

Paweł Mostył

Katolicki Uniwersytet Lubelski
Jana Pawła II

Wielokulturowość a proces „makdonaldyzacji” świata

Multiculturalism and the process of McDonaldization of the World

Słowa kluczowe:

makdonaldyzacja, George Ritzer, globalizacja, wielokulturowość

Key words:

McDonaldization, George Ritzer, globalization, multiculturalism

Abstract

The American sociologist, George Ritzer, is an author of the idea of McDonaldization. The process of McDonaldization is based on four dimensions: efficiency, calculability, predictability and control. This phenomenon is older than the first McDonald's restaurant. The success of fast food chain was achieved through an older inventions like: Henry's Ford assembly line, Frederick's Taylor scientific management and modern bureaucracy. It is associated with an increasing growth of consumption in modern global society. The systems, which consist in the principles of McDonald's restaurants, occasion the vanishing of exceptional cultural elements and lead to the homogenization of culture.

Wprowadzenie

Maksyma Henry'ego Forda z 1914 roku brzmi: „Każdy odbiorca może mieć wóz pomalowany na jaki kolor zechce, pod warunkiem, że kolor

będzie czarny”¹. Sentencja amerykańskiego przemysłowca, twórcy koncernu motoryzacyjnego *Ford Motor Company* dobrze pasuje do próby opisu struktury świata w jakim przyszło nam obecnie żyć. W imię sprawności i standaryzacji, prostota taśmy produkcyjnej Forda zmieniła nasze życie społeczne, spowodowała nie tylko ujednoczenie metody pracy, ale homogenizację całej kultury.

W artykule przedstawię problem stopniowego zanikania autentycznej wielości kultur w coraz bardziej zglobalizowanych wspólnotach państwowych, na rzecz rozszerzającego się podobieństwa w działaniu wielu sfer życia ludzi danej kultury poprzez zracjonalizowane sposoby systemów makdonaldyzowanych odnoszący triumf nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale również w Europie.

Pisząc o *wielokulturowości* bazuję na szerokim rozumieniu tego pojęcia jako stwierdzeniu: „faktu istnienia na świecie odmiennych kultur etnicznych”², czyli innym słowy wielości kultur.

Opierając się na dorobku naukowym współczesnego amerykańskiego socjologa George’a Ritzera³ będę starał się wykazać jak poprzez narastający konsumpcjonizm w wielu państwach świata, w tym ze Starego Kontynentu, postępuje homogenizacja kultur etnicznych i wymieranie tego, co w nich niepowtarzalne na rzecz ich standaryzacji w stylu restauracji McDonald’s.

Makdonaldyzacja społeczeństwa

Ritzer we współczesnym świecie zauważa zjawisko transformacji społeczeństwa które nazywa mianem *makdonaldyzacji*, czyli: „procesem, który powoduje, że w coraz to nowych sektorach społeczeństwa Stanów Zjednoczonych, a także reszty świata, zaczynają dominować zasady działania baru szybkich dań”⁴. Według socjologa to właśnie branża szybkich dań pod szyldem „złotych łuków” służy za najlepszy przykład zjawiska bazującego na Weberowskiej teorii racjonalności której wzorem była dehumanizująca człowieka biurokracja, naukowe zarządzanie Frederick’a Taylora mające na celu racjonalizację pracy oraz wyżej opisana taśma produkcyjna z fabryki Forda, która dzięki ściśle określonym czynnościom wykonywanym

¹ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 2009, s. 103.

² <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wielokulturowosc;3995791.html> [dostęp 14.03.2015]

³ George Ritzer – ur. 1940 roku, profesor socjologii Uniwersytetu Maryland, twórca teorii *makdonaldyzacji*.

⁴ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 14.

przez pracowników pozwala na ich całkowitą kontrolę i daje możliwość zastąpienia człowieka robotem⁵.

We wstępie książki *Makdonaldyzacja społeczeństwa* czytamy, że zamysłem Ritzera jest przekazanie wiedzy o daleko sięgającym zjawisku społecznym jakim jest makdonaldyzacja, ale przede wszystkim ostrzeżenie przed licznymi niebezpieczeństwami, które są z nią związane⁶. Największą groźbą jest powiększający się zasięg tego procesu nie tylko na branżę zbiorowego jedzenia, ale i na: „sferę edukacji, pracy, opieki zdrowotnej, podróży, wypoczynku, żywienia dietetycznego, na rodzinę i właściwie na wszystkie aspekty życia społeczeństwa. Wykazuje ona wszelkie oznaki procesu, który jest nieuchronny i dosięga instytucji i regionów świata na pozór nań odpornych”⁷. Obecnie możemy zauważyć, że w coraz większym stopniu urzeczywistnia się zjawisko makdonaldyzacji.

Cztery zasady

W tej części przyjrzymy się bliżej czterem aspektom *makdonaldyzacji* na bazie których restauracje McDonald’s odniosły ogólnoświatowy sukces, tj.: sprawność, wymierność, przewidywalność i sterowanie. W opisie teorii stworzonej przez Ritzera oprę się na wybranych przykładach.

Sprawność

Pierwszą zasadą jest sprawność, która ma za zadanie zastosowanie najszybszej metody do osiągnięcia optymalnego środka do celu. McDonald’s posługuje się tą regułą oferując klientowi możliwie najlepszy sposób przejścia od stanu do głodu do sytości. W społeczeństwie europejskim coraz częściej spotykamy rodziny gdzie obydwój rodziców pracuje, więc jedzenie w sieciach fast food przez członków takich rodzin jest szczególnie kuszące. Spożywanie takiego jedzenia niesie za sobą konsekwencje nie tylko zdrowotne, ale rozbija wspólnotę rodziną, której ważnym punktem są wspólne posiłki w domu. Podobnie jak konsumenci równie sprawnie działają pracownicy. W systemach zmakdonaldyzowanych obowiązują ścisłe za-

⁵ Tamże, s. 50-54, 58-64; K. Sitkiewicz, *Stan pragnienia. Oblicza makdonaldyzacji*, Warszawa 2009, s. 14-15.

⁶ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 11-12.

⁷ Tamże, s. 15.

sady i przepisy organizacyjne, a ich przestrzegania pilnują kierownicy na każdym etapie wykonywanej pracy⁸.

W ogromnych centrach handlowych, które są bardzo popularne w Europie możemy znaleźć wiele sklepów i salonów znanych marek wraz z restauracjami, kinem i siłownią w jednym budynku. Jest to o wiele sprawniejsze dla klienta niż odwiedzanie sklepów rozrzuconych po całym mieście. Miejsca te są tak zaprojektowane, aby zachęcać do praktykowania „konsumenckiej religii”⁹. Choć są przedsiębiorstwami handlowymi to badacze uważają, że mają wiele wspólnego z ośrodkami religijnymi tradycyjnych cywilizacji¹⁰. Przede wszystkim zaspokajają potrzebę kontaktu z innymi ludźmi (potrzebę wspólnoty), i potrzebę świętowania. Podobnie jak tradycyjne świątynie posiadają podobną równowagę, symetrię i układ¹¹.

Przykładem zastosowania zasady sprawności w szkolnictwie są komputerowe egzaminy testowe. Nie rzadko właśnie taka forma pojawia się na uniwersytetach zamiast indywidualnej rozmowy z profesorem¹².

Wymierność

Kolejną regułą jest wymierność polegająca na przywiązaniu szczególnej wagi do ilości, a nie jakości. Powstaje u odbiorców złudzenie, że jeśli otrzymujemy czegoś dużo, a przy tym jeszcze szybko to oznacza, że jest to równoznaczne z dobrą jakością. Najpopularniejszą kanapką w sieci McDonald's jest Big Mac, czyli Wielki Mac. Innym przykładem przywiązywania dużego znaczenia do ilości są wprowadzane coraz większe porcje tzw. McZestawy Powiększone. Nacisk nie jest kładziony na jakość, ale na ilość. Niestety podobną tendencję widzimy nie tylko w restauracjach typu fast food, ale w społeczeństwie w ogóle¹³.

Wzmożenie nacisku na kwantyfikację, kalkulowanie i liczenie wzmogło się z pojawieniem komputera i powszechnej komputeryzacji wielu sfer naszego życia. W sferze pracy coraz powszechniejsze jest skupianie się

⁸ Tamże, s. 30.

⁹ W. S. Kowinski, *The Mall of America: An Inside Look AT the Great Consumer Paradise*, New York 1985, s. 218, za: G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2012, s. 24.

¹⁰ I. G. Zepp, Jr., *The New Religious Image of Urban America: The Shopping Mall as Ceremonial Center*, University Press of Colorado, 1997, za: G. Rizer, *Magiczny...*, dz. cyt., s. 24.

¹¹ G. Ritzer, *Magiczny...*, dz. cyt., s. 24.

¹² G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 91-94.

¹³ Tamże, s. 31-32, 114-120; G. Ritzer, *Magiczny...*, s. 144-147.

na ilościowych, a nie jakościowych aspektach wykonywanego zadania. Obecnie wydaje się, że zadaniem szkolnictwa wyższego jest właśnie wymierność – wyprodukowanie jak na taśmie produkcyjnej jak największej liczby studentów, najlepiej z wysokimi średnimi ocen. Priorytetem przestaje być jakość przekazywanej wiedzy i co absolwent wyniesie dla siebie po ukończeniu studiów. Dla zwiększenia szans na rynku pracy osoba stara się gromadzić niezliczoną ilość dyplomów i tytułów, za którymi nie rzadko nie idą kompetencje, myląc ilość z jakością w nadziei na lepszą pracę. Sami profesorowie są poddawani czynnikom ilościowym w postaci chociażby kwestionariuszy oceny wykładu wypełnianych przez studenta po zakończeniu semestru, w których to uczeń ocenia swojego nauczyciela. Nie tylko dydaktyka, ale i prace badawcze, publikacje naukowe poddawane są kwantyfikacji. Naukowcy są zmuszani pracować według zasady: „publish or perish”, czyli „bez publikacji nie istniejesz”, wzbudzając tendencję bardziej ilościową, a nie jakościową publikowanych tekstów, aby spełnić wymagania punktowe narzucone przez system zmakdonaldyzowanej edukacji. Rezultatem tego systemu powstaje wiele prac nie wnoszących zupełnie nic do dziedziny nauki¹⁴.

Ośrodki medyczne jako instytucje zbiurokratyzowane są nastawione na zwiększenie zysku i ciągle pomniejszanie kosztów, przez co odsyła się pacjentów, którzy są przewlekle chorzy lub których nie stać na opiekę medyczną, gdyż są nieopłacalni. Człowiek w takim układzie przestaje być celem, a staje się jedynie środkiem w osiągnięciu dochodu finansowego¹⁵.

W zglobalizowanej kulturze świata bardzo ważne miejsce zajmują osiągnięcia w dziedzinie audiowizualnej. Szczególne miejsce zajmuje tu odbiornik telewizyjny oraz materiały wideo umieszczane w Internecie. Kryterium oceny danego programu stała się jedynie oglądalność, która przynosi zyski z reklam, a nie jakość. Widzimy tu jak bardzo europejskie stacje telewizyjne upodobiły się do amerykańskich szczególnie w dziedzinie programów rozrywkowych¹⁶. Mamy tylko złudzenie różnorodności, w większości przypadków są to tylko kopie programów, które już odniosły sukces w innym kraju.

Wiele dyscyplin sportowych w których ocenia się estetykę wykonania danych figur przez zawodnika jak chociażby gimnastyka czy taniec poddano dokładnej kwantyfikacji do „trzech liczb po przecinku”¹⁷.

¹⁴ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, s. 120-126.

¹⁵ Tamże, s. 126-127.

¹⁶ Tamże, s. 127-129.

¹⁷ G. Ritzer, Tamże, s. 129-133.

W polityce zauważamy tendencję wymierności w ciągłym ogłaszaniu w mediach wyników badań opinii publicznej, sporządzaniu sondaży i notowań pojedynczych osób i partii politycznych. W wielu przypadkach ludzie polityki nie podejmują decyzji najlepszych według ich osądu, ale te które przyniosą im popularność.

W turystyce przykładem są powierzchniowe wycieczki, podczas których liczy się jak największa ilość odwiedzonych miejsc, nie zaś jakość zwiedzania. Wiele miejsc oglądanych jest jedynie z perspektywy okna w autokarze.

Przewidywalność

Trzecim aspektem jest przewidywalność bez względu na czas i miejsce. W racjonalnym społeczeństwie konsumenci nie pragną raczej niespodzianek, ale wolą wiedzieć czego się mogą spodziewać. Restauracja McDonald's doprowadziła do perfekcji cechę powtarzalności m.in.: w wystroju swoich restauracji, kontaktach z klientem według scenariusza, przewidywalnym zachowaniu pracowników i ofercie sprzedawanych produktów. Big Mac zamówiony w Paryżu będzie wyglądał i smakował tak samo jak ten zamówiony w Warszawie czy Nowym Jorku¹⁸.

Duże sieci sklepów reklamują się, że zapewniają indywidualność tym czasem na ich półkach panuje jednolitość i przewidywalność produktów. Poprzez kulturę zmagdonaldyzowaną zacierają się różnice i odmienności nie tylko w ubiorze, jedzeniu, ale też w myśleniu, wpadamy w intelektualną nijakość, rutynę, niszczą naszą kreatywność prowadząc do uniformizacji zachowań.

W centrach handlowych dominują sklepy należące do wielkich światowych sieci, które charakteryzują się jednolitością towarów i usług. Niewiele spotykamy produktów wyjątkowych, niespotykanych, wiążących się z daną kulturą etniczną. Sposoby prezentowania produktów, obsługa klienta jest wszędzie zadziwiająco podobna. W systemach zmagdonaldyzowanych różnorodność jest czymś zanikającym na tle popularnej kultury masowej. W wielu krajach szczególnie Unii Europejskiej obowiązują rygorystyczne dyrektywy co do różnych cech produktów (jakości, wymiarów, kształtu, itd.) niczym w restauracjach sieci McDonald's¹⁹.

W kuchni amerykańskiej, ale i w europejskiej możemy zauważyć tendencję do zacierania się różnic regionalnych i etnicznych. W wielu miej-

¹⁸ G. Ritzer, Tamże, s. 149-150.

¹⁹ G. Ritzer, *Magiczny...*, dz. cyt., s. 153-155.

scach świata jemy to samo, albo jedzenie inne, ale tak samo mechanicznie przygotowywane. Przykładem mogą być gotowe produkty, które wystarczy tylko podgrzać w mikrofal²⁰.

Sterowanie

Czwartym aspektem makdonaldyzacji jest silne sterowanie poprzez wprowadzanie coraz doskonalszych środków technicznych zastępujących człowieka lub traktujący człowieka jak robota, który wykonuje mechaniczne czynności tylko w taki sposób jaki mu nakazano. Zdehumanizowane środki techniczne więc to nie tylko maszyny, ale i zasady, umiejętności, przepisy, procedury oraz metody²¹.

Sieć McDonald's posiada ustalone ściśle zasady wykonywania pojedynczych czynności pracowników na każdym etapie i stanowisku. Maszyny takie jak np. frytkownice, grille mają ustawiony dokładnie wyliczony czas obróbki produktów. Kiedy są gotowe sygnalizują to dźwiękiem. Pracownik w takim systemie jest bardzo łatwo zamienialny na innego. Praktycznie każdy może zostać pracownikiem sieci fast food. Wykonywanie czynności wedle z góry ustalonych zasad eliminuje w dużym stopniu niebezpieczeństwo niepowodzenia. W systemie zmakdonaldyzowanym pracownik nie ma szans na posłużenie się swoimi umiejętnościami i własną oceną sytuacji²².

W systemie służby zdrowia widzimy tendencję brnięcia ku procedurom zdehumanizowanym. O hospitalacji pacjenta coraz częściej nie decydują lekarze, ale rządowy system refundacji kosztów leczenia. Lekarze są sterowani z zewnątrz przez ubezpieczycieli i pracodawców nastawionych jedynie na zysk szpitala²³.

XXI wiek jest czasem przekraczania kolejnej granicy w technice zdehumanizowanej, a mianowicie badania nad stworzeniem sztucznej inteligencji, która będzie potrafiła myśleć i podejmować decyzję niczym człowiek. Sztuczna inteligencja może przynieść wiele korzyści, ale i jeszcze więcej zagrożeń. Największym z nich jest powolna utrata samodzielnego myślenia stricte ludzkiego²⁴.

²⁰ G. Ritzer, Tamże, dz. cyt., s. 165-168.

²¹ G. Ritzer, *Magiczny...*, dz. cyt., s. 155-162; G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, s. 182-183.

²² G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, s. 183-187.

²³ G. Ritzer, Tamże, s. 189-190.

²⁴ G. Ritzer, Tamże, s. 208-209.

Konsumpcjonizm w wymiarze globalnym

Proces makdonaldyzacji łączy się ściśle z narastającym wzrostem konsumpcjonizmu w obecnym społeczeństwie. Jednak nabywanie coraz to nowych produktów i usług nie przynosi satysfakcji na dłuższą chwilę, gdyż jest to niekończący się wyścig. Ciągłe powstają nowe produkty, usługi są ulepszone przez co odczuwalne jest ciągle niezaspokojenie konsumenta²⁵.

Konsumpcja w wymiarze globalnym przyczynia się do rozprzestrzeniania wartości społeczeństw konsumpcyjnych²⁶. Największym eksporterem środków konsumpcji są bez wątpienia Stany Zjednoczone co wiąże się z amerykańską kulturą innych państw, ale nie wprost. McDonald's łączy ze sobą to co globalne z lokalnym poprzez współpracę z miejscowymi właścicielami i przystosowując swoje produkty do miejscowych obyczajów, warunków i gustów²⁷. Prezes firmy McDonald's International wypowiada się, że celem sieci jest „stać się w takim stopniu częścią miejscowej kultury, jak to jest tylko możliwe”²⁸. Przykładem miejscowej potrawy dodanej do podstawowego menu firmy może być sprzedawany w Norwegii McLak, czyli kanapka z pełnoziarnistego chleba, z grillowanym łososiem i sosem koperkowym. Zdolność do adaptacji systemów zmakdonaldyzowanych ułatwia im odniesienie światowego sukcesu²⁹.

Ritzer używa terminu „globalizacja niczego” do opisu procesu zacierania się różnic nie tylko zewnętrznych, ale i wewnętrznych w świecie. Przytoczę fragment wywiadu Jacka Żakowskiego z Georgem Ritzerem w jednym z warszawskich hoteli: „Miejsce, w którym jesteśmy, nie należy do żadnej tożsamości. Kawa, którą pijemy – też. Pan zamawiał espresso. I dostał pan espresso. Ale z włoskim espresso nie ma to wiele wspólnego. I nie jest to także polskie espresso. Dostał pan międzynarodowy standard kawy typu espresso. Globalną wypadkową nieco mocniejszej kawy. Pani, która nam tę kawę podała, także była nikim w takim sensie, w jakim pańska kawa jest niczym. Nie była osobą, bo nie była sobą. Była wypranym z osobowości standardowym narzędziem usługowym, porozumiewającym się

²⁵ J. Żakowski, (wywiad z G. Ritzer), *W świecie niczego. Siedzimy nigdzie, pijemy nic*, w: <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/216112,1,w-swiecie-niczego.read> [dostęp: 21.03.2015].

²⁶ Karolina Sitkiewicz, *Stan...*, dz. cyt., s. 18.

²⁷ G. Ritzer, *Magiczny...*, dz. cyt., s. 90-93.

²⁸ J. L. Watson, *Transnationalism, Localization, and Fast Foods In East Asia*, w: J. L. Watson (red.), *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, Stanford, Kalifornia 1997, s. 12, za: G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 292.

²⁹ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 292.

z nami za pomocą standardowych globalnie stałych prostych komunikatów. Pięć różnych kelnerek z pięciu różnych rozsiadanych po świecie hoteli tej sieci mogłoby tu po kolei podejść i może nawet byśmy nie zauważyli zmiany. Zapewne byśmy jej też nie zauważyli, gdybyśmy jakimś cudownym sposobem tę rozmowę toczyli w pięciu różnych krajach. Wszędzie bylibyśmy niemal tak samo nigdzie i kupowalibyśmy niemal takie samo nic od niemal takiego samego nikogo³⁰. Owa „globalizacja niczego” zabija różnorodność kulturową, to co niespotykane na rzecz nijakości.

Poprzez trumf systemów zmakdonaldyzowanych jakość ustępuje ilości, treść zaś jest wypierana przez szybkość i skuteczność, a konsumpcjonizm staje się centralnym elementem ludzkiej egzystencji³¹.

Podsumowanie

Sam proces makdonaldyzacji jest starszy niż pierwsza restauracja McDonald's. Sukces został osiągnięty dzięki zastosowaniu starszych wynalazków takich jak: taśma montażowa, naukowe zarządzanie i nowoczesna biurokracja. Restauracja fast food jest symbolem tego procesu i nie zniknie razem z amerykańską firmą³².

Faktem jest istnienie wielu kultur na świecie jednak zauważamy jak bardzo poprzez szerzącą się zmakdonaldyzowaną kulturę konsumpcyjną następuje zanik tego co w nich wyjątkowe, co je wyróżnia na tle innych. Wiele miejsc, produktów, sfer naszego życia takich jak rodzina, praca, wypoczynek podlega homogenizacji na wzór działania restauracji McDonald's. Widzimy tendencję do życia szybko, łatwo i bez refleksji nad sobą, nastawieni tylko na zysk i korzyści, zatracając w ten sposób to co ludzkie, stając się coraz „lepszymi” obywatelami zamkniętymi w „żelaznej klatce” Weberowskiej racjonalności, która wydaje się nam złota, ale dalej jest klatką.

A może lepiej nie pozbywać się alternatyw oraz świadomie i umiejętnie korzystać z dóbr konsumpcyjnych. Zanim nabędziemy jakiś produkt bądź skorzystamy z usługi warto zastanowić się choć przez chwilę: Czy jest mi to tak naprawdę potrzebne? Czy swoimi wydanymi pieniędzmi nie przyczyniam się do tego, że świat traci swój autentyczny koloryt i różnorod-

³⁰ J. Żakowski, (wywiad z G. Ritzer), *W świecie niczego. Siedzimy nigdzie, pijemy nic*, w: <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/216112,1,w-swiecie-niczego.read> [dostęp: 21.03.2015].

³¹ Tamże.

³² W. Orliński, (wywiad z G. Ritzer), *Świat ma jeszcze wybór*, w: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,2394664.html> [dostęp: 21.03.2015].

ność? Lepszym wydaje się świat prawdziwy, ale nieprzewidywalny przez co odkrywczy i interesujący, niż świat idealnej korporacyjnej iluzji życia, w którym nie warto wyruszać na wycieczki, gdyż będzie tam „tak samo”, choć w innym kontekście kulturowym.

Bibliografia

1. Orliński W., *Świat ma jeszcze wybór*, w:
<http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,2394664.html>
[dostęp: 21.03.2015]
2. Ritzer G., *Klasyczna teoria socjologiczna*, Poznań 2004
3. Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa 2012
4. Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 2009
5. Rosiak D., *Gonitwa za chłamek*, w:
<http://archiwum.rp.pl/artykul/667339-Gonitwa-za-chlamem.html>
[dostęp: 21.03.2015]
6. Sitkiewicz K., *Stan pragnienia. Oblicza makdonaldyzacji*, Warszawa 2009
7. *Wielokulturowość*, w:
<http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wielokulturowosc;3995791.html>
[dostęp 14.03.2015]
8. Żakowski J., *W świecie niczego. Siedzimy nigdzie, pijemy nic*, w:
<http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/216112,1,w-swiecie-niczego.read> [dostęp: 21.03.2015]

Paweł Mostył – absolwent kulturoznawstwa, doktorant na Wydziale Filozofii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II, zajmuje się szeroko pojętą tematyką dotyczącą „utopii społecznych” oraz „religii politycznych”.