej kultury [konsumpcyjnej] były nabywanie i konsumpcja jako środki osiągnięcia szczęścia; kult nowego; demokratyzacja pragnienia; i wartość pieniądza jako dominująca miara całej wartości w społeczeństwie”³. Jan Paweł II stwierdził w *Centesimus Annus* (CA), że społeczeństwo powinno skupić się na problemach i zagrożeniach, które je osłabiają za sprawą gospodarki toczącej się jak kula śniegowa. Co więcej, powiedział: „W poprzednich fazach rozwoju człowiek żył zawsze w obliczu konieczności: jego potrzeby były nieliczne, narzucone poniekąd przez obiektywne struktury jego cielesnej natury, działalność zaś gospodarcza była nastawiona na ich zaspokojenie” (CA 36). Wypowiedź Jana Pawła II jest ruchem skierowanym przeciwko społeczeństwu konsumpcyjnemu, które dąży do rozszerzenia pragnienia konsumentów, aby położyć ręce na

² V. Lebow, *Price Competition in 1955*, “Journal of Retailing” (Spring 1995), w: <http://www.ablemesh.co.uk/PDFs/journal-of-retailing1955.pdf> (20.06.2023).

³ W. Leach, *Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of the New American Culture*, New York, 2011.

desire for luxury. In 1955, retail analyst Victor Lebow claimed that it is necessary to indulge in the intelligent gratification of the consumer and provide them nearly unrivaled desire to be satisfied. He declared

Our enormously productive economy demands that we make consumption our way of life, convert the buying and use of goods into rituals, and seek our spiritual satisfaction, and our ego satisfaction, in consumption... We need things consumed, burned up, replaced, and discarded at an ever-accelerating rate.²

Half a century later, William Leach wrote, “The cardinal features of this [consumer] culture were acquisition and consumption as the means of achieving happiness; the cult of the new; the democratization of desire; and money value as the predominant measure of all value in society.”³ John Paul II asserted in *Centesimus Annus* (CA) that society should focus on problems and threats that diminish society because of snowballing the economy. Further, he said, “In earlier stages of development, man always lived under the weight of necessity. His needs were few and were determined, to a degree, by the objective structures of his physical makeup. Economic activity was directed towards satisfying these needs” (CA 36). John Paul II’s pronouncement is a table-turning move against the consumerist society which aims to extend the consumer desire to lay hands on the better, the newer, and pricier things powered by the economic progress and excited the manufacturers.

Thus, this paper will first present consumer culture and the sense of detachment it creates when products are churned out mechanically instead of the idea of personalized creation. Second, it will enumerate the Christian practice of consumption as a counter-culture. Finally,

² V. Lebow, *Price Competition in 1955*, “Journal of Retailing” (Spring 1995), in: <http://www.ablemesh.co.uk/PDFs/journal-of-retailing1955.pdf> (20.06.2023).

³ W. Leach, *Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of the New American Culture*, New York, 2011.

lepszych, nowszych i droższych rzeczach napędzanych przez postęp gospodarczy i podekscytowanych producentów.

W związku z tym niniejszy artykuł najpierw przedstawi kulturę konsumpcyjną i poczucie oderwania, jakie tworzy, gdy produkty są wytwarzane mechanicznie zamiast idei spersonalizowanego tworzenia. Po drugie, wskaże chrześcijańską praktykę konsumpcji jako kontrkulturę. Wreszcie, przedstawi wyzwania i perspektywy ewangelizacji w kontekście kultury konsumpcyjnej.

1. KULTURA KONSUMPCYJNA I ODERWANIE

Filo to ciasto powszechnie używane do wyrobu baklavy, słynnego i pysznego deseru w Grecji i innych krajach śródziemnomorskich. Domowej roboty ciasto filo przygotowuje się starannie i jest ono bardzo czasochłonne. Dla wielu Greków był to niegdyś główny biznes rodzinny. W związku z tym proces wytwarzania tego ciasta pozostał zasadniczo niezmienny aż do 1946 roku, kiedy to wprowadzono pierwsze maszyny do rozciągania ciasta filo. W latach 70. maszyny te zostały jeszcze bardziej udoskonalone, a masowa produkcja pozwalała na wytwarzanie 300 kilogramów filo dziennie w porównaniu do 20 kilogramów wytwarzanych ręcznie.

Na jednym z filmów na Facebooku pojawił się mężczyzna o imieniu Giorgos Hatziparaskos⁴. Jest producentem filo, którego piekarnia prosperowała do lat 70., kiedy to produkcję przejęły szybkie i wydajne maszyny przemysłowe. Jego piekarnia padła ofiarą między innymi szybkiej i wydajnej produkcji tych maszyn. Rodzina Giorgosa poniosła wielki cios pod kątem sprzedaży. Ledwo utrzymali firmę na powierzchni. Mimo to, niezrażony Giorgos i jego rodzina nadal tworzą filo do baklavy i innych wypieków, zarówno dla mieszkańców, jak i turystów.

⁴ *How Phyllo is Handmade by One of Greece's Last Pastry Makers*, "Business Insider Today" (16.11.2020), w: <https://www.facebook.com/BusinessInsiderToday/videos/2868349146731849> (31.03.2023).

it will impart the challenges and prospects of evangelization in the context of consumerist culture towards fullness of life.

1. CONSUMER CULTURE AND DETACHMENT

Phyllo is a dough commonly used in making Baklava, a famous and delicious dessert in Greece and other Mediterranean countries. A homemade phyllo is made skillfully and consumes a lot of time. It used to be a prominent family business for many Greeks. Accordingly, the process of making phyllo dough stayed remarkably consistent until 1946, when the first phyllo dough stretching machines were introduced. In the 70s, these machines were further enhanced, for mass production can produce 300 kilos of phyllo daily compared to the 20 handmade kilos.

One Facebook video featured a man named Giorgos Hatziparaskos⁴. He is a phyllo maker whose bakery was prosperous until the 70s when industrial machines took over its production. His bakery, among others, was drowned by the fast and efficient production of these dough-making machines. The family of Giorgos suffered a great blow in terms of sales. They barely kept the business afloat. Yet, undeterred, Giorgos and his family continue to create phyllo for Baklava and other pastries for locals and tourists alike

The 21st century marked by globalization and industrialization is also characterized by consumer culture. Consumer culture is a powerful theory characterized by values, systems, and images that influence man's direct desire to possess of things that can be bought, sold, or exchanged. In less than a century, consumer culture has turned a different chapter over time. Victor Lebow expressed this idea of detachment and said "In more simple days when the connection between producer and consumer was still close, communication between them was similarly uncomplicated and direct. It consisted

⁴ *How Phyllo is Handmade by One of Greece's Last Pastry Makers*, "Business Insider Today" (16.11.2020), in: <https://www.facebook.com/BusinessInsiderToday/videos/2868349146731849> (31.03.2023).

XXI wiek naznaczony globalizacją i industrializacją charakteryzuje również kultura konsumpcyjna. Kultura konsumpcyjna to potężna teoria charakteryzująca się wartościami, systemami i obrazami, które wpływają na bezpośrednie pragnienie człowieka posiadania rzeczy, które można kupić, sprzedać lub wymienić. W ciągu niecałego stulecia kultura konsumpcyjna przeobraziła się w zupełnie inną postać. Lebow wyraził tę ideę oderwania, mówiąc: „W prostszych czasach, gdy związek między producentem a konsumentem był nadal bliski, komunikacja między nimi była podobnie nieskomplikowana i bezpośrednia. Składał się on z osobistych kontaktów, ustnych rekomendacji, ulotek i kilku ogłoszeń w gazetach”⁵. Deklaracja Lebowa o oderwaniu się konsumpcji od produkcji dotyka trudnej sytuacji Giorgosa i produkcji filo w szczególności, ale kieruje też uwagę na większe wyzwania, które nękają społeczeństwo.

a) Kultura oderwania

Oderwanie jest procesem bycia niezainteresowanym lub bycia oddzielnym. William Cavanaugh autor *Being Consumed: Economics and Christian Desire* zidentyfikował trzy elementy, które stanowią przykład kultury konsumpcyjnej jako kultury oderwania. Poglądy Cavanaugh ułatwiają lepsze zrozumienie kultury konsumpcyjnej i oderwania, a następnie tego, jak Kościół może odpowiedzieć na te wyzwania⁶.

Oderwanie się od produkcji jest oderwaniem się od procesu wytwarzania i tworzenia dóbr. Przed uprzemysłowieniem domy służyły jako miejsca, w których rodziny produkowały towary nie tylko dla siebie, ale także dla innych. Z biegiem czasu domy przekształcają się w miejsca konsumpcji, w których sami ludzie stają się towarem, który sprzedaje swoje usługi za wynagrodzeniem. Industrializacja i kapitalizm sprowadziły rodziny do fabryk, co z kolei doprowadziło do

⁵ Lebow, *Op. cit.*

⁶ W. Cavanaugh, *Being Consumed. Economics and Christian Desire*, Grand Rapids, Mi, 2008.

of personal contact, of word-of-mouth recommendation, of handbills, and a few newspaper advertisements.”⁵ Lebow’s declaration on detachment touches on the predicament of Giorgos and the phyllo-making but directs the attention to the greater challenges that beset society.

a) The culture of detachment

Detachment is a process of being uninterested or of being separated. William Cavanaugh author of *Being Consumed: Economics and Christian Desire* identified three elements that exemplify consumer culture as a culture of detachment. Cavanaugh’s views facilitate a better grasp of consumer culture and the detachments and later, how the Church can respond to these challenges⁶.

Detachment from production is one’s disconnection from the process of making and creating goods. Before the rise of industrialization, homes serve as venues where families produce their goods not only for themselves but for others too. With the passing of time, homes transform into places of consumption where the people themselves evolve into becoming the commodities who sell their services for wages. Industrialization and capitalism brought families to factories which led to the growth of proletarianization⁷. Fordism⁸ has led to an even deeper alienation—a kind of alienation where people are also commodified. They work to earn wages to buy goods that they anonymously created for a bigger company. People work not because

⁵ Lebow, *Op. cit.*

⁶ W. Cavanaugh, *Being Consumed. Economics and Christian Desire*, Grand Rapids, Mi, 2008.

⁷ Proletarianization is the process by which the middle class in the economic ladder is “absorbed by the working class [proletariat]”. This term is often used in the thoughts of Karl Max and Freidrich Engels. See: Oxford Reference, “Proletarianization” in *oxfordreference.com*.

⁸ Fordism is a term popularized by Henry Ford of Ford Motors. It refers to mass production and the post-war economic mode. See: Encyclopedia Britannica, *Fordism*, <https://www.britannica.com/money/topic/Fordism>.

wzrostu proletaryzacji⁷. Fordyzm⁸ doprowadził do jeszcze głębszej alienacji – takiej, w której również ludzie są towarem. Pracują, aby zarobić na zakup towarów, które anonimowo stworzyli dla większej firmy. Ludzie pracują nie dlatego, że chcą uczestniczyć w twórczym dziele Boga i znaleźć w nim sens i radość, ale po to, by zarobić wystarczająco dużo, by zaspokoić swoje potrzeby.

Drugi rodzaj to oderwanie od producentów. Ponieważ towary są produkowane przez „utowarowionych” pracowników – anonimową siłę roboczą – istnieje próżnia, która oddziela konsumenta od producenta. Kultura oderwania, która rozprzestrzeniła się w sferze produkcji i konsumpcji, doprowadziła do anonimowości producentów, lekceważenia zawichości procesu produkcji, prowadząc w ten sposób do oderwania się producentów od konsumentów. Wprowadzenie bardziej wydajnej, szybkiej i masowej produkcji doprowadziło również do erozji „sentymentalnej” więzi między znanymi producentami a świadomymi konsumentami. Dawno minęły czasy, kiedy starsze kobiety, takie jak „Manang” Siona, spacerowały po ulicy, sprzedając ryby złowione przez jej męża oraz „maruyę” i „biko”, które⁹ gotowała z własnych zbiorów. Teraz produkty pojawiają się na rzeczywistych i wirtualnych półkach bez śladu rąk, które je stworzyły. Są one bowiem opatrzone własną tożsamością i marką.

Trzecim jest oderwanie się od produktów. Kenneth Himes uważa, że konsumpcjonizm jest znakiem rozpoznawczym amerykańskiego

⁷ Proletaryzacja to proces, w którym klasa średnia w drabinie ekonomicznej zostaje „wchłonięta przez klasę robotniczą [proletariat]”. Termin ten jest często używany w myśli Karla Maxa i Freidricha Engelsa. Zob. Oxford Reference, “Proletarianization” in *oxfordreference.com*.

⁸ Fordyzm to termin spopularyzowany przez Henry’ego Forda z Ford Motors. Odnosi się do masowej produkcji i powojennego trybu gospodarczego. Zob. Encyclopedia Britannica, *Fordism*, w: <https://www.britannica.com/money/topic/Fordism>.

⁹ Termin *manang* odnosi się zwykle do starszych kobiet, które są cenione i szanowane w rodzinie i społeczności. *Manang* to określenie używane przez Filipińczyków w stosunku do osób starszych od nich. *Maruya* i *Biko* to rodzime filipińskie przysmaki, które są przygotowywane przez starsze kobiety, a przepisy są przekazywane nowemu pokoleniu. Te słodkie przysmaki są zwykle spożywane podczas specjalnych spotkań rodzinnych na Filipinach.

they want to share in the creative work of God and find meaning and joy in it, rather, they work to earn enough to meet their needs.

The second kind is detachment from producers. As goods are produced by commodified workers—an anonymous labor force—there is that void that separates the consumer from the producer. The culture of detachment that has spread in the sphere of production and consumption has led to the anonymity of producers, and the disregard for the intricacies of production, thus leading to detachment between the producers and the consumers. With the onslaught of more efficient, fast, and mass production, there is also the erosion of that “sentimental” connection between the known producers and the conscious consumers. Consumption is devoid of that relationship between the producer and the buyer. Gone are the days, when elder women like “Manang” Siony walked around the street selling the fish caught by her husband and the “Maruya” and “Biko”⁹ she cooked from their own harvest. Now, products appear on actual and virtual shelves with no trace of the hands that made them. Instead, these products are displayed bearing their own identity and branding.

Third is detachment from products. Kenneth Himes believes that consumerism is the hallmark of American life. In *Consumerism and Christian Ethics*, Himes opined that the mid-20th century witnessed the shift in the usage of the word customer to consumer¹⁰ in agreement with Raymond Williams who sees the customer as a purchaser or buyer of goods has, to some degree, a continuing relationship to a supplier in contrast to the consumer who is a faceless being in an abstract

⁹ The term *manang* refers normally to elder women who are esteemed and respected in the family and the community. *Manang* is a term of endearment used by Filipinos for those older than they are. *Maruya* and *Biko* are native Filipino delicacies which are prepared by older women and recipes are passed on to the new generation. These sweet delicacies are normally shared during special gatherings of families in the Philippines.

¹⁰ K. Himes, *Consumerism and Christian Ethics*, “Theological Studies” 68 (2007) p. 131-153.

życia. W *Consumerism and Christian Ethics* Himes stwierdził, że w połowie XX wieku nastąpiła zamiana słowa klient na konsument¹⁰, zgadzając się z Raymondem Williamsem, który widzi klienta, który jako nabywca lub kupujący towary ma do pewnego stopnia stały związek z dostawcą, w przeciwieństwie do konsumenta, który jest bezimienną istotą na abstrakcyjnym rynku¹¹. Zastąpienie tych terminów według Himesa mówi o rosnącym rozdźwięku między sprzedawcami a klientami i ich ciągłej relacji, przez co obie strony stają się abstrakcyjne. To oderwanie skutecznie prowadzi do praktyki ciągłego wyrzucania produktów i niepoahamowanego pragnienia gromadzenia nowych i lepszych produktów oraz powszechnego korzystania z towarów jednorazowego użytku. Uważa się, że kultura konsumpcyjna popycha nas do gromadzenia rzeczy wykraczających poza nasze potrzeby, skłonności do posiadania tak wiele, jak tylko zapagniemy, co z kolei prowadzi nas do przywiązania do towarów lub samych marek, ale jak na ironię, jest to oderwanie. Oderwanie, które wynika z wcześniej ustalonej długości przywiązania do rzeczy i ciągłego dążenia firmy do wywoływania u konsumentów nienasyconego pragnienia czegoś lepszego i czegoś więcej.

W ten sposób kultura konsumencka ułatwia relacje między producentami a klientami, rodzinami a społeczeństwem w ogóle. To, co kiedyś funkcjonowało jako społeczeństwo z sentymentalnym przywiązaniem do rzeczy i ludzi oraz tych, którzy pracują na ich produkcję, przesunęło się w kierunku oderwania. Towary – od ubrań, obuwia, toreb po droższą biżuterię i sprzęt – były przekazywane z pokolenia na pokolenie, z rodziny na rodzinę. Ci, którzy otrzymują te dobra, doceniają wartość samego dobra, jak i wartość sentymentalną czegoś, co jest przekazywane z ręki do ręki. Od momentu przekazania, towary przechodzą obecnie przez nasze ręce, aż na

¹⁰ K. Himes, *Consumerism and Christian Ethics*, „Theological Studies” 68 (2007) s. 131-153.

¹¹ R. Williams, *Consumer*, w: L. Glickman (red.), *Consumer Society in American History: A Reader*, Ithaca, N.Y., 1999, s. 17-18.

market.¹¹ The substitution of these terms according to Himes is expressive of the growing disconnect between sellers and customers and their continuing relationship, thus, both parties are becoming abstract. This detachment effectively brings the practice of constant discarding of products and the wanton desire to accumulate new and better products and widespread use of disposable goods. It is believed that consumer culture pushes us to amass things beyond our needs, the inclination to have as many as we desire, leading us to be attached to commodities or the brands themselves but ironically, it is detachment. It is the detachment that comes from the pre-determined length of attachment to the thing and the company's continuous intent of creating an insatiable desire for better and more from the consumers.

Hence, this consumer culture eases the relationship between producers and customers, families and people in general. What used to be a society with a sentimental attachment to things and people and those who work for their production has moved towards detachment and ultimately, loss of the relationship. Goods—from simple clothes, shoes, and bags to the more expensive pieces of jewelry, luxury bags, and equipment—were passed on from generation to generation, family to family. Those who receive these goods appreciate the value of the good itself and to a greater degree the sentimental value of something hand-me-down. From being *passed on*, goods nowadays are *passed through* our hands until something new, “better” and more expensive comes along in the market. What used to hold a sentimental value is now a thing with a short life span.

The Giorgos story is a perfect example of how consumer culture has created a detachment from producers, production, and product and man's desire to keep the meaning and value of his creation intact despite the demands and the ravages triggered by consumer culture. Giorgos and his family are swimming against the tide where they want to continue to forge a relationship with the consumers of phyllo,

¹¹ R. Williams, *Consumer*, in: L. Glickman (ed.), *Consumer Society in American History: A Reader*, Ithaca, N.Y., 1999, p. 17-18.

rynku pojawia się coś nowego, „lepszego” i droższego. To, co kiedyś miało wartość sentymentalną, teraz jest rzeczą o krótkiej żywotności.

Historia Giorgosa jest doskonałym przykładem tego, jak kultura konsumpcji stworzyła oderwanie od producentów, produkcji i produktu oraz pragnienia człowieka, aby zachować znaczenie i wartość swojego dzieła w nienaruszonym stanie pomimo żądań i spustoszeń wywołanych przez kulturę konsumpcyjną. Giorgos i jego rodzina idą pod prąd, chcąc nadal budować relacje z konsumentami ciasta filo, aby ci konsumenci dostrzegli żmudne zadanie tworzenia ciasta oraz znaczenie i wartość, jaką tworzy ono nie tylko dla rodziny, ale także dla kultury greckiej. Upór Giorgosa, by w podeszłym wieku nadal produkować ręcznie robione filo, zainspirował jego syna do dalszego tworzenia powiązań między producentami, produktami i klientami. Współpracując z firmami turystycznymi, mogą zaprezentować piękno skomplikowanego procesu tworzenia filo, trudny początek tych słynnych i pysznych deserów oraz wrodzoną pasję do tworzenia i zachowania tradycji.

Trafnie papież Franciszek w *Fratelli tutti* (FT) uchwycił tę kulturę oderwania, kiedy stwierdził, że społeczeństwo stało się „bardziej niż kiedykolwiek osamotnione w tym zmasowanym świecie, który daje pierwszeństwo interesom indywidualnym, a osłabia wymiar wspólnotowy istnienia. Przybywa w nim raczej rynków, na których ludzie odgrywają rolę konsumentów lub obserwatorów. Rozwój tego globalizmu zazwyczaj umacnia tożsamość najsilniejszych, którzy chronią samych siebie, ale usiłuje rozmyć tożsamości regionów najsłabszych i najuboższych, czyniąc je bardziej nieodpornymi i uzależnionymi od innych” (FT 12). Pozostawiona bez ograniczeń, kultura konsumpcyjna może zawęzić człowieka i społeczeństwo w ogóle, gdy wybory są ukierunkowane na posiadanie więcej niż bycie więcej. Jan Paweł II przypominał chrześcijanom, że o ile godność człowieka jest zakorzeniona w jego byciu *imago Dei*, o tyle jego *capax Dei* pomimo ograniczeń i struktury społecznej, w której żyje, może pchnąć człowieka do odkrywania prawdy i chrześcijańskiego porządku wobec kultury konsumpcyjnej (CA 38).

making these consumers see the painstaking task of creating the dough and the meaning and value that it creates not just for the family but to the Greek culture. The insistence of Giorgos to continue to produce handmade phyllos in his old age has inspired his son to continue to create that link between producers and products and customers. Affiliating themselves with tour companies, thus, enabling them to showcase the beauty of the intricate process of creating phyllos, the taxing beginning of these famous and delicious desserts, and the innate passion to create and preserve tradition.

Aptly, Pope Francis in *Fratelli Tutti* (FT) captures this culture of detachment when he emphasized that society has become more alone in the flurry of “an increasingly massified world that promotes individual interests and weakens the communitarian dimension of life. Indeed, there are markets where individuals become mere consumers or bystanders. As a rule, the advance of this kind of globalism strengthens the identity of the more powerful, who can protect themselves, but it tends to diminish the identity of the weaker and poorer regions, making them more vulnerable and dependent” (FT 12). Left unrestrained, the consumer culture can taper man and society in general when choices are directed towards having more than being more. John Paul II directed the Christians’ view to see that in as much as man’s dignity is rooted in his being an *imago Dei*, his *capax Dei*, despite his limitations and the social structure that in he lives, can impel man into discovering the truth and the Christian order vis-à-vis the consumer culture (see CA 38).

Therefore, how can a man who is slowly becoming detached turn the tables and embrace the Christian practice of consumption?

b) Consumer culture and the Christian practice

Laura Hartman defines consumption as the amount of materials and goods in human lives. Therefore, men and women consume for subsistence and survival, for identity, happiness, satisfaction or even to become an agency of joy for other people and create fellowship. That is, consumption is for a good life, and there are countless reasons

Jak zatem człowiek, który powoli staje się oderwany od rzeczywistości, może odwrócić sytuację i przyjąć chrześcijańską praktykę konsumpcji?

b) Kultura konsumencka a praktyka chrześcijańska

Laura Hartman definiuje konsumpcję jako przepustowość materiałów i dóbr w życiu człowieka. Dlatego mężczyźni i kobiety konsumują dla utrzymania i przetrwania, dla tożsamości, szczęścia, satysfakcji, a nawet po to, aby stać się źródłem radości dla innych ludzi i tworzyć wspólnotę. To jest konsumpcja dla dobrego życia. Istnieje wiele powodów, dla których ludzie konsumują. Czy istnieje chrześcijański sposób konsumpcji? Jeśli tak, to czy ma to wpływ na sposób konsumowania i prowadzenia dobrego życia? W swojej książce *The Christian Consumer* Hartman proponuje cztery chrześcijańskie praktyki konsumpcji¹². Hartman twierdzi, że chrześcijańska praktyka konsumpcji obejmuje a. unikanie grzechu; b. celebrację stworzenia; c. dążenie do miłości bliźniego; oraz d. przewidywanie przyszłości¹³.

Unikanie grzechu. Ta pierwsza faza jest zakorzeniona w pragnieniu prowadzenia skromnego życia w celu pełniejszego naśladowania Chrystusa i wierniejszego podążania za Nim. Konsumpcja odbywa się w sposób prosty, umiarkowany i ascetyczny, aby uniknąć popełnienia grzechu „nadmiernej” konsumpcji i uwolnić się od bycia postrzeganym jako „wspólnik” w nieuczciwych praktykach pracy powszechnych w krajach ubogich, a stosowanych przez firmy wielonarodowe. Ta idea oderwania się od „grzesznej” konsumpcji – nadmiernej konsumpcji dóbr wykraczającej poza to, co jest potrzebne i konsumpcji tego, co dopuszcza się niesprawiedliwych praktyk pracy, dominacji itp. jest drogą do zbliżenia się do komunii z Bogiem. Wystarczy jeść i pić ascetycznie, ubierać się prosto.

¹² L.M. Hartman, *The Christian Consumer: Living Faithfully in a Fragile World*, Oxford, 2011.

¹³ Tamże, s. 21-24, 167.

why people consume. Is there a Christian way to consume? If so, does it make a difference in one's way of consuming and living the good life? In *The Christian Consumer*, Hartman proposes Four Christian Practices of Consumption¹². Hartman asserts that a Christian practice of consumption involves a. avoidance of sin; b. celebration of creation; c. seeking to love the neighbor; and d. envisions the future¹³.

Avoidance of Sin. This first phase is rooted in a person's desire to live an austere life in order to imitate Christ more fully and follow Him more faithfully. Consumption is done simply, moderately, and ascetically in order to avoid committing the sin of "over" consumption and to free one's self from being seen as an "accomplice" to unfair labor practices common in poor countries by multinational companies. This idea of detachment from "sinful" consumption—overconsumption of goods beyond what is needed and consuming that which practices unjust labor practices, domination, etc.—is one's avenue to move closer towards communion with God. To eat and drink ascetically, dress simply is one's way. Austere consumption or non-patronization of products is also a means of protest for some who abhor the idea of slavery.

Celebration of Creation. I eat to celebrate and praise the bounty of God's blessings and His beautiful creation. To consume in order to give praise to the fruits of the earth and the work of human hands. I consume in order to take care of what God has given me. I eat, not only to provide energy to my body and do the work I am supposed to do but also to savor and take delight. The self-referential denial or austerity is seen in a better and more positive light. A woman dresses beautifully and wears make-up because she wants to praise God for His beautiful work—herself. She takes care of the body she is bestowed with—with its flaws and all—because it is an image of a beautiful God. This paradigm brings to a new level the first

¹² L.M. Hartman, *The Christian Consumer: Living Faithfully in a Fragile World*, Oxford, 2011.

¹³ *Ibid.*, 21-24, 167.

Oszczędna konsumpcja lub niepatronizowanie produktów jest również środkiem protestu dla tych, którzy odrzucają ideę niewolnictwa.

Celebracja stworzenia. Jem, aby świętować i chwalić hojność Bożego błogosławieństwa i Jego pięknego stworzenia. Konsumować, aby chwalić owoce ziemi i dzieło rąk ludzkich. Konsumuję, aby zadbać o to, co dał mi Bóg. Jem, nie tylko po to, aby dostarczyć energii mojemu ciału i wykonać pracę, którą mam wykonać, ale także po to, aby delektować się i cieszyć. Samoreferencyjne zaprzeczenie lub oszczędność są postrzegane w lepszym i pozytywnym świetle. Kobieta pięknie się ubiera i nosi makijaż, ponieważ chce chwalić Boga za Jego piękne dzieło – siebie. Dbą o ciało, którym została obdarzona – z jego wszystkimi wadami – ponieważ jest ono obrazem pięknego Boga. Taki paradygmat przenosi na nowy poziom pierwszy paradygmat unikania na paradygmat radosnego zarządzania i świadomej konsumpcji, która stanowi gloryfikację Stwórcy.

Poszukiwanie miłości bliźniego. Jeśli ten paradygmat miłości zostanie wprowadzony do konsumpcji, nabierze ona chrześcijańskiego wyrazu. Nie jest to już tylko zwykła przepustowość, ale wyraz miłości. Jest to konsumpcja praktykowana z miłości do siebie, bliźnich i całej ludzkości. Jest to postrzeganie konsumpcji, jej praktykowania i jej oddziaływania przez pryzmat miłości i zaangażowania w okazywanie miłości nie tylko tym, którzy pozostają w naszym kręgu, ale także tym, którzy są nam nieznani. Jeśli mamy postrzegać to w sposób hierarchiczny, ten trzeci paradygmat przenosi nas z „ja” do „my”. Jest wspólnotowy. Praktykuje się konsumpcję, aby wyrazić miłość i uznanie, aby jeść nie tylko dla własnej satysfakcji, ale aby wraz z innymi celebrować życie, dar posiadania wspólnoty. Praktyka ta jest wyrazem pełnej zaangażowania miłości, która poszukuje dobrego życia, wykraczającego poza jego własne, w kierunku całej ludzkości.

Hartman wierzy, że konsumpcja jest unikaniem grzechu – nie konsumuje się po to, by protestować i unikać grzechu lub bycia częścią grzesznej praktyki, ale raczej, w tym paradygmacie, wybiera się konsumpcję, aby pomóc innym – przyjacielowi, nieznanemu, biednemu sprzedawcy, który z trudem wiąże koniec z końcem, aby

paradigm of avoidance towards joyful stewardship and mindful consumption that is a glorification to the Creator.

Seeking to Love the Neighbor. With this paradigm of love injected into consumption, consumption takes a Christian expression. It is no longer just a simple throughput but an expression of love. It is consumption that is practiced for the love of self, of neighbors, and universal humanity. It is seeing consumption, its practice, and its impact within the optic of love and one's commitment to manifest love not only to those within his/her circle but beyond and those unknown to him/her. If we are to see this in a hierarchical way, this third paradigm moves one from the "I" towards the "Us". It is communitarian. One practices consumption in order to express love and appreciation, to eat not just for one's satisfaction but to celebrate life with others, the gift of having a community. This practice is an expression of a committed love that seeks a good life that transcends from his own, towards a greater humanity.

Hartman believes that consumption is avoidance of sin when one does not consume in order to protest and avoid sin or being part of a sinful practice, rather, in this paradigm, one chooses to consume in order to help another—a friend, a stranger, a poor vendor who struggles to make ends meet, to care for everyone—a kind of self-effacing act which makes everyone welcome a stranger. This practice allows us to maximize the dynamic manifestations of love with the larger community in mind, and "as a concrete embodiment of what it means to be brothers and sisters" (FT 128).

Finally, the fourth practice is consumption which envisions the future. A kind of consumption that nurtures the inner desire to be in communion with God at the end of time. This practice of consumption especially in the Sabbath and Eucharist gives us a glimpse of what it is to lay everything to God, entrusting him our future and to rely solely on His promise to nourish us beyond our needs. Living the principle of this type is not just an expression of one's love for self and the community but it sees the impact of this act of consumption on the transcendental life—living with dignity and fulfilling the mission of being in communion with God through

dbać o wszystkich. Ta praktyka pozwala nam zmaksymalizować dynamiczne przejawy miłości z myślą o większej wspólnotcie (por. FT 128).

Wreszcie czwartą praktyką jest konsumpcja, która przewiduje przyszłość. To rodzaj konsumpcji, która pielęgnuje wewnętrzne pragnienie bycia w komunii z Bogiem po kres czasów. Ta praktyka konsumpcji, zwłaszcza w szabat i Eucharystii, daje nam wgląd w to, co to znaczy złożyć wszystko w Bogu, powierzając Mu naszą przyszłość i polegać wyłącznie na Jego obietnicy, że będzie nas karmił ponad nasze potrzeby. Życie zgodne z tą zasadą jest nie tylko wyrazem miłości do samego siebie i wspólnoty, ale dostrzeganiem wpływu aktu konsumpcji na życie transcendentalne – życie z godnością i wypełnianie misji bycia w komunii z Bogiem przez Kościół jako wspólnotę wierzących i wspólnotę, która celebruje życie – wspólnotę, która celebruje razem od *Misa do mesa*¹⁴.

W podsumowaniu swojej rozprawy Hartman stwierdza, że każdy z czterech paradygmatów współdziała, przeplata się, odpowiada i pogłębia pozostałe. Chociaż każdy z nich może mieć negatywne konotacje, gdy jest praktykowany w skrajny sposób, to jednak gdy odbywa się to w sposób holistyczny i wnikliwy, te cztery mogą być podjęte w celu oczyszczenia i wzmocnienia praktyki konsumpcji, która nie dotyczy tylko nas samych, ale przekłada się na znaczący wyraz uwielbienia, dziękczynienia, miłości do stworzenia, społeczności i większej ludzkości. A przede wszystkim jest wyrazem miłości i komunii z Bogiem.

Propozycja Hartman dotycząca chrześcijańskiej praktyki konsumpcji jest sama w sobie „transcendencją” w stosunku do powszechnego pojęcia konsumpcji jako czegoś złego. Konsumpcja, która jest równoznaczna z chciwością i nienasyconymi pragnieniami ludzi do dobrego życia, niezależnie od społeczności, w której żyją, oraz tych, którzy żyją samotnie na peryferiach, są rozpatrywane przez

¹⁴ Jest to powszechne wyrażenie wśród Filipińczyków, którzy po celebracji eucharystycznej (Misa) gromadzą się wokół stołu (mesa) na posiłek. Jest to silny przejaw świętowania, a wspólnota między członkami społeczności wzmacnia poczucie komunii.

the Church as a community of believers and the community who celebrates life—a community that celebrates together in the *Misa* to the *mesa*¹⁴.

In the conclusion of her dissertation, Hartman asserts that each of the four interacts, intertwines, answers, and deepens the other paradigm. Although each can have negative connotations when practiced to its extreme, when done in a holistic and discerning manner, these four can be taken to purify and enhance one's practice of consumption that does not only concern one's self but translates into a meaningful expression of praise, thanksgiving, love for creation, the community and the greater humanity. And most of all it is an expression of love and communion with God.

Hartman's proposal of a Christian practice of Consumption is a "transcendence" in itself to the common notion of consumption as something evil. Consumption that is equivalent to greed and people's insatiable desires for the good life notwithstanding the community he/she lives in and those in the peripheries, are tackled by Hartman contextually in her proposal. Hartman's proposals are motivations and causal actions that will usher in deeper consciousness, leading to humans flourishing and a living good life that celebrates the beauty and truth of God.

The proposition of seeing and practicing consumption with the awareness of the holistic lifestyle assessment and discernment ethics is a way of allowing a consumer to internalize the process of consumption, seeing the difference between the needs and wants, and thereby answer the what's, why's, and how's of consuming goods. It also allows people to slowly, consistently, and consciously discern and adjust one's actions and lifestyles in accordance with the deeper motivation that goes beyond oneself and immediate community but consumption as a connection to God's plan and to see whether the life

¹⁴ This is a common expression among Filipinos who, following the Eucharistic Celebration (*Misa*), would assemble around the table (*mesa*) for a meal. This is a strong manifestation of celebration, and the fellowship among community members strengthens the sense of communion.

Hartmana kontekstowo. Propozycje Hartman to motywacje i działania przyczynowe, które doprowadzą do głębszej świadomości, prowadząc do rozkwitu ludzi i dobrego życia, celebrowanego piękno i prawdę o Bogu.

Jej propozycja postrzegania i praktykowania konsumpcji ze świadomością holistycznej oceny stylu życia i etyki rozeznania jest sposobem na umożliwienie konsumentowi zinternalizowania procesu konsumpcji, dostrzeżenia różnicy między potrzebami a pragnieniami, a tym samym odpowiedzi na to, co, dlaczego i jak konsumować. Pozwala również ludziom powoli, konsekwentnie i świadomie rozpoznawać i dostosowywać swoje działania i styl życia do głębszej motywacji, która wykracza poza nich samych i bezpośrednio społeczność, lecz traktuje konsumpcję jako połączenie z Bożym planem; jako sprawdzenie, czy życie, które prowadzimy, jest życiem zwykłego przetrwania, czy też życiem, które jest dobre i kwitające.

2. W KIERUNKU „KWITNĄCEGO” ŻYCIA W KULTURZE KONSUMPCYJNEJ

„Kwitnienie” jako słowo jest równoznaczne z rozkwitem i rozkwitaniem. Życie, które kwitnie, można opisać jako życie pełne sukcesu, czyli dobre życie. Życie, które wykracza poza przeciętność, poza ubóstwo i poza bylejakość. Kwitnienie to życie w pełnym rozkwicie. Życie u szczytu, kiedy wszystko wydaje się być tym, co w życiu najlepsze. Życie pełne znaczenia, głębokiego sensu, wspaniałe życie¹⁵. Stąd rodzi się pytanie, w jaki sposób chrześcijanin, wezwany i powołany do podążania w kierunku chrześcijańskiej praktyki konsumpcji, osiąga pełnię życia?

W ujęciu rynkowym rozkwit to dobre życie charakteryzujące się sukcesem, stabilnością finansową, dobrym zdrowiem, nowoczesnością, a zatem życiem bez dyskomfortu i bólu. W swym orędziu

¹⁵ Zob. też M.P. O'Reilly, „*Shall we continue in sin?*”: *Human flourishing and the question of holiness*, „Wesleyan Theological Journal” 55 (2020) nr 2 (Fall), s. 102-113.

that one is living is a life of mere survival or that which is good and flourishing.

2. THE FULLNESS OF LIFE IN A CONSUMER CULTURE

“Flourishing” as a word is equivalent to thriving and blossoming, a life that goes beyond mere survival from day-to-day struggles. A life that is flourishing can be described as a life of success, a good life. A life that is beyond the ordinary, beyond poverty, and beyond a so-so life. Flourishing is life in full bloom. Life is at its peak when everything seems to be the best that life can be. A life of meaning, deep sense, a great life.¹⁵ Hence, the question is how does a Christian, challenged by and called to move towards the Christian practice of consumption attain the fullness of life?

In a market-based worldview, flourishing is a good life characterized by success, financial stability, good health, modernity, and therefore, living a life without discomfort and pain. In his World Youth Day message, John Paul II reiterated to the young men and women gathered in Tor Vergata, Rome that

It is Jesus in fact that you seek when you dream of happiness; He is waiting for you when nothing else you find satisfies you; He is the beauty to which you are so attracted; it is He who provokes you with that thirst for fullness that will not let you settle for compromise; it is He who urges you to shed the masks of a false life; it is He who reads in your hearts your most genuine choices, the choices that others try to stifle. It is Jesus who stirs in you the desire to do something great with your lives, the will to follow an ideal, the refusal to allow yourselves to be grounded down by mediocrity, the courage

¹⁵ See also M.P. O'Reilly, “*Shall we continue in sin?*”: *Human flourishing and the question of holiness*, “Wesleyan Theological Journal” 55 (2020) no 2 (Fall), p. 102-113.

podczas Światowego Dnia Młodzieży Jan Paweł II powtórzył młodym ludziom zgromadzonym w Tor Vergata w Rzymie, że

W rzeczywistości to Jezusa szukacie, gdy marzycie o szczęściu; to On czeka na was, gdy nic innego, co znajdujecie, was nie zadowala; to On jest pięknem, do którego jesteście tak przyciągani; to On prowokuje was pragnieniem pełni, które nie pozwoli wam zadowolić się kompromisem; to On zachęca was do zrzucenia masek fałszywego życia; to On odczytuje w waszych sercach wasze najbardziej autentyczne wybory, wybory, które inni próbują stłumić. To Jezus wzbudza w was pragnienie zrobienia czegoś wielkiego z waszym życiem, wolę podążania za ideałem, odmowę pozwolenia sobie na ugrzęźnięcie w przeciętności, odwagę pokornego i cierpliwego zaangażowania się w ulepszanie siebie i społeczeństwa, czyniąc świat bardziej ludzkim i braterskim¹⁶.

Tak więc z religijnego punktu widzenia kwitnące życie wykracza poza przyziemne, doczesne ludzkie rozkwitanie. Jest to przekonanie, że istoty ludzkie mogą nadal doświadczać kwitnącego życia, nawet w przypadku braku bogactwa lub jeśli nie są w najlepszym zdrowiu lub żyją bez wygód i przyjemności współczesnego świata. W związku z tym, jak w społeczeństwie charakteryzującym się kulturą konsumpcyjną, można prowadzić kwitnące życie? W jaki sposób chrześcijański konsument może rozpoznać i wiedzieć, że prowadzi dobre życie?

¹⁶ Jan Paweł II, *Przemówienie podczas wigilii w czasie 15 Światowego Dnia Młodzieży* (19.10.2000), https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/2000/jul-sep/documents/hf_jp-ii_spe_20000819_gmg-veglia.html (01.06.2023).

to commit yourselves humbly and patiently to improving yourselves and society, making the world more human and more fraternal.¹⁶

Thus, from a religious point of view, a flourishing life is thriving beyond the mundane, the worldly human flourishing. It is the belief that human beings can still experience a flourishing life even in the absence of wealth, or if they are not in the pink of health or surviving without the comforts and satisfaction of the modern world. Hence, in a society characterized by consumer culture, how does one live a flourishing life? How can a Christian consumer identify and know that he or she is living a good life?

a) Life going well, leading well, and feeling well

The Croatian theologian Miroslav Volf identified three elements of the flourishing life: Life going well, life leading well, and life feeling as it should¹⁷ in his book *The Crown of the Good Life*.

How's life? The normal response is, "Life is going well", an answer that translates to everything being fine and peaceful and in harmony. One thrives not in a fleeting manner, rather there is an extended time that characterizes this flourishing life that one experiences, favorable circumstances, and a life that is seemingly devoid of major problems and setbacks. Ideally, it is a life bereft of distress, sadness, and depression.

However, it is also worth noting that in countries like the Philippines, where poverty is widespread, the prevailing insecurity, corruption overshadowing the good things, and terrible weather disturbances

¹⁶ John Paul II, *Address of the Holy Father during the Vigil Prayer on the 15th World Youth Day* (19.10.2000), https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/2000/jul-sep/documents/hf_jp-ii_spe_20000819_gmg-veglia.html (01.06.2023).

¹⁷ M. Volf, *The Crown of the Good Life. A Hypothesis*, in: *Joy and Human Flourishing. Essays on Theology, Culture and the Good Life*, Minneapolis, 2015, p. 127-136.

a) Kwitnące życie

Chorwacki teolog Miroslav Volf, w swej książce *The Crown of the Good Life* (Korona dobrego życia) zidentyfikował trzy elementy kwitnącego życia: Życie układające się dobrze, życie prowadzone dobrze oraz życie odczuwane, jak być powinno¹⁷.

Na pytanie „jak tam życie?”, zwykle słyszymy: „życie układa się dobrze”, co oznacza, że wszystko jest w porządku, życie jest spokojne i harmonijne. Człowiek rozwija się (kwitnie) nie w przelotny sposób, ale istnieje wydłużony czas, który charakteryzuje to kwitnące życie, którego doświadcza. Zgodnie z tą definicją „dobrego życia” okoliczności są sprzyjające. Nie ma większych problemów i niepowodzeń, które popychałyby człowieka do depresji, smutku lub niepokoju.

Warto jednak również zauważyć, że w krajach takich jak Filipiny, gdzie ubóstwo jest powszechne, panująca niepewność, korupcja przyćmiewa dobre rzeczy, a straszne zakłócenia pogodowe nękają co jakiś czas, obcokrajowcy są ciekawi, dlaczego ludzie pozostają szczęśliwi i zadowoleni pomimo niekończących się niepowodzeń¹⁸.

Życie prowadzone dobrze. Jak prowadzimy nasze życie i kto wyznacza standardy dobrze prowadzonego życia? Dobrze prowadzone życie to sprawczy wymiar kwitnącego życia. Co oznacza, że pomysłowość życia zależy od dokonywanych w nim wyborów. Istnieje

¹⁷ M. Volf, *The Crown of the Good Life. A Hypothesis*, w: *Joy and Human Flourishing. Essays on Theology, Culture and the Good Life*, Minneapolis, 2015, s. 127-136.

¹⁸ Potwierdza to bezpośrednie doświadczenie autorki, która przez dwa lata pracowała jako specjalista ds. rozwoju społeczności w jednej z organizacji pozarządowych pracujących wśród ubogich na cmentarzach w Cebu City. Miasto to jest obszarem wysoce zurbanizowanym i doświadcza masowej migracji wewnętrznej. Pomimo ogromnego ubóstwa i nieludzkich warunków życia. Pomimo braku rzeczy materialnych, poczucie wspólnoty i rodziny utrzymuje ich w zadowoleniu i promieniuje poczuciem szczęścia i poddania się miłosierdziu i współczuciu Boga. Rok w rok pracownicy agencji partnerskich z Europy nigdy nie przestają zauważać tej istotnej cechy.

plague every now and then, foreigners are curious why they remained happy and contented despite the endless setbacks.¹⁸

How do people lead their lives and who sets the standards of a well-led life? Life leading well is the agential dimension of flourishing life. This means that the thriving of one's life is dependent on one's choices in life. There is a need to choose, to speak, and to act according to the proper standards. A well-led life would signify that one is living a life of righteousness.

Back in the 1980s, the "Four Way Test"¹⁹ markers are common in major thoroughfares in the Philippines. At first glance, they were mere signages, but they had four questions written: *Is it the Truth? Is it Fair to all concerned? Will it build goodwill and better friendship? Will it be beneficial to all concerned?* One can reflect on the kind of life he/she is living and his/her relationship with the community. It makes a lot of sense when it is examined vis-à-vis the concept of living a well-led life. It made sense to a flourishing and fullness that involve both external and internal standards. Standards that can be provided by philosophy and religion—who is a person? what should be a man's relationship with others? and what should man's aspirations be?

A feeling that life is as it should be. A flourishing life brings one to a state of happiness, contentment, peace, and meaning, that is in theological terms to the fullness of life in Christ. Others opine that it is not important because their lives are going well. Yet, it is true that a truly flourishing life is not complete without the sense of feeling that

¹⁸ This is in reference to the first-hand experience of the writer as a Community Development Officer for two years in one of the NGOs working among the poor in the cemeteries of Cebu City. The City is a highly urbanized area and experiences massive internal migration. Despite the immensity of poverty and inhumane living conditions. Despite the lack of material things, the sense of community and family keeps them contented and radiates a sense of happiness and surrender to the mercy and compassion of God. Year after year, the visitors from the partner agencies in Europe never fail to notice this salient characteristic.

¹⁹ The "Four Way Test" of the things we think, say or do is a project of the Rotary Club in the Philippines.

potrzeba wyboru, mówienia i działania zgodnie z właściwymi standardami. Dobrze prowadzone życie oznacza życie w prawości.

W latach osiemdziesiątych XX wieku na głównych arteriach Filipin powszechnie stosowano znaki *Four Way Test* (Test Czterech Dróg)¹⁹. Na pierwszy rzut oka były to zwykłe znaki, ale miały one wpisane cztery pytania: *Czy to prawda? Czy jest to sprawiedliwe dla wszystkich zainteresowanych? Czy to zbuduje dobrą wolę i lepszą przyjaźń? Czy będzie to korzystne dla wszystkich zainteresowanych?* Można zastanowić się nad rodzajem życia, jakie się prowadzi i jego relacjami ze społecznością. Ma to wiele sensu, gdy jest analizowane pod kątem koncepcji dobrze prowadzonego życia. Ma to sens dla rozkwitu i pełni, które obejmują zarówno standardy zewnętrzne, jak i wewnętrzne. Standardy, które mogą być dostarczone przez filozofię i religię – kim jest osoba? jakie powinny być relacje człowieka z innymi? i jakie powinny być aspiracje człowieka?

Uczucie, że życie jest takie, jakie powinno być. Rozkwitające życie prowadzi do stanu szczęścia, zadowolenia, spokoju i sensu, czyli w terminologii teologicznej do pełni życia w Chrystusie. Inni mogą powiedzieć, że to nie jest to ważne, że ich życie układa się dobrze. Jednak prawdą jest, że prawdziwe kwitające życie nie jest kompletne bez poczucia, że życie jest takie, jak być powinno. To dobre samopoczucie jest ważne. Poczucie zadowolenia, doświadczenie radości i szczęścia oraz znalezienie życiowego celu nie zawsze jest równoznaczne z posiadaniem.

Zagadnienie rozwoju (rozkwitu) zdolności człowieka aż od pełni życia znajduje się w centrum nauki wszystkich światowych religii, w tym również wiary chrześcijańskiej. W przeciwieństwie do opartej na rynku kultury satysfakcji i przejściowego szczęścia poprzez nabywanie towarów dostępnych na rynku lub możliwość zdobycia biletów na podróż na Księżyc na pokładzie pierwszego lotu Space X, kwestia ludzkiego rozwoju znajduje zakorzenienie we wszystkich religiach świata, które prowadzą człowieka w jego dążeniu do znalezienia

¹⁹ „Test Czterech Dróg” – rzeczy, które myślimy, mówimy lub robimy jest projektem Rotary Club na Filipinach.

it is as it should be. Feeling good is important. A sense of contentment, the experience of joy and happiness, and finding life's purpose are not always equal to having.

The issue of the development (blossoming) of human abilities up to the fullness of life is at the center of the teachings of all world religions, including the Christian faith. In contrast to the market-based culture of satisfaction and transitory happiness through the acquisition of commodities available in the market, or being able to grab tickets to the journey to the moon aboard the First Space X flight, the issue of human flourishing finds rootedness in all the world religions that guides man in his/her quest to find a meaningful relationship with God. It gives meaning, and deeper consciousness to the experience of satisfaction beyond the mundane, and to lead lives that are joyful, contented, in harmony and in solidarity with the Supreme being and the whole humanity. Religious traditions, especially Christian faith invite people to go beyond themselves to transcend and be free from pursuing that which is momentary and to seek the ultimate source of beauty, truth, and meaningful life. As Augustine would say in *De Trinitate*, “God is the only source to be found of any good things, but especially they come into a man and attach themselves to a man”.²⁰

Christianity provides a vision of human flourishing using the image of the Kingdom of God wherein God and the world are in *shalom* as revealed in Jesus' Incarnation. Christianity tells us of the dynamic movement of the God of love from Creation to Revelation, of how God pitched his tent among us—Jesus the Word Incarnate perfected the revelation of God's love. God saved man and restored the communion of man with God. Jesus through the Holy Spirit continually invites us to live a life of flourishing that continues to await the consummation of God's love, through our participation in the life of God in communion with humanity and the whole of God's creation. It is the humanity that lives in peace, joy, and righteousness where *shalom* is manifested.

²⁰ Augustine of Hippo, *De Trinitate*, in: <https://www.augustinus.it/italiano/trinita/index2.htm> (6.04.2023).

znaczącej relacji z Bogiem. Nadaje ono sens i głębszą świadomość doświadczeniu satysfakcji wykraczającej poza przyziemność i prowadzeniu życia, które jest radosne, zadowolone, w harmonii i solidarności z Najwyższą Istotą i całą ludzkością. Tradycje religijne, zwłaszcza wiara chrześcijańska, zapraszają ludzi do wyjścia poza siebie, aby przekroczyć i uwolnić się od pogoni za tym, co chwilowe, i szukać ostatecznego źródła piękna, prawdy i sensu życia. Jak powiedziałby Augustyn: „Bóg jest jedynym źródłem wszelkich dobrych rzeczy, ale szczególnie wchodzi one w człowieka i przywiązują się do człowieka”²⁰.

Chrześcijaństwo zapewnia wizję ludzkiego rozkwitu przy użyciu obrazu Królestwa Bożego, w którym Bóg i świat są w *shalom*, jak objawiono we Wcieleniu Jezusa. Chrześcijaństwo mówi nam o tym, jak dynamiczny jest ruch Boga miłości od Stworzenia do Apokalipsy, o tym, jak Bóg rozbił swój namiot pośród nas – Jezus, Słowo Wcielone, udoskonalił objawienie Bożej miłości. Bóg zbawił człowieka i przywrócił komunie człowieka z Bogiem. Jezus przez Ducha Świętego nieustannie zaprasza nas do życia w pełni, które wciąż czeka na spełnienie Bożej miłości, poprzez nasze uczestnictwo w życiu Boga w komunii z ludzkością i całym Bożym stworzeniem. Jest to ludzkość, która żyje w pokoju, radości i sprawiedliwości, gdzie objawia się *shalom*.

Ten ludzki rozwój jest konsekwencją odnalezienia przez człowieka Boga (lub Istoty Najwyższej) jako centrum i źródła miłości oraz wszystkiego, co piękne i prawdziwe. Ten ludzki rozkwit musi być postrzegany przez pryzmat Boga jako fundamentu ludzkiego rozkwitu. Ludzki rozkwit to odnajdywanie miłości w Bogu i we wspólnocie, doświadczenie satysfakcji i odnajdywanie uniwersalnej dobroci oraz pozwalanie jej na powrót do świata w bardziej konkretny sposób – pośród negatywnych doświadczeń wojny i przemocy, handlu ludźmi, kwestii środowiskowych, ubóstwa i niesprawiedliwości – tak, aby przeciwstawne przesłanie tradycji religijnych wbrew kulturze

²⁰ Św. Augustyn z Hippony, *De Trinitate*, w: <https://www.augustinus.it/italiano/trinita/index2.htm> (6.04.2023).

Consequently, human flourishing is an outcome of man's finding God (or the Supreme Being) as the center and source of love and everything beautiful and true. This human flourishing needs to be seen in an optic where God is fundamental to human flourishing. Human flourishing is finding love in God and the community, experiencing satisfaction and finding universal goodness, and letting it flow back to the world in more concrete ways—amid the negative experiences of war and violence, human trafficking, environmental issues, poverty, and injustice—so that the counter-indicative message of religious traditions vs consumer culture will not be drowned in vagueness for those who cannot grasp the character of this loving God.

b) Christian Community directed towards the Fullness of Life

The desire for a fullness of life despite the challenges of detachment and degradation of relationships in a consumer culture can pave the way for prospects of evangelization and mission.

The Millennials, or Generation “Z” are more well-educated, and well-behaved but also prone to indifference, depression, and stress compared to the older generations.²¹ Nihilism believes in a meaningless life and thus rejects religious and moral principles. In *Thus Spoke Zarathustra*, Friedrich Nietzsche spoke of the Nihilism of the “Last Men”²². The last man is one who is tired of life and is passive, the model of the young of today who seeks comfort and entertainment believes in YOLO [You Only Live Once] therefore, one must follow his/her dreams, do what makes him/her happy and to make the most out of one's life by enjoying and traveling and consuming as they desire to satisfy their desires. They are those who

²¹ *Generation Z is stressed, depressed and exam-obsessed*, “The Economist” (27.02.2019).

²² Cf. F. Nietzsche, *Thus Spoke Zarathustra: A Book for Anyone and No One*, R.J. Hollingdale (ed.), Hardmondsworth, 1961.

konsumpcyjnej nie utonęło w niejasności dla tych, którzy nie są w stanie pojąć charakteru kochającego Boga.

b) Wspólnota chrześcijańska ukierunkowana na pełnię życia

Pragnienie pełni życia pomimo wyzwań związanych z oderwaniem i degradacją relacji w kulturze konsumpcyjnej może utorować drogę dla perspektyw ewangelizacji i misji.

Millenialsi, czyli pokolenie „Z”, są lepiej wykształceni i lepiej wychowani, ale także bardziej podatni na obojętność, depresję i stres w porównaniu ze starszymi pokoleniami²¹. Nihilizm wierzy w bezsensowne życie, a tym samym odrzuca zasady religijne i moralne. W „Tako rzecze Zaratustra” Friedrich Nietzsche mówił o nihilizmie „ostatnich ludzi”²². Ostatni człowiek to ktoś, kto jest zmęczony życiem i jest bierny. To model dzisiejszej młodzieży, która szuka komfortu i rozrywki, wierzy w YOLO [You Only Live Once], dlatego chce podążać za swoimi marzeniami, robić to, co czyni go szczęśliwym i jak najlepiej wykorzysta swoje życie, ciesząc się, podróżując i konsumując, jak chcą, aby zaspokoić swoje pragnienia. Są to ci, którzy stracili zainteresowanie kwestionowaniem sensu życia, pełni życia i prawdziwego życia.

Co więcej, w środowisku uniwersyteckim można zaobserwować bardziej rażący wpływ kultury konsumpcyjnej, która weszła do społeczeństwa. Autorka miała kiedyś zajęcia na jednym z uniwersytetów w południowych Filipinach. Studenci na uniwersytecie nie są zamożni i większość z nich pochodzi z rodzin klasy średniej. W semestrze na uniwersytecie studiuje około 600-800 pracujących studentów. Są wśród nich osoby pochodzące z pobliskich prowincji Visayas i Mindanao na Filipinach, które były wysłane przez swoich

²¹ *Generation Z is stressed, depressed and exam-obsessed*, “The Economist” (27.02.2019).

²² Cf. F. Nietzsche, *Thus Spoke Zarathustra: A Book for Anyone and No One*, R.J. Hollingdale (ed.), Hardmondsworth, 1961.

have lost interest in questioning the meaning of life, flourishing life, and true life.

Further, in the University setting, one can observe the more glaring impact of consumer culture that has entered into the society. The writer was once a lecturer in one of the Universities in Southern Philippines. The students at the University are not all well-off and majority are from middle-class families. There are around 600-800 working students in the University per semester. Some are from nearby provinces in Visayas and Mindanao in the Philippines sent by their parents to seek better education in Cebu City while the parents continue to work as farmers and fishermen. During the first semester, these students from rural areas can easily be identified by their physical attributes and the impression they send out yet after one semester, identifying the students' roots is a complicated and arduous test as they have metamorphosed like the city girls and boys.

These students who were once "religious" were no longer interested in Religious Education classes nor in attending Eucharistic Celebrations, or retreats and recollections. Why? What went wrong? Many of them responded that Religious education classes and religious activities are repetitive and tiresome. Some students are convinced that sacraments are avenues to reiterate the do's and don'ts that each must comply with to be considered a good student, and a good person. Or teachers, formators, and preachers tend to moralize rather than listen intently. They adhere because it was required. If given the choice, they will go to the malls to shop and while away time. They feel like they don't have enough time to do everything they want. Despite their economic limitations, they would choose to watch movies, go to Starbucks for selfies and coffee, and sport branded shoes and bags.

In this context, the Catholic Bishops Conference of the Philippines (CBCP) recognized the challenge that the youth is facing:

Time, having not enough, and having too much to do.
Understanding the challenge, the CBCP sees it opportune to call out all other agents and sectors in our church and

rodziców w poszukiwaniu lepszej edukacji w Cebu City, podczas gdy rodzice nadal pracują jako rolnicy i rybacy. W pierwszym semestrze można łatwo zidentyfikować studentów pochodzących z obszarów wiejskich na podstawie ich cech fizycznych i wrażenia, jakie wywierają, ale po upływie jednego semestru identyfikacja ich korzeni jest trudniejsza i bardziej złożona, ponieważ przechodzą oni metamorfozę, podobnie jak dziewczęta i chłopcy z miasta.

Ci studenci, którzy wcześniej byli „religijni”, nie byli już zainteresowani lekcjami religii ani uczestnictwem w uroczystościach eucharystycznych, rekolekcjach czy dniach skupienia. Dlaczego? Co złego się stało? Wielu z nich odpowiedziało, że lekcje i zajęcia religijne, Msze, rekolekcje i dni skupienia są monotonne i męczące. Uczniom wydaje się absurdalne, że sakramenty są sposobem na przypomnienie nakazów i zakazów, których każdy musi przestrzegać, aby być uważanym za dobrego ucznia, czy dobrego człowieka. A nauczyciele, formatorzy i kaznodzieje mają tendencję do moralizowania, a nie do uważnego słuchania. Uczęszczają na nie, tylko dlatego, że jest to wymagane. Jeśli będą mieli wybór, pójdą do centrów handlowych, aby zrobić zakupy i spędzić tam czas. Czują, że nie mają wystarczająco dużo czasu, aby robić wszystko, co chcą. Pomimo ograniczeń ekonomicznych, wybierają oglądanie filmów, chodzenie do Starbucksa na selfie i kawę oraz noszenie markowych butów i torebek.

W tym kontekście Konferencja Biskupów Katolickich Filipin (CBCP) dostrzegła wyzwanie, przed którym stoi młodzież:

Brak czasu i zbyt wiele do zrobienia. Rozumiejąc to wyzwanie, CBCP uważa za stosowne wezwać wszystkie inne podmioty i sektory w naszym kościele i narodzie: Rodzice (przede wszystkim), urzędnicy państwowi, nauczyciele, osoby działające w społeczeństwie obywatelskim i mediach oraz inni liderzy i podmioty zainteresowane dobrem młodzieży ... pomóżmy młodemu uczynić ich życie znaczącym i owocnym nie tylko na jutro, ale nawet tu i teraz. To, co mogą zrobić lub przyczynić się do

nation: Parents (first and foremost), government officials, educators, those in civil society and media, and other leaders and stakeholders in the welfare of the youth... let us help the young make their lives meaningful and fruitful not only for tomorrow but even in the here and now. For what they can do or contribute to making a better tomorrow, they can very well do and contribute to making a better today.²³

This is exactly, what was referred to as the *de facto* culture in consumer culture. To engage this consumer culture, catechists, religious education teachers, formators, Church leaders and preachers can seek refuge in Augustine's understanding that in the rhetorical contest—in this context religious beliefs vs consumer culture—one must engage people beyond ideas. The community is called to help these students to experience the spiritual delight that frees them from sinful delights.

Pope Francis in his Message to the Young People gathered in Medjugorje, encouraged the young to seek Christ in the Sacraments, especially in the Eucharist. He said,

And in this way, He helps you to discover another way of living, different from the one offered by our ephemeral culture, according to which nothing can be definitive and the only thing that matters is enjoying the present moment. In this climate of relativism, in which it is difficult to find true and certain answers, the guiding words 'Come and see' (Jn 1:39), addressed by Jesus to the disciples, are

²³ In its message to the Youth during the CBCP Year of the Youth 2011, Bishop Nereo Odchimar wrote: "Perhaps the one thing which some of you cannot seem to get enough of, is TIME—you being always in a hurry and on the go, multi-tasking left and right, doing a lot of things, and yet feeling as if you never have enough time in your hands." See Catholic Bishops' Conference of the Philippines, *Young People Stand Firm in Christ*" (21.10.2011), <https://cbcponline.net/young-people-stand-firm-in-christ-3/> (01.06.2023).

lepszego jutra, mogą również zrobić i przyczynić się do lepszego dnia dzisiejszego²³.

Jest to dokładnie to, co zostało określone jako kultura *de facto* w kulturze konsumpcyjnej. Aby zaangażować tę kulturę konsumpcyjną, katecheci, nauczyciele religii, formatorzy, przywódcy kościoła i kaznodzieje mogą szukać rozwiązania w Augustynowym pojmowaniu, że w teoretycznym konkursie – przekonania religijne kontra kultura konsumpcyjna – trzeba angażować ludzi ponad ideami. Społeczność jest powołana, aby pomóc tym uczniom doświadczyć duchowej radości, która uwolni ich od grzesznych rozkoszy.

Papież Franciszek w Orędziu do młodych zgromadzonych w Medjugorju zachęcał młodych do szukania Chrystusa w sakramentach, zwłaszcza w Eucharystii. Powiedział:

W ten sposób On pomaga wam odkryć inny sposób życia, odmienny od tego, który proponuje nasza efemeryczna kultura, według której nic nie może być ostateczne, a jedyną rzeczą, która się liczy, jest cieszenie się chwilą obecną. W tym klimacie relatywizmu, w którym trudno jest znaleźć prawdziwe i pewne odpowiedzi, słowa przewodnie „Chodźcie, a zobaczycie” (J 1, 39), skierowane przez Jezusa do uczniów, są błogosławieństwem. Również do ciebie Jezus kieruje swoje spojrzenie i zaprasza cię, abyś poszedł i był z Nim²⁴.

²³ W swoim przesłaniu do młodzieży podczas Roku Młodzieży CBCP 2011, biskup Nereo Odchimar napisał: „Być może jedyną rzeczą, której niektórzy z was nie mogą mieć dość, jest CZAS – zawsze w pośpiechu i w biegu, wielozadaniowość na prawo i lewo, robienie wielu rzeczy, a mimo to poczucie, że nigdy nie ma się wystarczająco dużo czasu”. Cf. Catholic Bishops’ Conference of the Philippines, *Young People Stand Firm in Christ*” (21.10.2011), <https://cbcponline.net/young-people-stand-firm-in-christ-3/> (01.06.2023).

²⁴ Cf. Franciszek, *Orędzie do młodych zgromadzonych w Medjugorje na corocznym spotkaniu* (29.06.2020), w: <https://www.vatican.va/content/francesco/en/>

a blessing. To you too, Jesus directs his gaze and invites you to go and be with Him.²⁴

The young must be allowed to encounter a community of people who continues to seek people and encounter others in *shalom* despite their differences, to persist despite their sufferings because they have found the central and fundamental source of a flourishing life. A community of witnesses that encounters the young and proclaims God's word in words, in actions, and in their lives. The millennials are visual people. They are tired of hearing words. They must see visual aids that show them by their lives what it is that they are proclaiming. Pope Paul VI in *Evangelii Nuntiandi* says "Modern man listens more willingly to witnesses than to teachers, and if he does listen to teachers, it is because they are witnesses" (EN 41).

Finally, Christians must be steadfast in their evangelizing mission and their witness life in the Spirit as a *mission by attraction*—the way proposed by Pope Francis at the beginning of his Papacy. The kind of missionary transformation which allows all Christians—especially teachers, catechists, preachers, and priests—to an authentic Christian witnessing in our modern, globalized, and secularized world where faith and religion become unnecessary in human development and in the search for meaning and happiness.²⁵ A reminder that those who have encountered the God of love in prayer, in Sacraments are credible witnesses of a community life that flourishes with God's grace and where "Church people are images of a spectacular life that is rooted in God—the True Source of Delight and flourishing life".²⁶

²⁴ See Francis, *Message to Young People Gathered in Medjugorje for the Annual Meeting* (29.06.2020), https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/pont-messages/2020/documents/papa-francesco_20200629_messaggio-giovani-medjugorje.html (1.05.2023).

²⁵ See A. Reception (ed), *Introduction*, in: N.P. Awatin, *Mission by Attraction: Rethinking Pastoral Mission in the Parish*, Manila, 2022.

²⁶ See also S.M. Levy-Achtemeier, *Flourishing life: now and in the time to come*, Eugene, Or, 2012.

Młodym trzeba dać możliwość spotkania się ze wspólnotą ludzi, którzy nieustannie poszukują ludzi i spotykają się z innymi w duchu pokoju, pomimo dzielących ich różnic, aby wytrwać pomimo cierpień, ponieważ odnaleźli centralne i fundamentalne źródło kwitnącego życia. Jest to wspólnota świadectwa, która spotyka się z młodymi i głosi Słowo Boże słowami, czynami i swoim życiem. Milenialsi to wzrokowcy. Są zmęczeni słuchaniem samych sloganów. Muszą ujrzeć świadków, którzy swoim życiem demonstrują im to, co głoszą. Papież Paweł VI w *Evangelii nuntiandi* (EN) napisał, że „człowiek naszych czasów chętniej słucha świadków, aniżeli nauczycieli; a jeśli słucha nauczycieli, to dlatego, że są świadkami” (EN 41).

Wreszcie, chrześcijanie muszą być niezłomni w swojej misji ewangelizacyjnej i życiu świadectwem w Duchu jako *misji przez przyciąganie* – sposób zaproponowany przez papieża Franciszka na początku jego pontyfikatu. Jest to rodzaj misyjnej przemiany, która pozwala wszystkim chrześcijanom – zwłaszcza nauczycielom, katechetom, kaznodziejom i kapłanom – na autentyczne chrześcijańskie świadectwo w naszym nowoczesnym, zglobalizowanym i zsekularyzowanym świecie, w którym wiara i religia stają się niepotrzebne w rozwoju człowieka oraz w poszukiwaniu sensu i szczęścia²⁵. Przypomnienie, że ci, którzy spotkali Boga miłości w modlitwie, w sakramentach, są wiarygodnymi świadkami życia wspólnotowego, które kwitnie dzięki łasce Bożej i gdzie „ludzie Kościoła są obrazami spektakularnego życia, które jest zakorzenione w Bogu – Prawdziwym Źródle Rozkoszy i kwitnącego życia”²⁶.

Czym jest radość, z którą powinniśmy angażować młodych? Jaka jest misja Kościoła wśród milenialsów?

messages/pont-messages/2020/documents/papa-francesco_20200629_messaggio-giovani-medjugorje.html (1.05.2023).

²⁵ Cf. A. Reception (red), *Introduction*, w: N.P. Awatin, *Mission by Attraction: Rethinking Pastoral Mission in the Parish*, Manila, 2022.

²⁶ Cf. też S.M. Levy-Achtemeier, *Flourishing life: now and in the time to come*, Eugene, Or, 2012.

What is a delight with which we should engage the young? What is the mission of the Church among the Millennials?

**c) *Via pulchritudinis (Way of beauty): Wandering
in awe towards the Fullness of Life***

The Sacraments are perceived as salt that has lost its flavor and no longer makes the encounter with Christ palatable. The school and church-based activities are neither longer appealing to their senses or striking their core. The challenge is to make the Church, the school, and the classrooms a rhetorical “community of delight,” and create the link between the liturgy and its beauty, the link moves them to see the *veritatis splendor* and a *via pulchritudinis*. Thus, the schools, parishes, etc., become the Areopagus where the “culture of encounter builds bridges and opens windows to the sacred values and convictions that inspire others. It tears down the walls that divide people and keeps them prisoners of preconceptions, prejudices or indifference.”²⁷ Classrooms, churches, confessionals, and all venues for rhetoric must be transformed into delightful ambiance where these people will be encouraged to thirst for God and see that “the liturgy is a radiant expression of the paschal mystery, in which Christ draws us to himself and calls us to communion” (Benedict XVI, *Sacramentum Caritatis* 35). And that which allows men and women of faith to continue long and desire to encounter God in his words and actively, fully, and fruitfully participate in the Liturgy (See Vaticanun II, *Sacrosanctum Concilium* 14-20) receive God in the Sacraments.

At a time when, there they don't know what they are searching for or what is there beyond the lethargy, the Church can offer the gift of a flourishing life in Christ, the Word Incarnate among the young people who are searching or maybe at the crossroads between staying

²⁷ Francis, *Advancing the Culture of Encounter* (17.03.2023), <https://www.osservatoreromano.va/en/news/2023-03/ing-011/advancing-a-culture-of-encounter.html#:~:text=The%20culture%20of%20encounter%20builds,of%20preconceptions%2C%20prejudices%20or%20indifference> (01.06.2023).

**c) *Via pulchritudinis* (Droga Piękna):
wędrując w zachwycie ku Pełni Życia**

Sakramenty są odbierane jak sól, która zatraciła swój smak i nie sprawia już, że spotkanie z Chrystusem jest smaczne. Zajęcia szkolne i kościelne nie przemawiają już do ich zmysłów. Nie trafiają już w ich sedno. Wyzwaniem jest zatem uczynienie Kościoła, szkoły i sal lekcyjnych retoryczną „wspólnotą zachwyty” i stworzenie połączenia między liturgią i jej pięknem, połączenie, które pozwoli im zobaczyć *veritatis splendor* [blask prawdy] i *via pulchritudinis* [drogę piękną]. W ten sposób szkoły, parafie itp. mogą stać się Areopagiem, na którym „kultura spotkania buduje mosty i otwiera okna na święte wartości i przekonania, które inspirują innych. Burzy mury, które dzielą ludzi i więżą ich w uprzedzeniach, uprzedzeniach lub obojętności”²⁷. Sale lekcyjne, kościoły, konfesjonały i wszystkie miejsca retoryki muszą zostać przekształcone w miejsca zachwycającej atmosfery, w której ci ludzie będą zachęceni do pragnienia Boga i zobaczenia, że „liturgia jest promiennym wyrazem tajemnicy paschalnej, w której Chrystus przyciąga nas do siebie i wzywa do komunii” (Benedykt XVI, *Sacramentum Caritatis* 35). To pozwoli mężczyznom i kobietom wiary trwać w pragnieniu spotkania Boga w Jego słowach i aktywnie, w pełni i owocnie uczestniczyć w liturgii (por. Drugi Sobór Watykański, *Sacrosanctum Concilium* 14-20), oraz przyjmować Boga w sakramentach.

W czasach, gdy ludzie nie wiedzą, czego szukają lub co jest poza letargiem, Kościół może zaoferować dar pełni (kwitnącego) życia w Chrystusie, Słowie Wcielonym, młodym ludziom, którzy szukają lub być może znajdują się na rozdrożu między pozostaniem w miejscu a szukaniem. W pozorowanej utracie zainteresowania tym, co jest poza materialistycznym światem, Kościół może spotkać młodych

²⁷ Franciszek, *Advancing the Culture of Encounter* (17.03.2023), <https://www.osservatoreromano.va/en/news/2023-03/ing-011/advancing-a-culture-of-encounter.html#:~:text=The%20culture%20of%20encounter%20builds,of%20preconceptions%2C%20prejudices%20or%20indifference> (01.06.2023).

put and looking out. In the seeming loss of interest in what is beyond the materialistic world, the Church can encounter the young and allow them to discover the beauty of a community that is welcoming, caring, joyful, and peaceful despite pains and challenges. A community of people who are transformed by their own encounters with Jesus and receive the mission to spread this beautiful experience to others, and walk with others in this Way of Beauty (*Via pulchritudinis*). A community that continues to seek human flourishing beyond richness, good health, and power, but a life of peace, righteousness, joy, and contentment.²⁸

The mission of the Church in general and the Philippine Church in particular is, first and foremost, to recharge and to retool teachers, catechists, formators, and priests so they will see once more the great importance of our vocation and mission as baptized Christians and ordained ministers, a catechetical awakening as Paul VI would say it (EN 132). John Paul II in his Apostolic Exhortation *Catechesi Tradendae* (CT) emphasized the need for catechesis [and for catechists, religious educators, and formators] to be “continually renewed by a certain broadening of its concept, by the revision of its methods, by the search for suitable language, and by the utilization of new means of transmitting the message” (CT 17). This was an urgent call raised by the participants of the Second Plenary Council in the Philippines in the 1980s and is still, a recurring reminder to all catechists, religious educators, and Formators in the Philippines.²⁹ Pope Francis during the Third International Congress of Catechists reminded the catechists in particular [and religious educators and

²⁸ See also C.E. Self, *A Flourishing Life of Love: The Heart of the Matter* (Matthew 22:37-40), “The Living Pulpit” 23 (2014) no 1 (Spring), p. 27-29; L.R. Matthias, *Altruism, and the flourishing teacher: Exploring a Christian Theology of Love*, “International Journal of Christianity & Education” 20 (2016) no 2 (July), p. 106-118; E. Feldman, *Pursuing the Flourishing Life in Christ*, <https://www.austinstone.org/articles/pursuing-the-flourishing-life-in-christ> (03.14.2023).

²⁹ See J.L. Roche, *Catechesis/Religious Education in the Spirit of PCP II*, “Landas” 6 (1992) p. 145-165. See also C. Batan, *The National Catechetical Survey (NCS) 2016-2021: Pastoral Action, Research and Intervention Project*, Manila, 2021.

i pozwolić im odkryć piękno wspólnoty, która jest gościnna, troskliwa, radosna i spokojna pomimo bólu i wyzwań. Wspólnota ludzi, którzy zostali przemienieni przez własne spotkania z Jezusem i otrzymali misję szerzenia tego pięknego doświadczenia wśród innych i kroczenia z innymi Drogą Piękną (*Via pulchritudinis*). Wspólnota, która nadal poszukuje ludzkiego rozkwitu poza bogactwem, dobrym zdrowiem i siłą, ale życia w pokoju, sprawiedliwości, radości i zadowoleniu²⁸.

Misją Kościoła w ogóle, a Kościoła filipińskiego w szczególności, jest po pierwsze podładowanie i ponowne przygotowanie nauczycieli, katechetów, formatorów i kapłanów, aby znów dostrzegli wielkie znaczenie naszego powołania i misji jako ochrzczonych chrześcijan i wyświęconych szafarzy, przebudzenie katechetyczne, jak powiedziałyby Paweł VI (EN 132). Jan Paweł II w adhortacji apostolskiej *Catechesi tradendae* (CT) podkreślił potrzebę, aby katecheza [oraz katecheci, wychowawcy religijni i formatorzy] była „nieustannie odnawiana przez pewne poszerzenie jej koncepcji, przez rewizję jej metod, przez poszukiwanie odpowiedniego języka i przez wykorzystanie nowych środków przekazywania orędzia” (CT 17). Było to pilne wezwanie podniesione przez uczestników Drugiego Synodu Plenarnego na Filipinach w latach 80-tych i nadal jest stałym przypomnieniem dla wszystkich katechetów, wychowawców religijnych i formatorów na Filipinach²⁹. Papież Franciszek podczas Trzeciego Międzynarodowego Kongresu Katechetów przypomniał katechetom w szczególności [oraz wychowawcom religijnym i formatorom

²⁸ Cf. też C.E. Self, *A Flourishing Life of Love: The Heart of the Matter* (Matthew 22:37-40), “The Living Pulpit” 23 (2014) no 1 (Spring), p. 27-29; L.R. Matthias, *Altruism, and the flourishing teacher: Exploring a Christian Theology of Love*, “International Journal of Christianity & Education” 20 (2016) no 2 (July), p. 106-118; E. Feldman, *Pursuing the Flourishing Life in Christ*, <https://www.austinstone.org/articles/pursuing-the-flourishing-life-in-christ> (03.14.2023).

²⁹ See J.L. Roche, *Catechesis/Religious Education in the Spirit of PCP II*, “Landas” 6 (1992) p. 145-165. See also C. Batan, *The National Catechetical Survey (NCS) 2016-2021: Pastoral Action, Research and Intervention Project*, Manila, 2021.

formators in general] to “never tire of being catechists” and “never forget the purpose of catechesis.”³⁰ This is a timely impetus for catechists and educators.

Thus, the second mission – catechists and educators must be challenged to be delighted and ecstatic once again in their vocation as formators and teachers and fathom that “the life of a catechist/educator as a servant in the Church is joyful and fulfilling as they are able to guide the faith formation of the catechized.”³¹

Thirdly, it is the call to be people of encounter. John Paul II taught that catechesis must put people in touch and in communion in intimacy with Jesus who can lead us to the love of the Father in the Spirit and make us share in the life of the Holy Trinity (CT 5). His successor Benedict XVI echoed this in *Deus Caritas Est* (DCE) when he said: “Being a Christian is not the result of an ethical choice or a lofty idea, but the encounter with an event, a person, which gives life a new horizon and a decisive direction” (DCE 1). Catechists and religious educators and formators who encounter Christ in prayer, in the Sacraments are effective and credible agents of encounter in a world that Pope Francis describes as “too accustomed to the indifference”. Further, he asks people of goodwill to “work and ask for the grace to build a culture of encounter, of this fruitful encounter, this encounter that returns to each person their dignity as children of God, the dignity of living”. We “are accustomed to this indifference”, the Pope said, whether it be “when we see the calamities of this world” or when faced with the “little things”.³²

How can we be a “community of delight” when we ourselves are no longer delighted in our ministry? How can we speak of full of wisdom and delight when we are no longer experiencing it or have

³⁰ Francis, *Address to Participants in the Third International Congress of Catechists* (10.09.2022), in: <https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2022/september/documents/20220910-congresso-int-catechisti.html> (1.05.2023).

³¹ C. Batan, *Findings and Insights*, Manila, 2021.

³² Franciszek, *Culture of Encounter* (13.09.2016), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/cotidie/2016/documents/papa-francesco-cotidie_20160913_for-a-culture-of-encounter.html (01.06.2023).

w ogóle], aby „nigdy nie męczyli się byciem katechetami” i „nigdy nie zapominali o celu katechezy”³⁰.

Jest to więc, po drugie, stale aktualny impuls dla katechetów i wychowawców. Tak więc katecheci i wychowawcy muszą być wzywani do ponownego zachwytu i ekstazy w swoim powołaniu jako formatorzy i nauczyciele oraz zrozumieć, że „życie katechety / wychowawcy jako sługi w Kościele jest radosne i satysfakcjonujące, ponieważ są w stanie kierować formacją wiary katechizowanych”³¹.

W końcu, po trzecie, jest to wezwanie do bycia ludźmi spotkania. Jan Paweł II nauczał, że katecheza musi wprowadzać ludzi w kontakt i komunie w intymności z Jezusem, który może doprowadzić nas do miłości Ojca w Duchu Świętym i uczynić nas uczestnikami życia Trójcy Świętej (CT 5). Jego następca Benedykt XVI powtórzył to w *Deus Caritas Est* (DCE), pisząc: „Bycie chrześcijaninem nie jest wynikiem wyboru etycznego czy wzniosłej idei, ale spotkaniem z wydarzeniem, z Osobą, która nadaje życiu nowy horyzont i decydujący kierunek” (DCE 1). Katecheci i wychowawcy religijni oraz formatorzy, którzy spotykają Chrystusa w modlitwie, w sakramentach, są skutecznymi i wiarygodnymi pośrednikami spotkania w świecie, który papież Franciszek opisuje jako „zbyt przyzwyczajony do obojętności”. Co więcej, prosi ludzi dobrej woli, aby „pracowali i prosili o łaskę budowania kultury spotkania, owocnego spotkania, spotkania, które przywraca każdej osobie jej godność dzieci Bożych, godność życia”. „Jesteśmy przyzwyczajeni do tej obojętności”, powiedział papież, czy to „kiedy widzimy nieszczęścia tego świata”, czy też w obliczu „małych rzeczy”³².

Jak możemy być „wspólnotą zachwytu”, skoro sami nie jesteśmy już zachwyceni naszą posługą? Jak możemy mówić o pełni mądrości

³⁰ Franciszek, *Orędzie do uczestników Trzeciego Międzynarodowego Kongresu Katechistów* (10.09.2022), w: <https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2022/september/documents/20220910-congresso-int-catechisti.html> (1.05.2023).

³¹ C. Batan, *Findings and Insights*, Manila, 2021.

³² Franciszek, *Culture of Encounter* (13.09.2016), w: https://www.vatican.va/content/francesco/en/cotidie/2016/documents/papa-francesco-cotidie_20160913_for-a-culture-of-encounter.html (01.06.2023).

not experienced it all? How can we invite them to encounter God and walk through the *Via pulchritudinis*.

CONCLUSION

Before consumer culture could sweep religion under the rug, the Church should imagine herself (listening to Augustine) persuading educators and formators to instruct, delight and move the listener, the students, the mass goers, the bystanders, and the strangers. Not all are gifted with the eloquence that can persuade people and touch hearts, but everyone can be witnesses of their own delightful experience with the Lord. Each can acknowledge his/her giftedness and use that unique gift to bring back the young to the fold and allow them to experience the holistic life of the Church—Sacraments, people caring for the environment, people who care for the poor and marginalized, and seeks to restore their dignity, people who work for justice and peace, teachers, catechists and priests who are not just proclaimers but witnesses of the love of God—that is full of wisdom and delight.

We should take a risk of opening ourselves trusting that on the one hand we discover in them friends and brothers / sisters and on the other we discover more about ourselves. Thus, the wisdom and delight that the Church offers, through the formators, teachers, catechists, and ministers who are agents of encounters, attract the young to an experience of spiritual delight, of the discovery of the *Veritatis splendor*, and walk through the *via pulchritudinis* that leads them to experience God's overflowing love and communion with God who is the source of true delight.

i zachwytu, skoro sami już tego nie doświadczamy lub nigdy nie doświadczyliśmy tego? Jak możemy zaprosić ich do spotkania z Bogiem i maszerowania *Via Pulchritudinis*?

* * *

Zanim kultura konsumpcyjna mogłaby zamieść religię pod dywan, Kościół jako całość powinien wyobrazić sobie siebie jako słuchającego Augustyna przekonującego wychowawców i formatorów do nauczania, zachwywania i poruszania słuchaczy, uczniów, uczestników mszy, osób postronnych i nieznajomych. Nie wszyscy są obdarzeni elokwencją, która może przekonać ludzi i dotknąć serc, ale każdy może być świadkiem własnego zachwytu doświadczeniem Pana. Każdy może uznać swój talent i wykorzystać ten wyjątkowy dar, aby przywrócić młodych do owczarni i pozwolić im doświadczyć holistycznego życia Kościoła – sakramentów, ludzi dbających o środowisko, ludzi, którzy troszczą się o ubogich i zmarginalizowanych oraz starają się przywrócić im godność, ludzi, którzy działają na rzecz sprawiedliwości i pokoju, nauczycieli, katechetów i kapłanów, którzy są nie tylko głosicielami, ale świadkami miłości Boga – która jest pełna mądrości i zachwytu.

Mądrość i zachwyty, oferowane przez Kościół za pośrednictwem wychowawców, nauczycieli, katechetów i duszpasterzy, powinny doprowadzić młodych do doświadczenia duchowego zachwytu, który pozwoli im doświadczyć przelewającej się miłości Boga i komunii z Bogiem, będącym źródłem prawdziwego zachwytu

Powinniśmy podjąć ryzyko otwarcia się, ufając, że z jednej strony odkryjemy w nich przyjaciół i braci/siostry, a z drugiej strony odkryjemy pełniej prawdę o nas samych. W ten sposób mądrość i zachwyty, które Kościół oferuje poprzez wychowawców, nauczycieli, katechetów i duszpasterzy, którzy są pośrednikami spotkań, przyciągają młodych do doświadczenia duchowego zachwytu, odkrycia blasku Prawdy (*Veritatis splendor*) i kroczenia drogą Piękną (*via pulchritudinis*), która prowadzi ich do doświadczenia przelewającej się miłości i komunii z Bogiem, który jest źródłem prawdziwego zachwytu.

Abstract

Consumer culture is trying to push the issues of religion out of the lives of societies. Not everyone is gifted with the eloquence that can convince people and touch hearts, but everyone can witness their own delight in experiencing God in life. Everyone can use their own talents to let the lost people experience the true life of the Church, to discover the beauty of the sacraments and, above all, to discover people who care for the poor and marginalized by restoring their dignity; people who work for justice, peace and the environment. Teachers, catechists and priests are not only preachers, but witnesses of God's love – which is full of wisdom and delight. It is wisdom and awe that can lead to discovering the splendor of Truth (*Veritatis splendor*) and walking the path of Beauty (*via pulchritudinis*), which leads to God, who is the source of true wisdom and awe.

Keywords: Fullness of life in Christ, consumerism, faith in God, delight in the beauty of God

BIBLIOGRAPHY

Magisterium Ecclesiae

(In chronological order. Since there are many editions of the main documents, therefore we give here only references to the less known documents and addresses)

Second Vatican Council, *Sacrosanctum Concilium* – Constitution on the Sacred Liturgy (4.12.1963)

Paul VI, *Evangelii nuntiandi* – Apostolic Exhortation on evangelization in the world (8.12.1975).

John Paul II, *Catechesi Tradendae* – Apostolic Exhortation on Catechesis in our time (10.16.1979).

John Paul II, *Centesimus Annus* – Encyclical letter on the hundredth anniversary of “Rerum Novarum” (01.05.1991).

John Paul II, *Address during the Vigil Prayer on the 15th World Youth Day* (19.10.2000), in: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/2000/jul-sep/documents/hf_jp-ii_spe_20000819_gmg-veglia.html (01.06.2023).

Benedict XVI, *Sacramentum Caritatis* – Post-Synodal Apostolic Exhortation on the Eucharist as the Source and Summit of the Church's life and mission (22.02.2007).

Francis, *Culture of Encounter* (13.09.2016), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/cotidie/2016/documents/papa-francesco-cotidie_20160913_for-a-culture-of-encounter.html (01.06.2023).

Streszczenie

Kultura konsumpcyjna usiłuje wyprzeć zagadnienia religii z życia społeczeństw. Nie wszyscy są obdarzeni elokwencją, która może przekonać ludzi i dotknąć serc, ale każdy może być świadkiem własnego zachwytu doświadczeniem Boga w życiu. Każdy może wykorzystać własne talenty, aby zagubionym pozwolić doświadczyć prawdziwego życia Kościoła. Odkryć piękno sakramentów, a przede wszystkim ludzi, którzy troszczą się o ubogich i zmarginalizowanych przywracając im godność; ludzi, którzy działają na rzecz sprawiedliwości, pokoju i środowiska. Nauczyciele, katecheci i kapłani są nie tylko głosicielami, ale świadkami miłości Boga – która jest pełna mądrości i zachwytu. To właśnie mądrość i zachwyty mogą doprowadzić do odkrycia blasku Prawdy (*Veritatis splendor*) i kroczenia drogą Piękną (*via pulchritudinis*), która prowadzi do Boga, który jest źródłem prawdziwej mądrości i zachwytu.

Słowa kluczowe: Pełnia życia w Chrystusie, konsumpcjonizm, wiara w Boga, zachwyty pięknem Boga

BIBLIOGRAFIA

Magisterium Ecclesiae

(W porządku chronologicznym. Ponieważ istnieje wiele wydań głównych dokumentów, dlatego tutaj podane są jedynie dane mniej znanych wystąpień i dokumentów.)

Drugi Sobór Watykański, *Sacrosanctum Concilium* – Konstytucja o Liturgii Świętej (4.12.1963)

Paweł VI, *Evangelii nuntiandi* – Adhortacja apostolska o ewangelizacji w świecie (8.12.1975).

Jan Paweł II, *Catechesi Tradendae* – Adhortacja o katechezie w naszych czasach (10.16.1979).

Jan Paweł II, *Centesimus Annus* – Encyklika z okazji setnej rocznicy “Rerum Novarum” (01.05.1991).

Jan Paweł II, *Przemówienie podczas wigilii w czasie 15 Światowego Dnia Młodzieży* (19.10.2000), w: https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/speeches/2000/jul-sep/documents/hf_jp-ii_spe_20000819_gmg-veglia.html (01.06.2023).

Benedykt XVI, *Sacramentum Caritatis* – Post-Synodalna adhortacja apostolska o Eucharystii jako źródle i szczycie życia i misji Kościoła (22.02.2007).

Franciszek, *Culture of Encounter* (13.09.2016), w: https://www.vatican.va/content/francesco/en/cotidie/2016/documents/papa-francesco-cotidie_20160913_for-a-culture-of-encounter.html (01.06.2023).

- Francis, *Message to Young People Gathered in Medjugorje for the Annual Meeting* (29.06.2020), in: https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/pont-messages/2020/documents/papa-francesco_20200629_messaggio-giovani-medjugorje.html (1.05.2023).
- Francis, *Fratelli Tutti* – Encyclical letter on Fraternity and Social Friendship (03.10.2020).
- Francis, *Address to Participants in the Third International Congress of Catechists* (10.09.2022), in: <https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2022/september/documents/20220910-congresso-int-catechisti.html> (01.06.2023).
- Francis, *Advancing a Culture of Encounter* (17.03.2023), in: <https://www.osservatoreromano.va/en/news/2023-03/ing-011/advancing-a-culture-of-encounter.html#:~:text=The%20culture%20of%20encounter%20builds,of%20preconceptions%2C%20prejudices%20or%20indifference> (01.06.2023).

Other sources

- Augustine of Hippo, *De Trinitate*, in: <https://www.augustinus.it/italiano/trinita/index2.htm> (06.04.2023).
- Batan, Clarence, *Findings and Insights*, Manila: ECCCE and University of Santo Tomas Research Center, 2021.
- Batan, Clarence, *The National Catechetical Survey (NCS) 2016-2021: Pastoral Action, Research and Intervention Project*, Manila: ECCCE and University of Santo Tomas Research Center, 2021.
- Catholic Bishops' Conference of the Philippines, *Young People Stand Firm in Christ* (21.10.2011), in: <https://cbcponline.net/young-people-stand-firm-in-christ-3/> (01.06.2023).
- Cavanaugh, William, *Being Consumed. Economics and Christian Desire*, Grand Rapids, Mi: William B. Eerdmans Publishing Company, 2008.
- Feldman, Erin, *Pursuing the Flourishing Life in Christ*, in: <https://www.austinstone.org/articles/pursuing-the-flourishing-life-in-christ> (03.14.2023).
- Fordism*, in: <https://www.britannica.com/money/topic/Fordism> (01.06.2023).
- Generation Z is stressed, depressed and exam-obsessed*, “The Economist” (27.02.2019), in: <https://www.economist.com/graphic-detail/2019/02/27/generation-z-is-stressed-depressed-and-exam-obsessed> (20.06.2023).
- Hartman, Laura M., *The Christian Consumer: Living Faithfully in a Fragile World*, Oxford: Oxford University Press, 2011, <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199746422.001.0001>.
- Himes, Kenneth, *Consumerism and Christian Ethics*, “Theological Studies” 68 (2007) p. 131-153.
- How Phyllo is Handmade by One of Greece's Last Pastry Makers*, “Business Insider Today” (16.11.2020), in: <https://www.facebook.com/BusinessInsiderToday/videos/2868349146731849> (31.03.2023).

- Franciszek, *Orędzie do młodych zgromadzonych w Medjugorje na corocznym spotkaniu* (29.06.2020), w: https://www.vatican.va/content/francesco/en/messages/pont-messages/2020/documents/papa-francesco_20200629_messaggio-giovani-medjugorje.html (1.05.2023).
- Franciszek, *Fratelli Tutti* – Encyklika o Braterstwie i przyjaźni społecznej (03.10.2020).
- Franciszek, *Orędzie do uczestników Trzeciego Międzynarodowego Kongresu Katechistów* (10.09.2022), w: <https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2022/ september/documents/20220910-congresso-int-catechisti.html> (01.06.2023).
- Franciszek, *Advancing a Culture of Encounter* (17.03.2023), w: <https://www.osservatoreromano.va/en/news/2023-03/ing-011/advancing-a-culture-of-encounter.html#:~:text=The%20culture%20of%20encounter%20builds,of%20preconceptions%20or%20indifference> (01.06.2023).

Inne źródła

- Augustine of Hippo, *De Trinitate*, in: <https://www.augustinus.it/italiano/trinita/index2.htm> (06.04.2023).
- Batan, Clarence, *Findings and Insights*, Manila: ECCCE and University of Santo Tomas Research Center, 2021.
- Batan, Clarence, *The National Catechetical Survey (NCS) 2016-2021: Pastoral Action, Research and Intervention Project*, Manila: ECCCE and University of Santo Tomas Research Center, 2021.
- Catholic Bishops' Conference of the Philippines, *Young People Stand Firm in Christ* (21.10.2011), in: <https://cbcponline.net/young-people-stand-firm-in-christ-3/> (01.06.2023).
- Cavanaugh, William, *Being Consumed. Economics and Christian Desire*, Grand Rapids, Mi: William B. Eerdmans Publishing Company, 2008.
- Feldman, Erin, *Pursuing the Flourishing Life in Christ*, in: <https://www.austinstone.org/articles/pursuing-the-flourishing-life-in-christ> (03.14.2023).
- Fordism*, in: <https://www.britannica.com/money/topic/Fordism> (01.06.2023).
- Generation Z is stressed, depressed and exam-obsessed*, "The Economist" (27.02.2019), in: <https://www.economist.com/graphic-detail/2019/02/27/generation-z-is-stressed-depressed-and-exam-obsessed> (20.06.2023).
- Hartman, Laura M., *The Christian Consumer: Living Faithfully in a Fragile World*, Oxford: Oxford University Press, 2011, <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199746422.001.0001>.
- Himes, Kenneth, *Consumerism and Christian Ethics*, "Theological Studies" 68 (2007) p. 131-153.

- Kryk, Hazel, *A Theory of Consumption* – as quoted in: Kerry Higgs, *Collision Course: Endless Growth on a Finite Planet*, Cambridge: The MIT Press, 2014.
- Leach, William, *Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of the New American Culture*, New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2011.
- Lebow, Victor, *Price Competition in 1955*, “Journal of Retailing” (Spring 1995), in: <http://www.ablemesh.co.uk/PDFs/journal-of-retailing1955.pdf> (20.06.2023).
- Levy-Achtemeier, Sandra M., *Flourishing life: now and in the time to come*, Eugene, Or: Cascade Books, 2012.
- Matthias, Laurie R., *Altruism, and the flourishing teacher: Exploring a Christian Theology of Love*, “International Journal of Christianity & Education” 20 (2016) no 2 (July), p. 106-118.
- Nietzsche, Friedrich, *Thus Spoke Zarathustra: A Book for Anyone and No One*, in: R.J. Hollingdale (ed.), Hardmondsworth: Penguin Books, 1961.
- O’Reilly, Matthew P., “*Shall we continue in sin?*”: *Human flourishing and the question of holiness*, “Wesleyan Theological Journal” 55 (2020) no 2 (Fall), p. 102-113.
- Proletarianization*, in: <https://www.oxfordreference.com/search?q=Proletarianization&search Btn=Search&isQuickSearch=true> (18.07.2023).
- Recepcion, Andrew (ed), *Introduction*, in: Nikko Patrick Awatin, *Mission by Attraction: Rethinking Pastoral Mission in the Parish*, Manila: Eres Printing Press, 2022.
- Roche, Joseph L., *Catechesis/Religious Education in the Spirit of PCP II*, “Landas” 6 (1992) p. 145-165.
- Self, Charlie E., *A Flourishing Life of Love: The Heart of the Matter (Matthew 22:37-40)*, “The Living Pulpit” 23 (2014) no 1 (Spring), p. 27-29.
- Volf, Miroslav, *The Crown of the Good Life. A Hypothesis*, in: *Joy and Human Flourishing. Essays on Theology, Culture and the Good Life*, Minneapolis: Fortress Press, 2015, p. 127-136;
- Williams, Raymond, *Consumer*, in: Lawrence Glickman (ed.), *Consumer Society in American History: A Reader*, Ithaca, N.Y.: Cornell University, 1999, p. 17-18.

- How Phyllo is Handmade by One of Greece's Last Pastry Makers*, "Business Insider Today" (16.11.2020), in: <https://www.facebook.com/BusinessInsiderToday/videos/2868349146731849> (31.03.2023).
- Kryk, Hazel, *A Theory of Consumption* – as quoted in: Kerry Higgs, *Collision Course: Endless Growth on a Finite Planet*, Cambridge: The MIT Press, 2014.
- Leach, William, *Land of Desire: Merchants, Power, and the Rise of the New American Culture*, New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2011.
- Lebow, Victor, *Price Competition in 1955*, "Journal of Retailing" (Spring 1995), in: <http://www.ablemesh.co.uk/PDFs/journal-of-retailing1955.pdf> (20.06.2023).
- Levy-Achtemeier, Sandra M., *Flourishing life: now and in the time to come*, Eugene, Or: Cascade Books, 2012.
- Matthias, Laurie R., *Altruism, and the flourishing teacher: Exploring a Christian Theology of Love*, "International Journal of Christianity & Education" 20 (2016) no 2 (July), p. 106-118.
- Nietzsche, Friedrich, *Thus Spoke Zarathustra: A Book for Anyone and No One*, in: R.J. Hollingdale (ed.), Harmondsworth: Penguin Books, 1961.
- O'Reilly, Matthew P., "Shall we continue in sin?": *Human flourishing and the question of holiness*, "Wesleyan Theological Journal" 55 (2020) no 2 (Fall), p. 102-113.
- Proletarianization*, in: <https://www.oxfordreference.com/search?q=Proletarianization&search Btn=Search&isQuickSearch=true> (18.07.2023).
- Recepcion, Andrew (ed), *Introduction*, in: Nikko Patrick Awatin, *Mission by Attraction: Rethinking Pastoral Mission in the Parish*, Manila: Eres Printing Press, 2022.
- Roche, Joseph L., *Catechesis/Religious Education in the Spirit of PCP II*, "Landas" 6 (1992) p. 145-165.
- Self, Charlie E., *A Flourishing Life of Love: The Heart of the Matter (Matthew 22:37-40)*, "The Living Pulpit" 23 (2014) no 1 (Spring), p. 27-29.
- Volf, Miroslav, *The Crown of the Good Life. A Hypothesis*, in: *Joy and Human Flourishing. Essays on Theology, Culture and the Good Life*, Minneapolis: Fortress Press, 2015, p. 127-136;
- Williams, Raymond, *Consumer*, in: Lawrence Glickman (ed.), *Consumer Society in American History: A Reader*, Ithaca, N.Y.: Cornell University, 1999, p. 17-18.

