

Konsumpcjonizm jako przedmiot badań pedagogicznych



Mgr Mateusz Mazurek - Uniwersytet Pedagogiczny im KEN w Krakowie

Ur. w 1983 r. Mąż i ojciec, teolog – absolwent Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie, katecheta w gimnazjum, doktorant Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie.

Zasadniczym celem niniejszych rozważań jest przedstawienie szerokiego spektrum możliwych badań pedagogicznych złożonego i ważnego obszaru jakim jest dla pedagogiki kultura konsumpcyjna – zasadniczy kontekst współczesnej działalności wychowawczej. Wstępną część rozważań stanowi krótki opis niektórych cech konsumpcjonizmu i jego niektórych negatywnych skutków społecznych przekładających się na wychowanie. Dogłębne i wielostronne poznanie uwarunkowań społecznych powinno pomóc pedagogice w poszukiwaniu adekwatnych rozwiązań w celu niwelowania bądź łagodzenia negatywnych skutków przemian społecznych związanych z upowszechnianiem się konsumpcyjnego stylu życia, a poniższy tekst – przynajmniej w nadziei autora – może zainspirować pedagogów do badania, analizowania i poznawania wspomnianych uwarunkowań.

1. Charakterystyka społeczeństwa konsumpcyjnego

Najczęściej chyba podkreślaną przez badaczy cechą społeczeństwa konsumpcyjnego jest zastąpienie produkcji przez konsumpcję w roli kluczowego elementu gospodarki¹. W społeczeństwie przemysłowym (inaczej produkcyjnym) sukces ekonomiczny zależał od sprawności w produkowaniu rzeczy, których ludzie potrzebowali, dziś natomiast kluczem do sukcesu jest mówienie ludziom, że potrzebują tego co wyprodukowaliśmy. Niezwykle ważna jest więc reklama (opakowanie, prezentacja produktu)². Jako że sprzedawane są znaki, doznania, wyznaczniki tożsamości bardziej niż produkty (mające zaspokoić instrumentalne potrzeby), sposób prezentacji jest często ważniejszy niż instrumentalna wartość produktu³. Ujmując rzecz inaczej: w dzisiejszych warunkach technologicznych gdy z łatwością możemy wypro-

¹ Por. np. A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*. Pucek Z. (tłum.), Kraków, 2005, s. 120 – 125; Z. Bauman, *konsumując życie*, w: A. Jawłowska, M. Kempny, *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, Warszawa 2005, s. 20 – 24; M. Matysek, *Kim jest człowiek w społeczeństwie konsumpcyjnym? Propozycja Zygmunta Baumana*; w: A. Jawłowska, M. Kempny, ..., dz. cyt. s. 44; M. Jacyno, *Rewolucja konsumencka*, w: A. Jawłowska, M. Kempny, *Konsumpcja...* dz. cyt., s., 147; T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału*, w: T. Szlendak, K. Pietrowicz (red.), *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, 2004, str. 17-18; Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, L. Stawowy (tłum.), Warszawa, 2001, s. 107 – 111; T. Lesznieński, *Moda i tożsamość. Dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji*, w: T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, Wrocław, 2007, s. 50.

² Por. np., G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji...*, dz. cyt.; Tenże, *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*, L. Stawowy (tłum.), Warszawa, 2003.

³ Por. N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa, 2002, s. 21. T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, w: Szlendak T., Pietrowicz K., *Rozkoszna zaraza...*, dz. cyt., s. 25; M. Matysek, *Kim jest człowiek w społeczeństwie konsumpcyjnym...* art. cyt., str. 43.

dukować ogromną ilość dóbr materialnych, sztuką (i kluczem do sukcesu) jest znalezienie dla nich nabywców. Zwłaszcza w sytuacji kiedy podaż dóbr konsumpcyjnych znacznie przekracza popyt, który mógłby wynikać z rzeczywistych potrzeb, niezwykle istotnym elementem okazuje się kreowanie potrzeb sztucznych – przed wszystkim przy użyciu coraz bardziej wyrafinowanych form reklamy. Przemiany społeczne – zewnętrzne wobec indywidualnej osoby, zbiegają się ze znacznie bardziej wewnętrznymi przemianami mentalności a co za tym idzie stylów życia i hierarchii wartości. Mamy tu do czynienia z pewnym sprzężeniem zwrotnym – uwarunkowania społeczne wpływają na sposób myślenia i zachowania ludzi, a z drugiej strony tempo i głębokość przemian społecznych zależy od sumy indywidualnych decyzji, zmian w sposobie myślenia i przyjmowanych postawach. Nie byłoby społeczeństwa konsumpcyjnego gdyby nie rozpowszechnienie się konsumpcyjnego stylu życia. Wspomniane przemiany (zarówno ogólne – społeczne jak i indywidualne będą – będą (ze względu na swój wpływ na procesy wychowawcze) istotne dla poniższych rozważań.

W rozumieniu autora niniejszych rozważań istotą konsumpcyjnego stylu życia jest poszukiwanie w konsumpcji dóbr i usług, w różnego rodzaju hedonistycznych doznaniach zaspokojenia najgłębszych potrzeb człowieka – z potrzebą nadania życiu sensu łącznie. Jako że nasze najgłębsze potrzeby mają charakter duchowy, przekierowanie wypływających z nich pragnień na sposoby zaspokajania należące do innego porządku (materialistyczno – hedonistyczne) musi rodzić poczucie niespełnienia – a to poczucie z kolei rodzi (kluczowe dla konsumpcjonizmu) ciągłe poszukiwanie coraz to nowych rzeczy i doznań. Istotną cechą hiperkonsumenta jest to, że konsumowanie nie jest dla niego wyłączone sposobem zaspokajania potrzeb, ale poszukiwania szczęścia, budowania własnej tożsamości, poczucia wartości i wyjątkowości⁴ - konstruowanej według zasady „jestem tym co noszę”, albo inaczej: „kupuję więc jestem”⁵. drogą do szczęścia i spełnienia. Mamy tu więc do czynienia nie z prostym zwiększeniem ilości konsumowanych dóbr, ale z jakościową zmianą miejsca konsumpcji w całości kształcie życia i hierarchii wartości. Zmianą – dodajmy - która kształtuje nowe style życia i wzorce zachowań – kształtując kontekst i przebieg procesów edukacyjnych.

2. Niektóre pedagogiczne implikacje

Przejęcie do kultury konsumpcyjnej skutkuje licznymi zmianami istotnie wpływającymi na proces wychowania. Zrozumienie ich jest bardzo istotne dla pedagogiki. Jako, że ich opis nie jest zasadniczym celem rozważań wspomniane zostaną tylko – w rozumieniu autora najistotniejsze: przyśpieszenie niemal wszystkiego⁶ i zmiany horyzontu aksjologicznego, i charakteru relacji międzyludzkich.

2.1 Tempo życia

Kategorią dobrze opisującą konsumpcyjny styl życia jest „pogoń” (za ciągle nowymi doznaniem), typowymi postawami zachłanność i pośpiech. Być może coraz większy pośpiech wynika z dramatycznego skrócenia horyzontu czasowego życia (z wiecznego do doczesnego tylko) i wypływające z niego pragnienie, żeby „przeżyć jak najwięcej w tym jedynym życiu, które mamy”. Niezależnie od przyczyn i motywów (które byłyby ciekawym tematem osobnych rozważań) nie ulega wątpliwości, że człowiek współczesny żyje coraz szybciej. Nawet pomimo mnóstwa technicznych ułatwień niedoczas przeciętneho mieszkańca naszej części

⁴ Por. M. Kempny, *Wprowadzenie - konsumpcja wyzwaniem dla socjologii współczesnej*, w: A. Jawłowska, Kempny M., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, Warszawa, 2005, s. 9.

⁵ T. Leszniewski, *Moda i tożsamość...*, art. cyt., s. 50

⁶ J. Gleick, *Szybciej. Przyśpieszenie niemal wszystkiego*, J. Bieroń (tłum.), Poznań, 2003.

świata staje się coraz bardziej dotkliwy⁷.

Przyśpieszeniu ulega więc wszystko: od przepływu towarów, przekazu idei i informacji, po życie w ogóle. Dla dydaktyki niezwykle ważnym zjawiskiem jest gigantyczna prędkość przekazu informacji i stale rosnąca ilość bodźców odbieranych przez człowieka – wpływające na głębokie zmiany nawyków myślowych, umiejętności skupienia i analizy złożonych informacji⁸. Zmian ta (określana jako przejście od kultury namysłu do kultury nałogu) powodująca zubożenie intelektualnego, służącego refleksji instrumentarium oraz zastępowanie go emocjonalnymi odruchami i przyzwyczajeniami⁹ w oczywisty sposób utrudnia proces nauczania.

2.2 Wartości i relacje interpersonalne

W hedonistycznej kulturze przyjemność jawi się jako najwyższa wartość i ruguje z horyzontu aksjologicznego inne, przede wszystkim wyższe wartości: duchowe i kulturowe, które zastępowane są przez ludyczne i utylitarne¹⁰. W oczywisty sposób zmieniają się więc wyzwania stające przed wychowaniem do wartości. W sytuacji gdy kultura promuje wyłącznie te związane z przyjemnością i samorealizacją – znacznie trudniejsze jest odkrywanie i realizacja wartości wyższych, szczególnie związanych z poświęceniem. Powyższe przewartościowania aksjologiczne razem z opisanym wyżej zwiększaniem tempa życia należy do (znacznie liczniejszych oczywiście) przyczyn głębokich przemian w dziedzinie relacji interpersonalnych. Głębokie, autoteliczne więzi zastępowane są coraz częściej przez związki o bardzo skróconym zakładanym horyzoncie czasowym¹¹, instrumentalne i płytkie. Żyjąc w szybko zmieniającym się świecie¹² mamy skłonność aby otaczających nas ludzi wymieniać równie szybko jak rzeczy. Socjalizacja młodego pokolenia przebiega więc w warunkach niestałości międzyludzkich relacji – coraz trudniej o trwałą rodzinę - dającą tak potrzebne poczucie bezpieczeństwa i zapewniającą optymalne warunki psychicznego i emocjonalnego rozwoju dziecka.

3. Uzasadnienie wyboru przedmiotu badań

Można (i warto) badać istotny kontekst społeczny, jakim jest kultura konsumpcyjna w celu lepszego poznania i zrozumienia otaczającego nas świata. Proponowane poniżej badania mają więc autonomiczną wartość poznawczą. Nie jest jednak oczywiste, czy uzyskają także wartość praktyczną¹³, czyli znajdują zastosowanie i to w kierunku, który tutaj jest proponowa-

⁷ Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, dz. cyt.; Tenże, *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*, L. Stawowy (tłum.), Warszawa, 2003. Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, dz. cyt., s. 145, 252 - 258; Tenże, *Makdonaldyzacja...*, dz. cyt., s. 30 - 32; P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków, 2012, s. 619; A. Giddens, *Socjologia*, A. Sulżycka, (tłum.), Warszawa, 2006, str. 166.

⁸ M. Spitzer, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, A. Lipiński (tłum.), Słupsk 2013; N. Postman, *Zabawić się na śmierć...*, dz. cyt., s. 129 - 131; N. Bellah i in., *Skłonność serca. Indywidualizm i zaangażowanie po amerykańsku*, Stasiak D., i in. (tłum), Warszawa, 2007, s. 436 - 437; T. Kozłowski, *Wychowana kultura. Wirusy, pandemie, mody*, w: Szlendak T., Pietrowicz K., *Rozkoszna zaraża...*, dz. cyt., s. 34-35; T. Szlendak, T. Kozłowski, *Naga mała przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej*, Warszawa 2008, s. 121, 124 - 125; M. Kaliszewska, *Zaniedbane kompetencje czytelnicze studentów pedagogiki. Zarys problemu*, w: I. Nowakowska-Kempna (red.) *Uniwersalne wartości kultury w edukacji i terapii*, Kraków 2012, s. 337

⁹ T. Szlendak, T. Kozłowski, *Naga mała przed telewizorem...*, dz. cyt., s. 145-146, T. Kozłowski, *Wychowana kultura...*, art. cyt., s. 33 - 35

¹⁰ Por. A. Ryk, *(Po)nowoczesny podmiot w doświadczeniu spotkania. Antropologiczne elementy pedagogiki spotkania*, Kraków, 2006, s. 77.

¹¹ Por. A. Giddens, *Socjologia*, dz. cyt., s. 125; P. Sztompka, *Socjologia...*, dz. cyt., s. 115, 670.

¹² Por. J. Baudrillard, *Społeczeństwo konsumpcyjne jego mity i struktury*, S. Królak (tłum.) Warszawa 2006, s. 8.

¹³ Pamiętać trzeba, że z zasadniczym zadaniem pedagogiki jest właśnie dostarczanie praktykom użytecznej wiedzy. Por. K. Rubacha, *Uogólnienia i wnioski z badań. Prawidłowości i wiedza pedagogiczna*, w: S. Palka (red.) *Podstawy metodologii badań w pedagogice*, Gdańsk 2010, s. 215-216.

ny – tzn. niwelowania niekorzystnych wpływów konsumpcjonizmu na młode pokolenie. To zależy od przyjęcia przez wychowawców bardzo ważnego założenia – że nie jesteśmy bezradni¹⁴, innymi słowy, że mamy wpływ na procesy społeczne, które mają charakter indeterministyczny, są (przynajmniej w jakiejś części) wynikiem naszych przekonań, decyzji, zachowań i postaw¹⁵. Nie jest to wcale oczywiste, co więcej bardzo popularne w dyskursie publicznym jest założenie przeciwne – że procesy społeczne mają własną dynamikę i kierunek, który wyznacza jakaś siła (znana z minionego ustroju jako konieczność dziejowa), a każdy kto próbuje im przeciwdziałać jest skazanym na porażkę romantykiem, albo głupcem nie rozumiejącym współczesnego świata. pojawia się w dyskursie publicznym¹⁶.

Żeby próbować pokazywać naszym wychowankom, że w życiu chodzi o coś więcej niż nieograniczoną konsumpcję, trzeba mieć przekonanie, że próby takie mają sens.

Refleksja nad wychowaniem (zwłaszcza w kontekście jego celów¹⁷) nie może abstrahować od antropologii. Jeżeli osoba ludzka jest rozumnym, świadomym, wolnym podmiotem, zakorzenionym w świecie trwałych, absolutnych wartości¹⁸, a jej rozwój do pełni człowieczeństwa a także spełnienie jej bytu wymaga realizacji najwyższych wartości i głębokich relacji z ludźmi i z Bogiem, to dość oczywista wydaje się krytyczna ocena kultury konsumpcyjnej jako przyczyny dramatycznego spłaszczenia wizji ludzkiego szczęścia, spłylenia relacji interpersonalnych, usuwania więzi z Bogiem poza horyzont zainteresowań i zubożenia świata wartości.

4. Komplementarność paradygmatów – ujęcie integrujące

Poprzedni akapit świadczy chyba dość wyraźnie, że niniejsze rozważania zainspirowane zostały przez esencjalistyczno - personalistyczny sposób myślenia, ale tematyka konsumpcjonizmu otwarta jest na badania mieszczące się w różnych paradygmatach. Wieloparadygmatyczność nauk społecznych sama w sobie jest ciekawym zagadnieniem, tutaj jednak istotne wydaje się jedynie zakreślenie dwóch zasadniczo odmiennych postaw wobec tego fenomenu. Zróżnicowane koncepcje metodologiczne można traktować jako wykluczające się człony alternatywy, albo postrzegać jako zróżnicowane ale komplementarne względem siebie perspektywy. Pierwsze związane jest z „raczej hermetyczną niż hermeneutyczną postawą w stosunku do rozumienia prawdy o człowieku”¹⁹. To drugie podejście wydaje się mieć kilka zasadniczych zalet: może osłabiać ideologiczne zacietrzewienie utrudniające racjonalną debatę, pozwala na bardziej wielostronny (a więc pełniejszy) ogląd rzeczywistości. Można powyższe wyjaśnić na przykładzie – jeśli jest tak, jak głosił F. Toennies człowiek cechuje się „wołą naturalną” popychającą go do nawiązywanie emocjonalnych więzi z innymi²⁰, to dla esencjalistów zainteresowanych trwałą strukturą bytu właśnie te naturalne potrzeby będą przedmiotem zain-

¹⁴ Zob. np. K. Meissner, *Czy jesteśmy bezbronni?* w: Rada Szkół Katolickich, *Kształtowaniu umysłu musi towarzyszyć formacja sumienia, rozwój życia moralnego, wdrażanie do życia społecznego*, Materiały edukacyjne z XIX Forum Szkół Katolickich (Jasna Góra, 4-6 grudnia 2008), Warszawa 2009, s. 115 – 127.

¹⁵ Por. P. Sztompka, *Socjologia...*, dz. cyt., s. 26 – 27, 38 – 39, 213.

¹⁶ Prawdopodobnie popularność takiego myślenia wynika (przynajmniej po części) z tego, że posiada ono ogromną moc perswazyjną - krytycznie nastawionych można zawsze oskarżyć o zacofanie i niezrozumienie współczesności. Dodatkowo jeżeli przekonamy ludzi, że „wszyscy tak robą” to, motywowani tym przekonaniem, zaczną tak postępować i przekonanie owo uzyska wtórne potwierdzenie.

¹⁷ A jest to sprawa fundamentalna - wychowanie musi mieć cel, zarówno wychowawca jak i wychowanek muszą wiedzieć kim są i dokąd zmierzają. Por. W. Starnawski, *Źródła i pedagogiczne konsekwencje redukcjonizmu antropologicznego*. „Paedagogia Christiana”2/29 (2012), s. 18.

¹⁸ Por. A. Ryk, *W poszukiwaniu pedagogicznego arché...*, dz. cyt., s. 65 – 101. Zob. też np. M. Śnieżyński, *Zarys dydaktyki dialogu*, drugie wydanie – poszerzone i uzupełnione, Kraków 1998, s. 16, 128 – 129; Tenże, *Sztuka dialogu. Teoretyczne założenia a szkolna rzeczywistość*. Kraków, 2005, s. 65 – 75.

¹⁹ A. Ryk, *W poszukiwaniu pedagogicznego arché: zarys systemów pedagogicznych*, Kraków, 2012, s. 307.

²⁰ Por. P. Sztompka, *Socjologia...*, dz. cyt., s. 263.

teresowań. Konstruktystów zaś będzie bardziej zajmować to, w jaki sposób ludzie tworzą różnorodny układ społeczny – innymi słowy co w praktyce wynika z owej „woli naturalnej”. Można w uproszczeniu powiedzieć, że (w tym wypadku) konstruktysty zaczynają swoje rozważania tam, gdzie esencja liści je kończą. I tutaj dotykamy być może najważniejszej zalety bardziej hermeneutycznego niż hermetycznego podejścia do wieloparadygmatyczności – chroni ono przed jednostronnością, która w przypadku badania złożonego świata ludzkiego prowadzi do poważnych błędów. Z jednej strony możemy mieć więc radykalny naturalizm, traktujący człowieka wyłącznie jako część przyrody z całym jej determinizmem, zapoznający czynniki świadomościowe wpływające na działania refleksyjnych podmiotów²¹. Pozytywizm redukujący świat ludzki do części materialnego, który nie zna wolności tylko konieczność traci z oczu niezwykle ważne, typowo ludzkie elementy. Z drugiej strony możemy zaś mieć również jednostronny, radykalny konstruktystyczny zapoznaj fakt, że człowiek jest także elementem przyrody podlegającym pewnym biologicznym uwarunkowaniom – jego wolność nie jest absolutna, a świat (także społeczny) nie jest wyłącznie jego swobodną kreacją. Karl Popper krytykując idealizm stwierdza, że jest on „nonsensowny, ponieważ implikuje coś w rodzaju tezy, że mój umysł jest twórcą tego pięknego świata.”²² Z drugiej strony analogiczny zarzut jednostronności można byłoby postawić radykalnej wersji konstruktysty – twierdzącej, że całość rzeczywistości, w której funkcjonujemy jest zupełnie swobodnym wytworem człowieka. Świat społeczny rzeczywiście jest naszym wytworem, ale tworzywo, z którego powstaje jest nam w pewnym stopniu dane – w ostatecznym rachunku sami jesteśmy tym tworzywem, ale nie jesteśmy w całości wynikiem własnej, swobodnej kreacji.

Podsumowując: hermeneutyczne podejście, nie musi być wynikiem relatywizmu, ale może być pomocne w próbach zrozumienia świata przy wykorzystaniu różnych sposobów patrzenia i czerpaniu z dorobku innych, także (a może przede wszystkim) patrzących z innej perspektywy²³.

5. Możliwości wykorzystania prezentowanej koncepcji

Tematyka wychowania „antykonsumenckiego” otwiera bardzo szerokie pola badań, prowadzone zarówno przy użyciu jakościowych jak i ilościowych metod, ukierunkowanych na poszukiwanie zarówno idiograficznych, jak i nomotetycznych wyjaśnień badanych zjawisk²⁴. Te pierwsze lepiej nadają się do badania wewnętrznych dla podmiotu uwarunkowań – przekaźników, motywacji, znaczeń i sensów nadawanych rzeczywistości. W odniesieniu do prezentowanej tu tematyki można by wskazać analizy dyskursu, analizy treści²⁵ (np. komunikatów reklamowych), różnorodny (w tym etnograficzny) badania „świętyń konsumpcji”²⁶, czy fe-

²¹ Por. B. Krauz-Mozer, *Teorie polityki. Założenia metodologiczne*, Warszawa 2005, s. 42 – 48.

²² K. Popper, *Wiedza obiektywna. Ewolucjonistyczna teoria epistemologiczna*, Chmielewski A. (tłum.), Warszawa, 1992, s. 61.

²³ Por. E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, W. Betkiewicz i in. (tłum.), Warszawa 2013, s. 58, 74.

²⁴ Por. np. K. Rubacha, *Metodologia badań nad edukacją*, Warszawa, 2008; Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Hornowska E. (tłum.), Poznań, 2001; J. W. Creswell, *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, Gilewicz J. (tłum.), Kraków 2013; D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych*, Głowacka-Grajper M., Ostrowska J. (tłum.), Warszawa 2007; E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, W. Betkiewicz i in. (tłum.), Warszawa 2013.

²⁵ Por. np. D. Zaworska-Nikoniuk, *Moda w mediach masowych – między tradycjonalizmem, zniewoleniem, wyzwoleniem a kreowaniem własnej tożsamości kobiety*, w: W. Muszyński (red.), *Nowy wspaniały świat? Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia*, Toruń 2009, s. 35 – 49; M. Przybysz-Stawska, *Stylowa kobieta. Portret współczesnej kobiety w „Twoim Stylu” (w latach 2000 – 2003)*, w: W. Muszyński (red.), *Nowy wspaniały świat? ...*, dz. cyt., s. 50 - 66.

²⁶ Por. np. A. Kowalik, *Centrum handlowe jako nowa przestrzeń zabawy młodzieży*, w: R. Kantor, T. Paleczny, M. Banaszekiewicz (red.), *Wąz w raju. Zabawa w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Kraków 2011, s. 93 – 111.

nomenologiczne badania świata przeżywanego²⁷ podmiotów zanurzonych w konsumpcyjnej kulturze. Metody ilościowe zaś - lepiej nadające się do badania postaw i zachowań²⁸, statystycznych prawidłowości i związków przyczynowych mogą być bardzo użyteczne w analizowaniu przede wszystkim zewnętrznych (społecznych) uwarunkowań upowszechniania się konsumpcyjnego stylu życia. Umiejętne łączenie wyników obu typów badań pozwala więc poznawać zarówno indywidualne, wewnętrzne jak i społeczne, zewnętrzne czynniki wpływające na postawy konsumpcyjne.

Możliwie wielostronne analizy zarysowanych tutaj zagadnień powinny pomóc pogłębić rozumienie i uwzględnianie kontekstu społecznego, które jest warunkiem koniecznym tego, żeby pedagogika zdolna była odpowiadać na aktualne wyzwania i problemy. Jak wspomniano powyżej przydatne pedagogiczne analizy społeczeństwa konsumpcyjnego mogą iść w dwóch kierunkach: socjologicznych badań zewnętrznych uwarunkowań i skierowanych na ludzkie wnętrza badań nad cechami podmiotu czyniącymi go bardziej lub mniej podatnym na przyjmowanie konsumpcyjnego stylu życia. Badania te powinny pozwolić zidentyfikować indywidualne i społeczne „czynniki ryzyka” i „czynniki chroniące” wpływające na przyjmowanie konsumpcyjnego stylu życia. Powyższe mogą być punktem wyjścia dla poszukiwań konkretnych projektów działań „profilaktycznych” możliwych do zastosowania w wychowaniu rodzinnym i szkolnym.

Streszczenie:

Artykuł rozpoczyna opis najważniejszych cech kultury konsumpcyjnej, która – w opinii autora – stanowi istotny czynnik kształtujący kontekst, w którym odbywa się wychowanie. Następnie podjęta zostaje kwestia różnych możliwości pedagogicznych badań i analiz związanych z uwarunkowaniami społecznymi. Ostatnią część artykułu stanowi opis różnorodnych metod i paradygmatów, które można wykorzystać w badaniach omawianej tematyki.

Słowa kluczowe: kultura konsumpcyjna, badania pedagogiczne, wychowanie.

Summary:

Consumerism as an object of pedagogical research

The article begins with a description of the most important features of consumer culture which, according to the author, is a fundamental factor in shaping the context in which education takes place. The article also investigates the issue of various options of pedagogical research and analysis related to social determinants. The final part of the article describes various methods and paradigms which can be applied to the research of the subject matter.

Key words: consumer culture, pedagogical research, education

Bibliografia

Appadurai A., *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*. Pucek Z. (tłum.), Universitas, Kraków, 2005.

Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, J. Radzicki (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, W. Betkiewicz i in. (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

²⁷ Por. np. A. Ryk, *W poszukiwani pedagogicznego arché...*, s. 118 – 125, 150 – 152, Tenże, *(Po)nowoczesny podmiot w doświadczeniu spotkania...*, dz. cyt.; Tenże, *Pedagogika dramatu. Poszukiwania antropologiczno – metodologiczne*, Kraków 2008; Tenże, *W poszukiwaniu podstaw pedagogiki humanistycznej. Od fenomenologii Edmunda Husserla do pedagogiki fenomenologicznej*, Kraków 2011.

²⁸ Choć te bywają badane zarówno ilościowymi jak i jakościowymi metodami. Por. np. A. Falkowski, T. Tyska, *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańsk 2001, s. 99 i nast.

Baudrillard J., *Spółeczeństwo konsumpcyjne jego mity i struktury*, S. Królak (tłum.), Sic!, Warszawa 2006.

Bauman Z., *Konsumując życie*, w: A. Jawłowska, M. Kempny, *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IPFiS PAN, Warszawa 2005, s. 18- 36.

Bellah N., *Skłonność serca. Indywidualizm i zaangażowanie po amerykańsku*, Stasiak D., Skurrowski P., Żyro T. (tłum.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2007.

Creswell J. W., *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, Gilewicz J. (tłum.), Kraków, 2013.

Falkowski A., Tyszka T., *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

Frankfort-Nachmias Ch., Nachnias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Hornowska E. (tłum.), Poznań 2001.

Giddens A., *Socjologia*, A. Sulżycska, (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Gleick J., *Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego*, J. Bieroń (tłum.), Zysk i S-ka, Poznań, 2003.

Kaliszewska M., *Zaniedbane kompetencje czytelnicze studentów pedagogiki. Zarys problemu*, w: I. Nowakowska-Kempna (red.) *Uniwersalne wartości kultury w edukacji i terapii*, WAM, Kraków 2012, s. 333- 355.

Kempny M., *Wprowadzenie - konsumpcja wyzwaniem dla socjologii współczesnej*, [w:] Jawłowska A., Kempny M., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IPFiS PAN, Warszawa, 2005, s. 7 – 14.

Kowalik A., *Centrum handlowe jako nowa przestrzeń zabawy młodzieży*, [w:] R. Kantor, T. Paleczny, M. Banaszkiwicz (red.), *Wąż w rajcu. Zabawa w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Kraków 2011, s. 93 – 111.

Kozłowski T., *Wykichana kultura. Wirusy, pandemie, mody*, [w:] Szlendak T., Pietrowicz K., *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, Wrocław, 2007, s. 27 – 38.

Krauz-Mozer B., *Teorie polityki. Założenia metodologiczne*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Warszawa 2005.

Leszniewski T., *Moda i tożsamość. Dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji*, [w:] T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 2007, s. 49 – 61.

Meissner K., *Czy jesteśmy bezbronni?* [w:] *Rada Szkół Katolickich, Kształtowaniu umysłu musi towarzyszyć formacja sumienia, rozwój życia moralnego, wdrażanie do życia społecznego, Materiały edukacyjne z XIX Forum Szkół Katolickich* (Jasna Góra, 4-6 grudnia 2008), Warszawa 2009, s. 115 – 127.

Matysek M., *Kim jest człowiek w społeczeństwie konsumpcyjnym? Propozycja Zygmunta Baumana*; [w:] A. Jawłowska, M. Kempny, *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IPFiS PAN, Warszawa 2005, s. 37 – 52.

Szlendak T., Pietrowicz K., *Moda, wolność i kultura konsumpcji*, [w:] Szlendak T., Pietrowicz K., *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 2007, s. 8 – 26.

Popper K., *Wiedza obiektywna. Ewolucjonistyczna teoria epistemologiczna*, Chmielewski A. (tłum.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1992.

Postman N., *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawskie wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa, 2002.

Przybysz-Stawska M., *Stylowa kobieta. Portret współczesnej kobiety w „Twoim Stylu”* (w latach 2000 – 2003), W. Muszyński (red.), *Nowy wspaniały świat? Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2009, s. 50 – 66

Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, L. Stawowy (tłum.), Warszawa, 2001.

Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa. Wydanie na nowy wiek*, L. Stawowy (tłum.), Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa, 2003.

- Rubacha K., *Metodologia badań nad edukacją*, Warszawa, 2008.
- Rubacha K., *Uogólnienia i wnioski z badań. Prawidłowości i wiedza pedagogiczna*, [w:] S. Palka (red.) *Podstawy metodologii badań w pedagogice*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2010, s. 201 – 218.
- Ryk A., *(Po)nowoczesny podmiot w doświadczeniu spotkania. Antropologiczne elementy pedagogiki spotkania*, Oficyna wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006.
- Ryk A., *Pedagogika dramatu. Poszukiwania antropologiczno – metodologiczne*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2008.
- Ryk A., *W poszukiwaniu podstaw pedagogiki humanistycznej. Od fenomenologii Edmunda Husserla do pedagogiki fenomenologicznej*, Impuls, Kraków 2011.
- Ryk A., *W poszukiwaniu pedagogicznego arché: zarys systemów pedagogicznych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2012.
- Silverman D., *Interpretacja danych jakościowych*, Głowacka-Grajper M., Ostrowska J. (tłum.), Warszawa 2007.
- Spitzer M., *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, A. Lipiński (tłum.), Wydawnictwo Dobra Literatura, Słupsk 2013.
- Starnawski W., *Źródła i pedagogiczne konsekwencje redukcjonizmu antropologicznego*. „Pedagogia Christiana” 2/29 (2012), s. 12 – 29.
- Szlendak T., Pietrowicz K., *Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału*, [w:] Szlendak T., Pietrowicz K., (red.), *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, 2004, s. 7 – 27.
- Szlendak T., Kozłowski T., *Naga mała przed telewizorem. Popkultura w świetle psychologii ewolucyjnej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków, 2012.
- Śnieżyński M., *Sztuka dialogu. Teoretyczne założenia a szkolna rzeczywistość*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków, 2005.
- Śnieżyński M., *Zarys dydaktyki dialogu*, drugie wydanie – poszerzone i uzupełnione, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 1998.
- Zaworska-Nikoniuk D., *Moda w mediach masowych – między tradycjonalizmem, zniewoleniem, wyzwoleniem a kreowaniem własnej tożsamości kobiety*, [w:] W. Muszyński (red.), *Nowy wspaniały świat? Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia*, wyd. Adam Marszałek, Toruń 2009, s. 35 – 49.



Słowo do uczestników Jubileuszu Wydziału Prawa Państwowego Uniwersytetu Ekonomicznego Tarnopolskiego w Tarnopolu kieruje ks. prof. Jan Zimny - KUL Stalowa Wola