

MATEUSZ MARCINIAK

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
w Poznaniu*

**ORIENTACJE KONSUMPCYJNE
– BARIERA W ROZWOJU KAPITAŁU SPOŁECZNEGO
MŁODZIEŻY AKADEMICKIEJ?
DONIESIENIE Z BADAŃ**

ABSTRACT. Marciniak Mateusz, *Orientacje konsumpcyjne – bariera w rozwoju kapitału społecznego młodzieży akademickiej? Doniesienie z badań* [Consumer orientations – barrier to the development of social capital of university students? Research report]. *Studia Edukacyjne* nr 22, 2012, Poznań 2012, pp. 227-256. Adam Mickiewicz University Press. ISBN 978-83-232-2502-7. ISSN 1233-6688

The purpose of this paper is to analyze the relationship between the social capital and the development of the consumer society. The consumption is one of crucial contemporary analytical categories. A number of social researchers claim, that we live in the consumer society. The phenomena specific to the consumer society such as commodification, consumerism or consumerist culture are being considered as the threat to the social capital (the source of its erosion). The paper examines the relationships between consumer orientations of university students and chosen elements of their social capital: the social networks, the civic engagement and the generalized trust. The analyze is based on the findings of the research conducted in 2010¹ among students of Adam Mickiewicz University (N = 446).

Key words: social capital, consumerist orientations, consumerist syndrome, university students

W artykule podejmuję zagadnienie relacji między kapitałem społecznym a zjawiskami występującymi w społeczeństwie konsumpcyjnym. Badacze współczesnej rzeczywistości społecznej na podstawie obserwacji jej przemian diagnozują erozję kapitału społecznego. Proces ma charakter globalny, a wśród jego przyczyn wskazuje się między innymi rozwój społeczeństwa konsumpcji, a wraz z nim: kultury konsumpcyjnej czy konsumpcjonizmu. W jakim stopniu hipotezy o zależności między tymi zjawiskami znajdują potwierdzenie empiryczne? Kwestię rozpatrzę na przykładzie wyników badań własnych wśród młodzieży akademickiej¹.

¹ Nawiązuję do wyników badań, które były podstawą rozprawy doktorskiej pt. *Orientacje konsumpcyjne młodzieży studenckiej. Weryfikacja koncepcji Zygmunta Baumana*

Przeanalizuję i spróbuję wyjaśnić wzajemne związki między orientacjami konsumpcyjnymi studentów (obecnie już absolwentów) UAM a wybranymi zasobami ich kapitału społecznego.

Wywód jest podzielony na trzy części. Najpierw krótko omawiam założenia i wyniki badań dotyczących ukształtowania orientacji konsumpcyjnych studentów UAM. Jak dalece jest ono zbieżne z modelem Zygmunta Baumana, zgodnie z którym członkowie społeczeństwa konsumpcji są sterowani syndromem konsumpcyjnym – wszystkie elementy rzeczywistości traktują jak towar? Część druga zawiera analizę i wyjaśnienie wzajemnych związków między ukształtowaniem orientacji konsumpcyjnych studentów a wybranymi zasobami ich kapitału społecznego (sieci społecznych, zaangażowania społeczno-obywatelskiego oraz uogólnionego zaufania do ludzi). W zakończeniu, na podstawie zgromadzonych danych stawiam prognozy dotyczące dalszego rozwoju rozpatrywanych zjawisk.

Analiza związków między konsumpcją a kapitałem społecznym na przykładzie młodzieży akademickiej jest szczególnie interesująca w kontekście dokumentów strategicznych wyznaczających kierunek reform Polski. Szkolnictwo wyższe ma bowiem odgrywać istotną rolę we wzmacnianiu rozwojowego kapitału społecznego kraju. Czy współczesny uniwersytet, w coraz większym stopniu podporządkowany wymogom rynku, może realizować to zadanie? Jakie są szanse, że socjalizowana w takiej przestrzeni młodzież włączy się w procesy rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz budowy kapitału społecznego w Polsce? Zagadnienia te problematyzuję, a nie rozstrzygam.

Ukształtowanie orientacji konsumpcyjnych młodzieży akademickiej

Zgodnie z diagnozą rzeczywistości, dokonaną przez Zygmunta Baumana, syndrom konsumpcyjny „steruje” stosunkiem współczesnych ludzi do całej rzeczywistości (są oni „opanowani” syndromem). Celem badań własnych, na których wyniki się powołuję, było testowanie owej diagnozy na przykładzie młodzieży akademickiej. Miały one pozwolić odpowiedzieć na pytanie: jak dalece ukształtowanie orientacji konsumpcyjnych studentów UAM potwierdza Baumanowską koncepcję syndromu konsump-

(promotor: prof. Maria Dudzikowa). Rozprawa obroniona w czerwcu 2011 roku na Wydziale Studiów Edukacyjnych UAM w Poznaniu, decyzją Rady Wydziału z 13 grudnia 2011 została nominowana do Nagrody Prezesa Rady Ministrów za wyróżnione rozprawy doktorskie. Ukazała się także drukiem: M. Marciniak, *Orientacje konsumpcyjne młodzieży akademickiej. Perspektywa Baumanowska*, Kraków 2011.

cyjnego². Bauman posługuje się kategorią syndromu³ w kontekście charakterystyki społeczeństwa konsumentów oraz kultury konsumpcyjnej w czasach płynnej nowoczesności. Podkreśla, że społeczeństwo konsumentów oznacza taki zestaw warunków, w jakich ludzie przyjmują kulturę konsumpcjonizmu⁴, a syndrom konsumpcyjny wpływa na (steruje) „postrzeganie i traktowanie wszystkich niemal fragmentów rzeczywistości i działania do jakich pobudzają”⁵.

Rekonstruując kategorię syndromu konsumpcyjnego przyjąłem, że oznacza on „spójny program życiowy”, zespół postaw, „nastawień poznawczych i wartościujących”⁶, czyli właściwości typowych dla „modelowych” członków płynnonowoczesnego społeczeństwa konsumpcji. Zastępuje on syndrom wytwórczy, a w miejscu powściągliwości oraz odraczania zaspokojenia umieszcza przemijalność-nietrwałość i natychmiastowe zaspokajanie potrzeb⁷. Na skutek „wszechobecnego i natrętnego »urynkowania ludzkich działań«” syndrom, przeniknął z domów towarowych na całość „polityki życia”, przekształcając stosunek konsumentów do różnych obszarów rzeczywistości „na wzór narzędzi i przedmiotów konsumpcji”⁸. Analizując teksty Baumana i na podstawie własnych dociekań wyodrębniłem siedem zakresów syndromu, które nazwałem (wzorując się na jego określeniach) „konsumowaniem”⁹: 1) czasu, 2) przestrzeni, 3) przedmiotów, 4) siebie samego, 5) innych ludzi, 6) wartości oraz 7) społeczeństwa.

² Charakterystykę założeń teoretyczno-metodologicznych projektu zamieściłem w rozprawie doktorskiej i książce opublikowanej na jej podstawie. Moją uwagę na kategorię syndromu konsumpcyjnego jako wartą zbadania zwróciła prof. Maria Dudzikowa. Temat rozprawy wpisał się w zespołowe badania panelowe, rozpoczęte w 2005 roku pod jej kierownictwem w Zakładzie Pedagogiki Szkolnej na temat *Studenci UAM 2005/2006-2009/2010. Doświadczenia szkolne I-go rocznika reformy edukacji a zmiany zasobów jego kapitału społecznego w warunkach szkoły wyższej. Badania panelowe* (grant MNiSW). W pierwszym i drugim etapie badań brałem udział jako ankieter oraz koordynator, a w etapie drugim i trzecim zaangażowałem się także merytorycznie oraz autorsko.

³ Autor terminem syndrom konsumpcyjny posługuje się w kilku tekstach, obszerniejszego omówienia kategorii dokonuje w: Z. Bauman, *Płynne życie*, przeł. T. Kunz, Kraków 2007, s. 126-182.

⁴ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, przeł. M. Wyrwas-Wiśniewska, Kraków 2009, s. 61.

⁵ Z. Bauman, *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów*, Łódź 2007, s. 5.

⁶ Tamże, s. 5-6; Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, s. 94; tenże, *Płynne życie*, s. 130-131.

⁷ Z. Bauman, *Płynne życie*, s. 131; tenże, *Konsumenci*, s. 6.

⁸ Tamże, s. 138-140; tamże, s. 7.

⁹ Omawiając syndrom konsumpcyjny, autor posługuje się takimi pojęciami, jak: „konsumowanie dzieciństwa”, „konsumowanie tożsamości” itd. (Z. Bauman, *Płynne życie*, s. 126-160). Nazwy te są metaforami – na przykład „konsumowanie przestrzeni” oznacza typowe dla „modelowych” konsumentów (zgodne z syndromem) ustosunkowanie wobec przestrzeni.

Syndrom konsumpcyjny potraktowałem jako obiekt, który można poddać badaniu. Na Baumanowską kategorię syndromu konsumpcyjnego nałożyłem więc kategorię orientacja, rozumianą jako „zgeneralizowana tendencja do postrzegania, wartościowania, odczuwania i reagowania na rzeczywistość społeczną”¹⁰. Przyjąłem, że struktura orientacji konsumpcyjnej odwzorowuje zakresy Baumanowskiego syndromu, a więc składa się z siedmiu komponentów, czyli orientacji konsumpcyjnych wobec: czasu, przestrzeni, przedmiotów, siebie, wartości, innych ludzi oraz społeczeństwa. Stopień ukształtowania orientacji konsumpcyjnej można analizować poprzez właściwości formalne (nasilenie i jego trwałość, interioryzację, adekwatność, spójność i złożoność). W sensie psychologicznym orientacja konsumpcyjna jest rodzajem mentalności, elementem osobowości, organizacją informacji kształtowaną w wyniku procesów poznawczych.

W badaniu¹¹ orientacji konsumpcyjnych zastosowałem metodę sondażu diagnostycznego – technikę ankiety. Kluczowym fragmentem narzędzia (kwestionariusz ankiety) była Skala Orientacji Konsumpcyjnej (SOK) – tabela złożona z 14 twierdzeń, przedstawionych badanym jako „opis (zestaw właściwości) współczesnego człowieka, dokonany przez jednego z socjologów”. Pozycje Skali były opisami cech modelowego konsumenta „sterowanego” syndromem konsumpcyjnym (wg Baumana). Ustosunkowanie się respondentów do twierdzeń SOK (wskazanie własnego podobieństwa do nich itp.) wskaźnikowało stopień ukształtowania orientacji konsumpcyjnych. Za odpowiedzi badani otrzymywali punkty (od 0 do 100), przy czym im więcej ich zgromadzili, tym wyższy był stopień ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnych.

W jakim stopniu są ukształtowane orientacje konsumpcyjne młodzieży akademickiej? We wskaźniku zjawiska badani średnio otrzymali 39,02 punktów (odchylenie standardowe SD = 10,36). Większość z nich, bo 7 na 10 (z N = 446) otrzymała od 30 do 50 punktów (wynik minimalny to 6 punktów, a maksymalny – 72 punkty). Stopień ukształtowania orientacji konsumpcyjnej studentów jest zatem raczej niski niż wysoki (raczej oddalony niż zbliżony do modelu Baumana). Ujmując rzecz metaforycznie i znacznie upraszczając, można przyjąć, że przeciętny student UAM jest w niespełna 40% zorientowany konsumpcyjnie tak, jak wyni-

¹⁰ M. Ziółkowski, *Orientacje indywidualne a system społeczny*, [w:] *Orientacje społeczne jako element mentalności*, red. J. Reykowski, K. Skarżyńska, M. Ziółkowski, Poznań 1990, s. 57; M. Ziółkowski, J. Koralewicz, *Mentalność Polaków*, Warszawa 2003, s. 15-16.

¹¹ Dobór próby do badań panelowych, w których mieściły się badania własne, miał charakter celowo-losowy – brały w nich udział osoby studiujące w Poznaniu, na 13 wydziałach UAM (wszystkich oprócz Wydziału Zamiejscowego w Kaliszu), ale z losowo dobranych grup studenckich. W projekcie uwzględniłem tylko dane dotyczące studentów biorących udział w każdym z trzech przeprowadzonych pomiarów (N = 446).

kałoby to z Baumanowskiego modelu (w odniesieniu do konsumenta „sterowanego” w pełni przez syndrom konsumpcyjny).

Orientacje konsumpcyjne studentów UAM wobec poszczególnych zakresów rzeczywistości są ukształtowane w różnym stopniu zbliżenie z modelem Baumana (tab. 1).

Tabela 1

Ukształtowanie komponentów struktury orientacji konsumpcyjnej – zestawienie średnich punktów

Komponent struktury orientacji konsumpcyjnej	N	Średni wynik (na 100 punktów)		
		średnia (MS)	odchylenie standardowe (SD)	
Orientacja konsumpcyjna wobec...	czasu	442	47,3	1,293
	przestrzeni	442	42,3	1,597
	społeczeństwa	442	41,2	1,364
	siebie	443	39,3	1,266
	przedmiotów	442	38,6	1,295
	wartości	443	32,7	1,390
	innych ludzi	443	21,3	1,087

Źródło: badania własne.

Stopień ukształtowania wszystkich komponentów orientacji konsumpcyjnej można określić jako przeciętny lub niski (raczej oddalony niż zbliżony z modelem Baumana), gdyż w żadnym wskaźniku nie otrzymali nawet połowy z maksymalnie możliwej do otrzymania liczby punktów (czyli 100). Relatywnie najbardziej zbliżenie z modelem (w 50% jest ukształtowana orientacja konsumpcyjna wobec czasu. W hierarchii komponentów, ze względu na stopień ich ukształtowania, wyróżniają się orientacje konsumpcyjne: wobec innych ludzi (najbardziej odległa od modelu – ukształtowana w zaledwie 20% zbliżenie z nim), a także wobec wartości (30%). Pozostałe komponenty są ukształtowane zgodnie z ogólnym wynikiem – w około 40% w odniesieniu do przyjętego kryterium.

Orientację konsumpcyjną można analizować nie tylko z perspektywy treści struktury, ale także ze względu na jej właściwości formalne. Okazało się, że:

– stopień nasilenia orientacji konsumpcyjnych jest raczej niski niż wysoki. Większość respondentów (od 5 do 8 na 10) we własnej opinii nie jest wcale albo jest w bardzo małym stopniu podobna do każdej z czterech właściwości modelowego konsumenta wyrażonych w SOK. Rzadko wskazywali na pewien lub bardzo duży stopień podobieństwa do tych

właściwości. To ustosunkowanie się jest bardzo trwałe. Porównanie wyników dwóch pomiarów w odstępnie 2 lat wykazało istotną statystycznie różnicę tylko w odniesieniu do orientacji konsumpcyjnej wobec wartości (po 2 latach zmniejszył się stopień jej nasilenia);

– orientacja konsumpcyjna była uwewnętrzniona przez niespełna 2 na 10 studentów, niski był też stopień interioryzacji jej komponentów. Cechy modelowego konsumenta wskazywali niemal dwukrotnie częściej jako takie, które w przyszłości będą im odległe niż bliskie. Jednocześnie, niemal trzykrotnie częściej wybrali je jako takie, których nie chcieliby niż chcieliby przekazać swemu potomstwu;

– stopień adekwatności większości komponentów orientacji konsumpcyjnej był raczej niski niż wysoki. W opinii większości respondentów, właściwości Baumanowskiego konsumenta są raczej nieprzydatne i/lub wręcz balastem we współczesnym świecie, niż czymś wartościowym. Ponad 4 na 10 z nich wprost uznało dokonany przez Baumaną opis współczesnego człowieka za nietrafny. Podważali go wskazując, że współcześni ludzie nie są tacy, jak Baumanowski konsument, albo wręcz krytykowali go jako zbyt jednostronny (czyli skrajny, pesymistyczny lub nielogiczny). Nieznacznie mniej osób uznało model za trafny – według nich większość ludzi jest taka, jak modelowy konsument („sterowany” syndromem), lub właśnie taki jest świat.

Zaprezentowane wyniki badań własnych można interpretować jako przesłankę do wnioskowania, iż studenci UAM są w raczej niskim niż wysokim stopniu „sterowani” syndromem konsumpcyjnym. W opinii większości, dotyczy to także ogółu współczesnych ludzi. Rezultat ten dobrze wpisuje się w wyniki badań innych autorów, gdyż wartości (także cele życiowe) młodzieży akademickiej, które można by uznać za powiązane z syndromem konsumpcyjnym (np. materialno-bytowe, czy hedonistyczne), znajdują się z reguły w dole (ewentualnie w środku) hierarchii wartości¹².

Stopień ukształtowania struktury orientacji konsumpcyjnej studentów UAM (40% zbieżności z modelem Baumaną) można jednak interpretować jako relatywnie wysoki, z kilku powodów. Przede wszystkim, trudno oczekiwać pełnej zbieżności z modelem, ponieważ jest typem idealnym. Jak zauważa autor, dotyczy „dojrzałych”, „najzdolniejszych” konsumentów płynnonowoczesnych¹³. Ponadto, socjalizacja młodzieży aka-

¹² Zobacz na przykład wyniki badań: E. Kubiak-Szymborska, *Podmiotowość młodzieży akademickiej. Studium statusu podmiotowego studentów okresu transformacji*, Bydgoszcz 2003, s. 182; L.A. Dakowicz, *Świat wartości przyszłych nauczycieli, Studium socjologiczne na podstawie badań studentów specjalizacji nauczycielskiej Uniwersytetu w Białymstoku*, Białystok 2006; L. Nowak, *Uwarunkowania zachowań konsumpcyjnych młodzieży akademickiej. Eksploracja struktur ukrytych*, Poznań 2009.

¹³ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, s. 64, 95; tenże, *Płynne życie*, s. 132.

demickiej przebiegała w warunkach tworzenia się społeczeństwa konsumpcyjnego w Polsce¹⁴, a zatem syndrom konsumpcyjny nie miał tu sprzyjających warunków do ekspresji. Wreszcie, trudności w procesie samopoznania i wglądu, a także mechanizmy autoprezentacji mogły zdecydować o zaniżeniu wyniku (większość studentów wartościuje Baumanowski model negatywnie, więc trudno oczekiwać, że właściwości z jego zakresu będą uznawać za zbieżne ze swoimi).

Zasoby kapitału społecznego studentów UAM a ukształtowanie ich orientacji konsumpcyjnych

Badacze konsumpcji, społeczeństwa konsumpcyjnego (i jego kultury), a także kapitału społecznego stawiają niekiedy hipotezę o wzajemnym powiązaniu tych zjawisk. Odwołują się przy tym do obserwacji współczesnych przemian rzeczywistości społecznej. Z reguły, stawiają kapitał społeczny w opozycji do konsumpcjonizmu, który uznaje się za jedną z kluczowych przyczyn jego erozji¹⁵. Egzemplifikacją przywołanej diagnozy będą wyniki badań własnych. Czy istnieją wzajemne związki między ukształtowaniem orientacji konsumpcyjnych studentów UAM a ich zasobami kapitału społecznego? Które z zasobów kapitału społecznego są w największym (a które w najmniejszym) stopniu powiązane z orientacjami konsumpcyjnymi?

W odpowiedzi na powyższe pytania przywołam wyniki testowania hipotez o związkach między zasobami kapitału społecznego studentów a ukształtowaniem ich orientacji konsumpcyjnej, z podziałem na siedem komponentów struktury oraz jako całością, a także jej nasileniem, trwałością, interioryzacją, adekwatnością i złożonością¹⁶. Analizie poddam

¹⁴ Na temat rozwoju społeczeństwa konsumpcyjnego w Polsce zobacz na przykład: Y. Terada, *Rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i różne koncepcje wolności*, [w:] *W cywilizacji konsumpcyjnej*, red. M. Golka, Poznań 2004; F. Byłok, *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Częstochowa 2005; T. Kowalik, *Kapitalizm niejedno ma imię*, [w:] *Zrozumieć nowoczesność. Księga Jubileuszowa Zygmunta Baumana*, Łódź 2010, s. 111-118.

¹⁵ P.C. Whybrow, *American mania. Ciągłe więcej ale nigdy dość*, przeł. F. Rybakowski, Poznań 2006, s. 232; M. Dudzikowa, *Erozja kapitału społecznego w szkole w kulturze nieufności*, [w:] *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty. Interdyscyplinarne ujęcie*, red. M. Dudzikowa, M. Czerepaniak-Walczak, t. IV, Gdańsk 2008, s. 221-235; A. Aldridge, *Konsumpcja*, przeł. M. Żakowski, Warszawa 2006, s. 87-89.

¹⁶ W badaniach orientacji konsumpcyjnych uwzględniłem łącznie ponad 20 różnych czynników mogących wchodzić w związki z tym zjawiskiem. Postawione hipotezy testowałem na poziomie istotności statystycznej $\alpha = 0,05$, w wyniku czego przyjąłem w przybliżeniu

tylko wybrane zasoby kapitału społecznego studentów, czyli ich sieci społeczne, zaangażowanie społeczno-obywatelskie oraz zaufanie uogólnione do ludzi¹⁷. Odwołuję się zatem do ujęcia kapitału społecznego zbliżonego do Pierre'a Bourdieu¹⁸, który definiuje go jako sumę aktualnych i potencjalnych zasobów, należących się jednostce lub grupie ze względu na posiadane sieci „relacji, znajomości i wzajemnego uznania”, których może użyć dla sukcesu własnej praktyki.

Sieci społeczne. Wymieniane są jako jeden z podstawowych elementów w koncepcjach kapitału społecznego. W opinii Cezarego Trutkowskiego oraz Sławomira Mandesa¹⁹, większość teoretyków zgadza się, że podstawą kapitału społecznego są sieci i zasoby, jako że umożliwiają one cztery rodzaje korzyści: informację, wpływ na decyzję, społeczną wiarygodność oraz wzmocnienie *self*. W przywołanym już ujęciu Bourdieu²⁰, kapitał ten jest w dużej mierze warunkowany urodzeniem (sieci społeczne rodziny), ale zależy także od aktywności jednostki – jej indywidualnych wysiłków zmierzających do ustanawiania nowych relacji społecznych oraz ich podtrzymywania. Z kolei, Mikołaj Herbst²¹ podkreśla, że samo określenie „społeczny” wynika z tego, iż istnieje on w relacjach między ludźmi i jako skutek interakcji. Jego geneza także jest ponadjednostkowa, wyznacza on bowiem „determinanty sukcesu”, w których jednostka „nabywa lub uzyskuje (...) udział przez przynależność

niu 3 na 10 z nich. Korzystałem przede wszystkim z danych zgromadzonych w trzecim etapie badań panelowych (rok akademicki 2009/2010).

¹⁷ W podejściu badawczym przyjętym w zespołowych badaniach panelowych (z wyników których korzystam) te elementy uznajemy za składowe kapitału społecznego w aspekcie jednostkowym. Warto podkreślić, że w pierwszym etapie badań interesowały nas zasoby kapitału społecznego (zaufania i zaangażowania) w szkołach różnego szczebla, odtworzone na podstawie doświadczeń szkolnych maturzystów 2005' – studentów UAM (zobacz: M. Dudzikowa i inni, *Kapitał społeczny w szkołach różnego szczebla. Diagnoza i uwarunkowania*, Kraków 2011). W etapach kolejnych badaliśmy kapitał społeczny w uniwersytecie w aspekcie jednostkowym – zasoby studentów, jak również w aspekcie zbiorowym – zasoby uczelni (M. Dudzikowa i inni, *Oblicza kapitału społecznego w uniwersytecie. Studenci o swoim studiowaniu*, Kraków 2012, w druku).

¹⁸ P. Bourdieu, L. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, przeł. A. Sawisz, Warszawa 2001, s. 104-105.

¹⁹ C. Trutkowski, S. Mandes, *Kapitał społeczny w małych miastach*, Warszawa 2005, s. 66; por.: K. Growiec, *Kapitał społeczny: geneza i społeczne konsekwencje*, Warszawa 2011, s. 27.

²⁰ P. Bourdieu, L. Wacquan, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, s. 104-105.

²¹ M. Herbst, *Wprowadzenie, o czym jest ta książka*, [w:] *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionów*, red. M. Herbst, Warszawa 2007, s. 13.

grupową”²². Również inni badacze podkreślają ten społeczny wymiar kapitału, określając go jako zdolność do łączenia się w grupy²³.

Sieci społeczne są istotnym elementem kapitału społecznego jednostki, bowiem dzięki nim uzyskuje dostęp do zasobów (kapitału społecznego, ekonomicznego, kulturowego itd.) wszystkich członków własnej sieci powiązań²⁴. Charakterystyka osób tworzących sieć społeczną danej jednostki jest wyznacznikiem wyróżniania pomostowego (*bridging capital*) oraz wiążącego (*bonding capital*) kapitału społecznego. Kapitał wiążący odnosi się do silnych społecznych więzi w obrębie nieodróżnionych grup (jak np. rodzina, grupy etniczne), których członkowie często mieszkają w tej samej lokalizacji i pozwala posiadającym go osobom na przetrwanie, ale sprzyja zachowaniu stratyfikacji społecznej²⁵. Z kolei, kapitał pomostowy odnosi się do słabszych więzi, ale pomiędzy grupami heterogenicznymi, i jest cenny, gdyż pozwala na mobilność społeczną, o ile członkowie grup pochodzą z przestrzeni rzeczywiście zróżnicowanej.

Relacje pomiędzy sieciami społecznymi a wymogami życia w społeczeństwie konsumpcyjnym opisuje między innymi Peter C. Whybrow. Jak diagnozuje, członkowie społeczeństwa dobrobytu nastawieni są na sukces i nagradzani za indywidualne osiągnięcia, a nie za tworzenie związków z innymi. Według niego, obowiązujący imperatyw kulturowy jest oczywisty: „należy się starać, aby zwiększyć swój finansowy sukces, więc zmniejszamy czas na sen, inwestycje w rodzinę i życie społeczne”²⁶. Autor pisze wręcz o „szale materialnego pożądania”, z powodu którego „rozmontowane” zostały rodzina, rynek i społeczność²⁷. Inni badacze także diagnozują rozpad wspólnot, więzi, uprzedmiotowienia innych ludzi oraz coraz częstsze rezygnowanie z bliskich, intymnych relacji na

²² Tamże, s. 13; zob. także: M. Rymsza, T. Kaźmierczak (red.), *Kapitał społeczny: ekonomia społeczna*, Warszawa 2007, s. 24.

²³ Na przykład: F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, przeł. A. Śliwa, L. Śliwa, Warszawa – Wrocław 1997, s. 20; J.S. Coleman, *Social Capital in the Creation of Human Capital*, *The American Journal of Sociology*, 1988, nr 94, <http://www.jstor.org/pss/2780243>, [dostęp: 8.10.2012], s. 98; R.D. Putnam, *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, przeł. J. Szacki, Kraków 1995, s. 276.

²⁴ M. Rymsza, T. Kaźmierczak (red.), *Kapitał społeczny*, s. 24-25; K. Growiec, *Kapitał społeczny: geneza i społeczne konsekwencje*, s. 27.

²⁵ A.G. Quinn, *Social Capital: an assessment of its relevance as a conceptual and policy tool*, Voluntary Sector Working Paper, 2008, nr 9, <http://eprints.lse.ac.uk/29247/1/VSWP9Quinn.pdf>, [dostęp: 6.10.2012], s. 8-9; K. Growiec, *Kapitał społeczny: geneza i społeczne konsekwencje*, s. 27 i n.

²⁶ P.C. Whybrow, *American mania*, s. 188-189.

²⁷ Tamże, s. 20-40.

rzecz kariery²⁸. Jednym z najtrudniejszych wyzwań stojących przed członkami społeczeństwa dobrobytu jest wybór pomiędzy inwestycją w więzi i zobowiązania z innymi (rodzina, związki intymne, przyszłe pokolenia itp.) a inwestycją bezpośrednio w siebie i szerszy zewnętrzny świat²⁹.

Diagnozy dotyczące przemian relacji międzyludzkich w społeczeństwie konsumpcyjnym stawiane są także przez Zygmunta Baumana³⁰. Zauważa on, iż żyjemy w świecie, w którym na skutek indywidualizacji postępuje kruszenie więzi i wbudowanie w nie tymczasowości, którym towarzyszy poczucie „wydziedziczenia ze wspólnoty”³¹. Jedną z przyczyn zjawiska jest konsumpcja, która – jak podkreśla Bauman – stanowi czynnik indywidualizujący. Tę kwestię podobnie rozpatruje Maria Rogaczewska, która w kontekście analizy warunków w Polsce po 1989 roku czyni następującą uwagę:

kanon oparty na konsumpcyjnym stylu życia oraz wymogi rynku pracy to impulsy indywidualizujące, natomiast *tradycyjna* zasada organizacji życia społecznego w Polsce jest kolektywistyczna³².

Przywołane powyżej obserwacje uzasadniają postawienie hipotezy o związku między orientacjami konsumpcyjnymi studentów UAM a ich sieciami społecznymi. Odniosę się tylko do jednego zasobu tworzącego te sieci – zakresu grona przyjaciół. Wybór tego elementu podyktowany jest faktem, że dotyczy rozmiaru sieci, a jak zauważa John Urry³³, dodanie każdego kolejnego nowego członka do sieci powiązań wydatnie zwiększa jej wartość dla obecnych „członków”. Zakres grona przyjaciół można zdefiniować jako liczbę osób spoza rodziny – przyjaciół, bliskich znajomych, z którymi chętnie dzielimy się swoimi radościami i problemami³⁴. Do tak zdefiniowanej sieci przyjaciół większość badanych studentów UAM (bliżej 9 na 10) zaliczyła co najmniej trzy osoby (tylko 5 osób wskazało, że

²⁸ Na przykład: A. Offer, *The Challenge of Affluence. Self-Control and Well-Being in United States and Britain since 1950*, New York 2006; J. Mariański, *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym*, Warszawa 2010.

²⁹ A. Offer, *The Challenge*, s. 334.

³⁰ Zagadnienie to analizowane jest szczególnie w: Z. Bauman, *Razem osobno*, przeł. T. Kunz, Kraków 2003; tenże, *Wspólnota. W poszukiwanie bezpieczeństwa w niepewnym świecie*, przeł. T. Kunz, Kraków 2008.

³¹ Z. Bauman, *Moralność w niestabilnym świecie*, Poznań 2006, s. 24-25 i n.; por.: M. Rogaczewska, *O kulturze nieufności i polityce zaufania*, [w:] *Kapitał społeczny w małych miastach*, C. Trutkowski, S. Mandes, Warszawa 2005.

³² M. Rogaczewska, *O kulturze nieufności*, s. 244.

³³ J. Urry, *Socjologia mobilności*, przeł. J. Stawiński, Warszawa 2009, s. 268-269.

³⁴ Jest to zatem element raczej wiążącego niż pomostowego kapitału społecznego, aczkolwiek takie założenie jest uproszczeniem.

nie ma nikogo takiego). Za relatywnie wąski można uznać zakres grona przyjaciół, nieprzekraczający dwóch osób (49 respondentów; 11%). Zakres przeciętny obejmuje od trzech do czterech przyjaciół (190; 42,6%), a szeroki powyżej pięciu (200; 44,8%). Okazało się, że tak zdefiniowany zakres grona przyjaciół młodzieży akademickiej wchodzi we wzajemne związki:

– z typami orientacji konsumpcyjnej ze względu na jej złożoność ($\chi^2 = 19,58$, $df = 10$; $p = 0,033$; $V\text{-Cramera} = 0,150$). W grupie studentów o orientacji konsumpcyjnej typu „ja-wartości” (u których orientacje konsumpcyjne: wobec siebie oraz wobec innych dominują w strukturze komponentów) jest relatywnie więcej respondentów z grupy o szerokim (27,3%), niż o wąskim (16,3%) zakresie grona przyjaciół (proporcja 5 : 3). Z kolei, w grupie osób reprezentujących orientację typu „inni-społeczeństwo” proporcja jest odwrotna (7,6% do 20,4%, czyli w przybliżeniu 1 : 3);

– ze stopniem ukształtowania orientacji konsumpcyjnej wobec społeczeństwa ($N = 437$; $r_s = -0,128$; $p = 0,017$);

– z oceną adekwatności orientacji konsumpcyjnej do rzeczywistości ($N = 436$; $r_s = -0,153$, $p = 0,005$).

Zestawione powyżej wyniki wskazują, że im szerszy zakres grona przyjaciół mają studenci, tym niższy jest stopień ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnej wobec społeczeństwa, a także niżej oceniają adekwatność orientacji konsumpcyjnej do rzeczywistości (trafności sporządzonego przez Baumana modelu).

W uproszczeniu można przyjąć, że im większe zasoby sieci społecznych studentów, tym niższy stopień ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnych. Związek między zjawiskami jest wzajemny, więc tę relację można opisać odwrotnie, czyli: im większy stopień ukształtowania orientacji konsumpcyjnych, tym mniejsze zasoby sieci społecznych. Okazuje się zatem, że orientacje konsumpcyjne, kształtowane pod wpływem warunków stwarzanych w społeczeństwie konsumpcyjnym, nie sprzyjają tworzeniu rozległych sieci społecznych. W odwołaniu do dylematu, który przedstawia Avner Offer³⁵ (wybór między inwestycją w więzi lub w siebie) należy uznać, że osoby najmniej zorientowane konsumpcyjnie wybierają raczej inwestycję w więzi i zobowiązania z innymi (grono przyjaciół), niż inwestycję bezpośrednio w siebie i szerszy zewnętrzny świat. Jeśli szeroki zakres grona znajomych potraktujemy jako przejaw mniejszego indywidualizmu, to możemy uznać, że wyniki badań własnych wskazują, że jest on jednym z czynników sprzyjających kształtowaniu orientacji konsumpcyjnej. Być może, osoby bardziej zorientowane konsumpcyjnie (w porównaniu z pozostałymi respondentami) były częściej

³⁵ A. Offer, *The Challenge*, s. 334.

nagradzane za indywidualne osiągnięcia niż za tworzenie związków z innymi. Mogły zatem silniej przyswoić opisany przez Whybrowa³⁶ imperatyw kulturowy, nakazujący dążyć do sukcesu kosztem bliskich relacji (tu: zakresu grona znajomych).

Związek między zakresem grona przyjaciół a orientacją konsumpcyjną można wyjaśnić także w odwołaniu do Baumanowskich obserwacji relacji konsumentów z bliskimi. Otóż, w płynnonowoczesnym świecie we wszelkich kontaktach i związkach obowiązuje prowizoryczność więzi i brak zobowiązań, co pozwala jednostce na zachowanie wszystkich możliwości przez cały czas³⁷. Wsparcia można poszukiwać w przyjaźni, jednak ogranicza ona mobilność i może stać się balastem³⁸. Tradycyjna wspólnota jest upragniona, gdyż daje poczucie bezpieczeństwa, ale każdorazowo oznacza rezygnację z fragmentu wolności³⁹. Z tej ostatniej konsumenci nie są gotowi rezygnować, więc pozostaje im poszukiwanie alternatywnych wzorców wspólnot – innych niż oparte na wzajemnym zobowiązaniu. Być może studenci, którzy mieli bardziej ukształtowaną orientację konsumpcyjną, w większym stopniu przyswoili te zasady, a tym samym ograniczyli grono bliskich znajomych?

Rozwiązanie zadań rozwojowych stojących przed młodzieżą akademicką można rozpatrywać jako sprzyjające budowaniu sieci społecznych, a tym samym kapitału społecznego. Zadania te są bowiem związane z wejściem w trwałe związki/relacje społeczne – w świetle koncepcji zadań rozwojowych Havighursta czy koncepcji rozwoju psychospołecznego Eriksona⁴⁰. Bliskie relacje w gronie przyjaciół pozwalają na wzajemną wymianę doświadczeń, lepsze rozumienie siebie i innych, pełnią funkcję socjalizacyjną oraz rekreacyjną, dają poczucie sukcesu, pozwalają na uzyskanie wglądu we własną tożsamość. Wymagają jednocześnie wysiłku – wzajemnej szczerości, empatii, wiedzy o partnerze, zaufania wobec niego, częściowej rezygnacji z niezależności i własnych pragnień – a więc są obciążające⁴¹. Wyniki badań własnych wskazują, że tym wymogom częściej są gotowe sprostać osoby mniej zorientowane konsumpcyjnie. Wydaje się, że studenci bardziej zbliżeni do modelowego Baumanowskiego konsumenta (w porównaniu z innymi badanymi) relatywnie częściej

³⁶ P.C. Whybrow, *American mania*, s. 188-189.

³⁷ Z. Bauman, *Płynne życie*, s. 10; tenże, *Tożsamość: Rozmowy z Benedetto Vecchim*, przeł. J. Łaszcz, Gdańsk 2005, s. 31.

³⁸ Z. Bauman, *Płynne życie*, s. 162; tenże, *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Kraków 2004, s. 192.

³⁹ Z. Bauman, *Wspólnota*, s. 11-30.

⁴⁰ E. Gurba, *Weczesna dorosłość*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka*, t. 2, *Charakterystyka okresów życia człowieka*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, Warszawa 2007, s. 68; E.H. Erikson, *Dopełniony cykl życia*, przeł. A. Gomola, Poznań 2002, s. 88-89.

⁴¹ Z. Bauman, A. Gajewska, *Nadzieje i obawy płynnej nowoczesności, Rozmowa przeprowadzona 3 grudnia 2005 roku*, Gniezno 2005, s. 18-20.

rozwiązują kryzys intymność-izolacja⁴² na korzyść tej drugiej. Mają zatem węższy zakres grona przyjaciół, a tym samym relatywnie mniejszą wielkość zasobów kapitału społecznego.

Wydaje się, że respondenci o bardziej ukształtowanej orientacji konsumpcyjnej mają węższe od innych grono przyjaciół, a bliskie relacje traktują raczej w kategoriach zagrożenia, niż szansy. Można zatem postawić pytanie: w jaki sposób zaspokajają potrzebę kontaktu emocjonalnego (intymności, przynależności itp.)? Możliwe, iż przyjęli strategię, określaną przez Baumana jako zastępowanie „jakości” przez „ilość”, a opierającą się na założeniu, że „przez doraźne mnożenie i gromadzenie relacji wydostaniemy się na mniej zdradziecki grunt”⁴³. Ta strategia tworzenia „widmowych wspólnot” (np. w Internecie) zamiast relacji partnerskich (przyjacielskich) polega na tym, iż zastępują one „niewielką liczbę pogłębionych relacji masą tanich i płytkich kontaktów”⁴⁴. Taką sieć relacji można łatwo zerwać, ale trudno oczekiwać, że pozwoli ona w pełni korzystać z zasobów jej członków.

Zaangażowanie społeczno-obywatelskie. Kluczowym elementem kapitału społecznego, obok zasobów sieci społecznych i zaufania, są zasoby zaangażowania. Zajmują one szczególne miejsce w koncepcji Roberta Putnama⁴⁵, który przyjmuje, że podstawą kapitału społecznego w danej grupie są: przestrzeganie przez jej członków normy wzajemności oraz sieci obywatelskiego zaangażowania. Pozwalają one na budowanie kapitału społecznego, ponieważ „zmniejszają korzyści wyłamywania się, redukują niepewność i dostarczają wzorów przyszłej współpracy”. W ujęciu Colemana⁴⁶, kapitał społeczny składa się ze struktury społecznej (jak np. rodzina lub dowolna inna wspólnota – np. akademicka), czyli systemu relacji oraz działania podejmowanego przez aktorów w tej strukturze. Obejmuje zróżnicowane zasoby, które ułatwiają działanie jednostek. Z kolei, Fukuyama⁴⁷ w odwołaniu do koncepcji Colemana kapitał społeczny definiuje jako zdolność do łączenia się w grupy zależne od stopnia, w jakim dana społeczność uznaje i podziela zbiór norm i wartości oraz od tego, czy jej członkowie potrafią poświęcić indywidualne dobro dla dobra zbiorowości.

Zgodnie z powyższymi ustaleniami, zasoby zaangażowania społeczno-obywatelskiego można rozpatrywać jako istotną składową kapitału społecznego. Współcześni badacze diagnozują postępujący kryzys dojrzałej

⁴² E.H. Erikson, *Dopełniony cykl życia*, s. 88-89.

⁴³ Z. Bauman, *Tożsamość: Rozmowy*, s. 67.

⁴⁴ Tamże, s. 67; Z. Bauman, *Płynny lęk*, przeł. J. Margański, Kraków 2008, s. 124.

⁴⁵ R.D. Putnam, *Demokracja w działaniu*, s. 276.

⁴⁶ J.S. Coleman, *Social Capital*, s. 98.

⁴⁷ F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny*, s. 20.

demokracji, spadek zaangażowania obywatelskiego oraz społecznego, co dotyczy większości krajów rozwiniętych i rozwijających się, w tym także Polski i polskiej młodzieży⁴⁸. Jako przyczyny spadku zaangażowania (i tym samym kapitału społecznego) wskazuje się różne zjawiska⁴⁹, wśród których wymienia się między innymi rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego.

W analizach społeczeństwa i jego kultury rynek konsumencki traktowany bywa jako zagrożenie dla demokracji i społeczeństwa obywatelskiego. Kategorię konsument zestawia się w opozycyjne pary z innymi pojęciami, wśród nich obok producenta (twórcy), aktywisty znajduje się między innymi obywatel⁵⁰. Phil Macnaghten i John Urry⁵¹ zauważają, że w społeczeństwach współczesnych punkt ciężkości w byciu obywatelem jest przesunięty z praw politycznych na prawa konsumenta. Podobny wniosek w odniesieniu do wolności stawia Benjamin Barber⁵², według którego współcześnie mierzy się ją wyborami konsumenckimi, a nie udziałem w prawdziwych wyborach. Ten wzorzec etosu infantylnizmu, jak go nazywa Barber, promowany jest przez „strażników”, którzy nie pozwalają obywatelom na uzyskanie dojrzałości. Przedstawiają oni zdobywanie dóbr konsumpcyjnych jako patriotyczny obowiązek oraz przekształcają debaty publiczne w spektakle medialne⁵³. Procesy towarzyszące rozwojowi społeczeństwa konsumpcyjnego prowadzą do zastępowania sfery publicznej sferą prywatną, co szerzej analizuje Zygmunt Bauman⁵⁴.

Zestawione powyżej diagnozy pozwalają na postawienie hipotezy o wzajemnym związku między orientacjami konsumpcyjnymi studentów UAM a ich zaangażowaniem społeczno-obywatelskim (jako składową kapitału społecznego). Przyjąłem szeroką definicję zaangażowania, zgodnie z którą nie ogranicza się ono do działań o ogólnopaństwowym znaczeniu (wybory), ale obejmuje także działania podejmowane na mniejszą skalę: w samorządach, różnego rodzaju organizacjach społecznych, w środowisku lokalnym oraz aktywność na rzecz drugiego człowie-

⁴⁸ R.D. Putnam, *Demokracja w działaniu* i inne; M. Dudzikowa, *Erozja kapitału społecznego*; M. Zahorska, E. Papiór, M. Roszkowska, *Obywatele czy poddani? Młodzież szkolna a demokracja*, Warszawa 2009.

⁴⁹ Na przykład, zjawisko hybrydyzacji warunków życia społecznego w Polsce po traumie potransformacyjnej (M. Rogaczewska, *O kulturze nieufności*).

⁵⁰ A. Aldridge, *Konsumpcja*, s. 16 i n.; R. Sassatelli, *Consumer culture. History, theory and politics*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore 2007, s. 120-123; P. Macnaghten, J. Urry, *Alternatywne przyrody. Nowe myślenie o przyrodzie i społeczeństwie*, przeł. B. Baran, Warszawa 2005, s. 40; P.C. Whybrow, *American mania*, s. XII.

⁵¹ P. Macnaghten, J. Urry, *Alternatywne przyrody*, s. 40.

⁵² B. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylnizuje dorosłych i połyka obywateli*, przeł. H. Jankowska, Warszawa 2008, s. 55-56.

⁵³ Tamże, s. 69-70.

⁵⁴ Z. Bauman, *Moralność w niestabilnym świecie; tenże, Konsumowanie życia*.

ka⁵⁵. Przyjrę się zatem związkom orientacji konsumpcyjnych z trzema składowymi zaangażowania społeczno-obywatelskiego: stopniem uczestnictwa w wyborach państwowych, stopniem zaangażowania społeczno-politycznego oraz stopniem zaangażowania społeczno-akademickiego.

Zdecydowana większość badanych studentów (około 7 na 10) twierdzi, że brała udział (głosowała) w wyborach: parlamentarnych 2005['] (dotyczy to 76% respondentów); prezydenckich 2005['] (77,6%), samorządowych 2006['] (64,1%) oraz parlamentarnych 2007['] (81,9%). Badani deklaruowali także udział w głosowaniu w wyborach prezydenckich 2010['] (84,5%) oraz parlamentarnych 2010['] (78,5%). Na tej podstawie przydzieliłem respondentów do grup o relatywnie niskim, przeciętnym i wysokim stopniu uczestnictwa w wyborach państwowych (liczebności grup odpowiednio: 104; 115; 216).

Jeśli chodzi o zaangażowanie społeczno-polityczne, to co czwarta osoba badana (N = 106) w czasie studiów nie brała udziału w żadnej z przedstawionych jej inicjatyw społeczno-politycznych. Najwięcej z nich (63,5%) podpisywało listy, np. protestacyjne, ale już w ich redagowaniu udział brało zaledwie 13 osób. Blisko co trzeci respondent (29,8%) rozlepił plakaty i/lub ulotki, a co czwarty (25,3%) organizował spotkania w celu rozwiązania jakiegoś problemu. Niemal dwie trzecie studentów (62,2%) wskazało, że nigdy nie byli wolontariuszami poza uczelnią. Aż sześciu na dziesięciu z nich (60,1%) nie przynależało do żadnej organizacji (grupy, koła, stowarzyszenia itp.) społeczno-politycznej. Oceniając znaczenie sfery życia określonej jako „społeczność, w której żyją”, aż ośmiu na dziesięciu studentów przydzieliło na nią poniżej 10 proc. ze 100 dostępnych, co oznacza, że bardziej istotne były dla nich inne sfery (np. czas wolny, praca/nauka, czy rodzina). Ze względu na stopień zaangażowania społeczno-politycznego, przydzieliłem badanych do grup o jego niskim, przeciętnym i wysokim stopniu (liczebności odpowiednio: 103; 219; 112).

W przypadku zaangażowania społeczno-akademickiego, zdecydowana większość respondentów (88,3%) wskazała, że nigdy nie była wolontariuszami (wolontariat organizowany przez uczelnię). Większość studentów zadeklarowała, że w razie potrzeby wsparliby starostę roku (83,9%), a na ich pomoc często mógłby liczyć także samorząd studencki – raczej w sytuacjach konfliktowych z pracownikami uczelni (56,2%), niż w organizowaniu imprez o charakterze naukowym, kulturalnym itp. (34,3%). Respondentów przydzieliłem do grup o relatywnie niskim, przeciętnym i wysokim stopniu zaangażowania społeczno-akademickiego (liczebności odpowiednio: 110; 199; 125).

⁵⁵ Por.: M. Zahorska, E. Papiór, M. Roszkowska, *Obywatele czy poddani?*, s. 123-124.

Uogólniając, stopień uczestnictwa studentów w wyborach był raczej wysoki, natomiast wyraźnie niższy był poziom ich aktywności o charakterze społecznym (zarówno w środowisku akademickim, jak i poza nim)⁵⁶. Jakie są wzajemne związki między zaangażowaniem społeczno-obywatelskim studentów UAM a stopniem ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnych?

Stopień uczestnictwa studentów w wyborach państwowych jest ujemnie związany ze stopniem ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnej wobec wartości ($N = 435$; $r_s = -0,127$, $p = 0,008$).

Stopień zaangażowania społeczno-politycznego badanych wchodzi we wzajemne związki:

– z typami orientacji konsumpcyjnej ze względu na jej złożoność ($\chi^2 = 23,930$; $df = 10$, $p = 0,008$; $V\text{-Cramera} = 0,166$). W grupie studentów o typie „niezłożonej” orientacji na każdą osobę o niskim stopniu zaangażowania społeczno-politycznego (8,1%) przypadają dwie osoby o wysokim jego stopniu (18,3%). Odwrotna jest proporcja wśród osób o orientacji typu „złożonej” (13,6% do 5,4%);

– ze stopniem nasilenia orientacji konsumpcyjnej ($N = 434$; $r_s = -0,138$; $p = 0,004$);

– ze stopniem ukształtowania orientacji konsumpcyjnej wobec przestrzeni ($N = 435$; $r_s = -0,181$; $p < 0,001$).

Stopień zaangażowania społeczno-akademickiego badanych jest istotnie związany:

– z typami orientacji konsumpcyjnej ze względu na jej złożoność ($\chi^2 = 20,315$; $df = 10$, $p = 0,026$; $V\text{-Cramera} = 0,153$). Respondenci o niskim stopniu zaangażowania społeczno-akademickiego (w porównaniu z tymi o wysokim) relatywnie częściej znaleźli się w grupie o orientacji konsumpcyjnej typu „złożonego” (proporcja: 14,5% do 9,6%), a rzadziej należą do grupy o „niezłożonym” typie orientacji (proporcja: 15,5% do 20,8%);

– ze stopniem nasilenia orientacji konsumpcyjnej ($N = 434$; $r_s = -0,129$; $p = 0,007$);

– ze stopniem ukształtowania orientacji konsumpcyjnej ($N = 433$; $r_s = -0,120$; $p = 0,012$);

⁵⁶ Dane te dobrze korespondują z rezultatami innych badań nad zaangażowaniem młodzieży akademickiej. Na przykład, wyniki badań E. Ozgi (2001, s. 179-184) świadczą, że co trzeci student przynależy do jakiejś organizacji, w której realizują cele indywidualne (np. sportowe), mniej osób należy do organizacji charytatywnych czy samorządu. Z kolei, w badaniach L. Nowak (2009, s. 112-113) zaangażowanie studentów w różnych sferach życia okazało się niewielkie – studenci najrzadziej biorą udział w sferze politycznej, niewielkie jest ich zaangażowanie w życiu społecznym, ale też religijnym (wskaźniki na poziomie kilku, kilkunastu procent).

- ze stopniem ukształtowania orientacji konsumpcyjnej wobec innych (N = 435; $r_s = -0,183$; $p < 0,001$);
- ze stopniem ukształtowania orientacji konsumpcyjnej wobec społeczeństwa (N = 435; $r_s = -0,132$; $p = 0,006$).

Siła wszystkich wymienionych związków jest niewielka – wartość współczynników korelacji jest mniejsza od 0,2. Wszystkie mają też taki sam kierunek: w uproszczeniu można przyjąć, że orientacja konsumpcyjna studentów należących do grup o relatywnie niższym stopniu zaangażowania społeczno-obywatelskiego (w porównaniu z przedstawicielami pozostałych grup) jest w większym stopniu złożona, nasilona i ukształtowana (co dotyczy całości oraz jej wybranych komponentów – orientacji konsumpcyjnych: wobec wartości, wobec przestrzeni, wobec innych oraz wobec społeczeństwa).

Uzyskane wyniki badań własnych można interpretować tak, że im większe są zasoby zaangażowania społeczno-obywatelskiego studentów (a tym samym – zasoby kapitału społecznego), tym niższy stopień ukształtowania struktury ich orientacji konsumpcyjnych (mniejsza zbieżność z modelem Baumana). I odwrotnie: im większy stopień ukształtowania orientacji konsumpcyjnych młodzieży akademickiej, tym niższe jej zasoby zaangażowania społeczno-obywatelskiego. Relacja ta w mniejszym zakresie dotyczy samego udziału w wyborach (być może dlatego, że grupa była pod tym względem dość jednorodna?), a w większym zaangażowania społecznego – działania na rzecz innych ludzi. Rezultat ten można interpretować jako potwierdzenie przywołanej już obserwacji, iż kategorie „konsument” i „obywatel” są przeciwstawnymi biegunami. Kwestię rozpatrzę bardziej szczegółowo.

Studenci bardziej zorientowani konsumpcyjnie wydają się w większym stopniu ulegać zjawisku, które Benjmin Barber określił jako etos infantylizmu⁵⁷. Na skutek mierzenia wolności poprzez możliwość dokonywania wyborów konsumenckich, angażują się oni w przestrzeń konsumpcji – zakupów, zamiast w przestrzeń publiczną. W konsekwencji dochodzi do ich infantylizacji, co przejawia się w tendencji do przedkładania „łatwego nad trudne”, „prostego nad złożone” i „szybkiego nad powolne”⁵⁸. Można przypuszczać, że relatywnie bardziej zorientowani konsumpcyjnie (i tym samym bardziej zinfantylizowani) respondenci rzadko podejmują aktywność społeczną, czy obywatelską, ponieważ wymagają one wiele wysiłku – są trudne, powolne i złożone.

⁵⁷ B. Barber, *Skonsumowani*, s. 55-56.

⁵⁸ Tamże, s. 129-175.

Konsumenci coraz mniej potrzebują sfery publicznej, gdyż oferuje im relatywnie niewiele szczęścia⁵⁹. Wraz z atomizacją konsumentów-jednostek, zamiast solidarności społecznej postępuje egoizacja samotnych i zindywidualizowanych konsumentów⁶⁰. Do tej kwestii odnosi się pośrednio Fukuyama⁶¹, który zwraca uwagę, że tworzenie silnej struktury organizacji dobrowolnych jest niemożliwe w społeczeństwie indywidualistycznym. Warto doprecyzować, że nie chodzi tylko o „indywidualizację konsumpcji”, czyli pragnienie posiadania przedmiotów do użytku własnego⁶². Jak zauważa Janusz Mariański, w wyniku indywidualizacji i „exodusu w stronę własnego >ja<”, w polu zainteresowania jednostki znajduje się ona sama i jej najbliższe otoczenie – indywidualizm to „ucieczka w małe światy życia” i deficyt solidarności⁶³. Wydaje się, że spośród badanych studentów taką formę „ucieczki” częściej stosują osoby o wyższym stopniu ukształtowania struktury orientacji konsumpcyjnej.

Stanowisko zbieżne z już omówionymi zawiera w kilku swoich tekstach Zygmunt Bauman, przekonując *explicite*, że „konsument jest wrogiem obywatela”⁶⁴. Przyczyną tego stanu jest oczekiwanie, iż członkowie płynnonowoczesnego społeczeństwa konsumentów samodzielnie pokierują własnym życiem. To oczekiwanie (czy wręcz nakaz) pomniejsza „znaczenie wspólnych motywacji i solidarnych działań, i usuwa stan społeczeństwa w całości z czynników branych pod uwagę w rachubach życiowych”⁶⁵. Obywatel pozostawiony własnym siłom i zdany na oferty rynku staje się konsumentem, który ma odmienne od tego pierwszego zainteresowania, hierarchię celów i sposób postrzegania świata⁶⁶. Konsument (w przeciwieństwie do obywatela): działa indywidualnie a nie zbiorowo; jest pochłonięty własnymi sprawami i swoim losem, a nie polityką i sprawami ogółu. Ta charakterystyka konsumenta mieści się w orientacji konsumpcyjnej wobec społeczeństwa. Rezultaty badań własnych można zatem interpretować tak, że istnieje zbieżność między deklaracjami młodzieży akademickiej (wyrażonymi w stopniu ukształtowania orientacji kon-

⁵⁹ Z. Bauman, *Wolność*, przeł. J. Tokarska-Bakir, Kraków 1995, s. 94; P.C. Whybrow, *American mania*, s. XII.

⁶⁰ J. Baudrillard, *Spółeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, przeł. S. Królak, Warszawa 2006, s. 98-102.

⁶¹ F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny*, s. 45-47.

⁶² F. van Raaij, *Konsumpcja postmodernistyczna*, [w:] *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, red. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn, Warszawa 2001, s. 331.

⁶³ J. Mariański, *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym*, s. 44-45.

⁶⁴ Z. Bauman, *Spółeczeństwo w stanie obłężenia*, przeł. J. Margański, Warszawa 2007, s. 80-92; tenże, *Szanse etyki w globalizowanym świecie*, Kraków 2007, s. 229-235; tenże, *Konsumowanie życia*, s. 155.

⁶⁵ Z. Bauman, *Spółeczeństwo w stanie obłężenia*, s. 370.

⁶⁶ Z. Bauman, *Szanse etyki*, s. 371; tenże, *Spółeczeństwo w stanie obłężenia*, s. 88-90.

sumpcyjnych) a jej działaniem (wielkością zasobów zaangażowania społeczno-obywatelskiego).

W analizie wyników można odnieść się także do pojęcia *illusio* Pierre'a Bourdieu, które oznacza „zaangażowanie w grę w danym polu”⁶⁷. W nawiązaniu do tej kategorii można przyjąć, że studenci podejmujący aktywność społeczno-obywatelską uznali, że gry podejmowane w tym polu są „interesujące”, „warte zachodu”. Pozostali respondenci (relatywnie bardziej zorientowani konsumpcyjnie) wykazują większą obojętność wobec tego pola, bowiem „nie widzą, o co toczy się gra”. W myśl teorii Bourdieu⁶⁸, należałoby przyjąć, że osoby z każdej z tych dwóch grup mają różnie ukształtowany kapitał kulturowy, a tym samym odmiennie przywołane/opanowane reguły, zasady i zasoby kulturowe.

Poziom uogólnionego zaufania do ludzi. Część badaczy zaufanie uznaje za podstawowy element kapitału społecznego, a według większości odgrywa ono istotną rolę dla zjawiska. Zaufanie zajmuje szczególne miejsce w koncepcji Francisa Fukuyamy⁶⁹, który definiując pojęcie kapitału społecznego zauważa, że jest on: „zdolnością wynikającą z rozpowszechnienia zaufania w obrębie społeczeństwa lub jego części”. Natomiast, samo zaufanie rozpatruje jako „istotną i wymierną wartość ekonomiczną”, bowiem właśnie z niego wynika nie tylko kapitał społeczny, ale także rozwój gospodarczy i sukces ekonomiczny. Autor przekonuje, iż współdziałanie wymaga uprzedniego zaakceptowania moralnych wartości grupy, konieczne są lojalność, uczciwość i rzetelność⁷⁰. Inni badacze kapitału społecznego także podkreślają znaczenie normy zaufania, co uwidacznia się w analizach jego struktury. Na przykład, Katarzyna Growiec⁷¹ podkreśla znaczenie zaufania dla struktury sieci społecznych, rozpatrując różnice między pomostowym i wiążącym kapitałem społecznym. Z kolei, w koncepcji Putnama wzajemność oraz zaangażowanie społeczno-obywatelskie są uznane za kluczowe dla kapitału społecznego, gdyż sprzyjają „społecznemu zaufaniu i współpracy”⁷². Wreszcie, wskazuje się, że zjawisko zaufania jest wzajemnie powiązane z sieciami społecznymi i aktywnością obywatelską, może zatem stanowić zarówno ich przyczynę, jak i skutek⁷³.

⁶⁷ Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, s. 116 i n.

⁶⁸ P. Bourdieu, L. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, s. 105-107.

⁶⁹ F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny*, s. 39.

⁷⁰ Tamże, s. 20-33.

⁷¹ K. Growiec, *Kapitał społeczny: geneza*, s. 113-114.

⁷² R.D. Putnam, *Demokracja w działaniu*, s. 276.

⁷³ P. Sztompka, *Zaufanie: fundament społeczeństwa*, Kraków 2007, s. 134; K. Skarżyńska, P. Radkiewicz, *Zakres zaufania do ludzi a przekonania o świecie i doświadczenia*

Na podstawie powyższych przesłanek teoretycznych trudno jednoznacznie przewidzieć, w jaki sposób zaufanie może być powiązane z orientacją konsumpcyjną. Z przyjętej za Fukuyamą definicji zaufania wynika bowiem, iż jest ono warunkiem sukcesu ekonomicznego, który wpisuje się w orientacje konsumpcyjne. Wysoki poziom zaufania może być powiązany – jakby powiedział Bourdieu⁷⁴ – z takim habitusem jednostki, który określa jej ukierunkowanie ku „polu biznesowemu”, czyli preferowaniu pieniędzy (kapitał ekonomiczny) ze szkodą dla „pola intelektualnego” (kapitał kulturowy). Z drugiej zaś strony, analizy Baumana wskazują, iż konsumenci nie mają podstaw, by sobie wzajemnie ufać⁷⁵. Jaki jest zatem poziom zaufania młodzieży akademickiej i jakie są jego związki z ukształtowaniem orientacji konsumpcyjnych?

W badaniach własnych wskaźnikiem poziomu uogólnionego zaufania do ludzi⁷⁶ była wyrażona przez studentów opinia dotycząca tego, czy ogólnie rzecz biorąc, można ufać większości ludzi, czy też w postępowaniu z ludźmi ostrożności nigdy za wiele? W przybliżeniu jeden na dziesięciu badanych (10,5%) nie odniósł się do kwestii jednoznacznie – uznał, że „trudno powiedzieć”. Poziom uogólnionego zaufania do ludzi wśród ponad połowy respondentów był niski (53,8%), gdyż wybrali odpowiedź „ostrożności nigdy za wiele”, a tylko u co trzeciego z badanych (34,8%) można go określić jako wysoki, bowiem uznali, że „większości ludzi można ufać”. Poziom zaufania studentów możemy zatem uznać za raczej niski niż wysoki, choć w porównaniu z innymi Polakami wyraźnie częściej zgadzali się oni z opinią, że „większości ludzi można ufać” – tę odpowiedź wybierało tylko około 10% badanych w diagnozie społecznej z 2003 i 2005 roku oraz niewiele ponad 11% w 2007 roku i 13% w 2009 roku⁷⁷.

Wyniki badań własnych wskazują, iż wśród studentów poziom uogólnionego zaufania do ludzi jest istotnie statystycznie (na poziomie $p = 0,05$) związany ze stopniem:

społeczne. Dwa typy zaufania i ich rola w kapitale społecznym, Kolokwia Psychologiczne, 2007, nr 16, s. 57.

⁷⁴ P. Bourdieu, *Rozum praktyczny. O teorii działania*, przeł. J. Stryczyk, Kraków 2009, s. 35 i n.

⁷⁵ Z. Bauman, *Szanse etyki*, s. 39-45; tenże, *Płynny lęk*, s. 37-48.

⁷⁶ Pojęciem „poziom uogólnionego zaufania do ludzi” posługuję się za Januszem Czapińskim, który w *Diagnozie społecznej 2009: warunki i jakość życia Polaków* (red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2009, s. 16 i 241) na omawiane zjawisko stosuje zamiennie takie określenia, jak: „zaufanie ogólne” (s. 263 i 271), „zaufanie do innych ludzi” (s. 270 i 301), a także „zaufanie interpersonalne” (s. 271, 273 i 326).

⁷⁷ *Diagnoza społeczna 2009: warunki i jakość życia Polaków*, red. J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2009, s. 271.

– adekwatności orientacji konsumpcyjnej w ich ocenie (N = 439, rs = -0,158, p = 0,004);

– ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnej wobec siebie (N = 439, rs = -0,125, p = 0,041).

Okazało się, że im wyższy był poziom uogólnionego zaufania studentów, tym niższy stopień ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnej wobec siebie, a jednocześnie niżej oceniali stopień adekwatności do rzeczywistości modelu konsumenta Zygmunta Baumana. W uproszczeniu można przyjąć, że im mniej badani ufają innym ludziom, tym bardziej są zorientowani konsumpcyjnie i odwrotnie: im mniej są zorientowani konsumpcyjnie, tym wyższy poziom ich zaufania interpersonalnego.

W interpretacji wyniku można odwołać się do definicji zaufania Fukuyamy, według którego wynika ono z założenia, że „innych członków danej społeczności cechuje uczciwe i kooperatywne zachowanie oparte na wspólnie wyznawanych normach”⁷⁸. Którego elementu tego założenia nie przyjmują osoby o wyższym stopniu ukształtowania orientacji konsumpcyjnych? Innych postrzegają jako nieuczciwych, niewspółpracujących, czy niewyznających wspólnych z nimi norm? Zgodnie z analizami Bauma-
na⁷⁹, nawet jeśli konsumenci wyznają podobne zasady, to oznaczają one normę wzajemnej nieufności. To, że konsument płynnonowoczesny zawiera związki „w okamgnieniu”, następnie „pospiesznie je konsumuje”, by wreszcie zniknęły „na pierwsze żądanie”, wiąże się ze „skutkami ubocznymi” – to on może zostać wysłany na „śmietnik” przez drugą osobę⁸⁰. Ponadto, spotykając nieznanego, trzeba być czujnym, o czym dobitnie przekonują doświadczenia bohaterów takich reality show, jak Big Brother czy Najsłabsze Ogniwo. Podstawowe przesłanie tych programów jest jednoznaczne: nikomu obcemu nie należy ufać, każdy bowiem może stać się zbyteczny, a gdy człowieka nie da się już bardziej wykorzystać (albo sprzeciwia się temu), to należy się go pozbyć – zerwać z nim relację⁸¹. Wydaje się więc, iż zarówno brak zaufania, jak i orientację konsumpcyjną można traktować jako powiązane ze sobą elementy umysłowości ponowoczesnej, zatem ich wzajemny związek nie zaskakuje.

Wyniki badań własnych korespondują z obserwacjami badaczy podkreślających, iż konsumpcjonizm nie sprzyja spójności i solidarności (grupowej i społecznej), w tym także wysokiemu poziomowi zaufania do

⁷⁸ F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny*, s. 38.

⁷⁹ Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, s. 310.

⁸⁰ Z. Bauman, *Życie na przemiał*, s. 197.

⁸¹ Z. Bauman, *Szanse etyki*, s. 39-45; tenże, *Płynny lęk*, s. 37-48; tenże, *Spoleczeństwo w stanie obłąkania*, s. 76-77.

ludzi. Zwraca się uwagę na silne, negatywne związki zaufania z wartościami materialistycznymi, a jednocześnie na jego dodatnie korelacje z wartościami postmaterialistycznymi i akceptacją demokracji⁸². Wykryty, negatywny związek między orientacją konsumpcyjną a zaufaniem nie może być traktowany jako „automatyczne” potwierdzenie tezy, że ta orientacja jest negatywnie związana z kapitałem społecznym. Respondenci zostali bowiem zapytani o zaufanie do osób nieznanymi, a jego zasoby nie muszą pokrywać się z zaufaniem do osób bliskich⁸³. Wysokie zasoby zaufania jednostki są wzajemnie silnie powiązane z zasobami pomostowego kapitału społecznego. Natomiast, osoby nieufne, zgodnie z obserwacjami Katarzyny Growiec⁸⁴, będą miały raczej niskie zasoby tego kapitału, pomimo relatywnie wysokich zasobów kapitału wiążącego, gdyż są przekonane, że tylko rodzinie mogą naprawdę zaufać, natomiast innych traktują jako zagrożenie.

Uzyskane rezultaty badań własnych można też interpretować w taki sposób, że skutek wysokiego stopnia ukształtowania orientacji konsumpcyjnych, w relatywnie większym stopniu samonapędza się machina „kultury nieufności”, o której pisze P. Sztompka⁸⁵. Być może jest tak, że studenci relatywnie bardziej zorientowani konsumpcyjnie są przekonani, że nie ufają im inni, zmniejsza się więc ich zaufanie interpersonalne. W efekcie, młodzieży akademickiej coraz trudniej jest przyjąć przekonanie (i oprzeć na nim aktywność), że przyszłe działania innych ludzi będą dla niej korzystne, czyli że można im ufać⁸⁶. Osoby bardziej ufne możemy uznać za bardziej optymistycznie nastawione wobec życia, jeśli za Ryszardem Stachem⁸⁷ optymizm określimy jako tendencję do postrzegania (rozumienia) oraz oceniania (wartościowania) świata i występujących w nim zjawisk jako raczej pozytywnych, niż negatywnych. Zaufanie moglibyśmy zatem traktować jako rodzaj orientacji wobec rzeczywistości (przede wszystkim przyszłości). Nie dziwi zatem jego związek z orientacją konsumpcyjną jako elementem z tego samego poziomu organizacji osobowości.

⁸² K. Skarżyńska, P. Radkiewicz, *Zakres zaufania do ludzi*, s. 57.

⁸³ Na przykład, Raport: *Zaufanie społeczne. Komunikat z badań*, Warszawa 2010 (marzec), http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_029_10.PDF, [dostęp: 8.10.2012], s. 6; H. Domański, *Spółeczeństwa europejskie. Stratyfikacja i systemy wartości*, Warszawa 2009, s. 160.

⁸⁴ K. Growiec, *Kapitał społeczny: geneza*, s. 113-114.

⁸⁵ P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2007, s. 407.

⁸⁶ P. Sztompka, *Zaufanie: fundament społeczeństwa*, s. 99.

⁸⁷ R. Stach, *Optymizm. Badania nad optymizmem jako mechanizmem adaptacyjnym*, Kraków 2006, s. 17.

Student – konsument czy obywatel?

Uzyskane rezultaty badań własnych jednoznacznie potwierdzają, iż istnieją wzajemne związki między orientacjami konsumpcyjnymi młodzieży studenckiej a wybranymi zasobami jej kapitału społecznego (zasięgiem grona znajomych, zaangażowaniem społeczno-obywatelskim oraz uogólnionym zaufaniem do ludzi). Wyjaśniając te związki, odwoływałem się do analiz i wyników badań innych autorów, którzy z reguły traktują procesy występujące w społeczeństwie konsumpcyjnym jako zagrożenie dla kapitału społecznego (lub elementów jego struktury). Istnienie wzajemnych związków między tymi zjawiskami można interpretować zarówno tak, że orientacje konsumpcyjne są barierą w rozwoju kapitału społecznego, jak i tak, że kapitał społeczny stanowi czynnik hamujący rozwój orientacji konsumpcyjnych (niesprzyjający im). Bez względu na przyjmowany sposób wyjaśniania wyników, na zakończenie warto postawić prognozy dotyczące ukształtowania orientacji konsumpcyjnych wśród przyszłej młodzieży akademickiej.

Wyniki badań własnych pozwalają przyjąć, że orientacje konsumpcyjne studentów UAM są ukształtowane w raczej niskim, niż wysokim stopniu (przeciętnie w 40% w odniesieniu do kryterium Z. Baumana). Uwzględniając kierunki przemian w sferze wartości Polaków oraz fakt, że w Polsce społeczeństwo konsumpcyjne dopiero rozwija się, można postawić tezę, że kolejne pokolenia młodzieży akademickiej (i szerzej – całe społeczeństwo polskie) będą coraz bardziej zorientowane konsumpcyjnie. Przebadane osoby były bowiem socjalizowane w warunkach kształtowania społeczeństwa konsumpcyjnego – nie byli to jeszcze przedstawiciele pokolenia, które miałyby w pełni przyswojone zasady „nowego” świata. Prognoza coraz większej zbieżności młodych Polaków z modelowym Baumanowskim konsumentem, „sterowanym” przez syndrom konsumpcyjny, budzi uczucia ambiwalentne, zwłaszcza że zgodnie z diagnozami wielu badaczy (a także wynikami moich badań), konsument jest wrogiem obywatela, a konsumpcjonizm może stanowić jedno ze źródeł erozji kapitału społecznego.

W dokumentach strategicznych⁸⁸ określających kierunek rozwoju Polski sygnalizuje się między innymi potrzebę wzrostu kapitału społecznego i budowy społeczeństwa obywatelskiego. Na przykład, jednym z dziesięciu najistotniejszych wyzwań dla rozwoju Polski, uwzględnionym w dokumencie *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe* znajduje się „Wy-

⁸⁸ Raport *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, red. M. Boni, Warszawa 2009, a także jeszcze przygotowywana *Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju – Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności*, red. M. Boni, Warszawa (w opracowaniu).

zwanie 10: Wzrost rozwojowego kapitału społecznego Polski”. Systematyczny rozwój (coraz wyższy stopień ukształtowania) orientacji konsumpcyjnych wśród przyszłych studentów może stanowić zagrożenie dla realizacji tych potrzeb. Wynika to chociażby z roli, jaką w społeczeństwie pełni/może pełnić młodzież akademicka. W ujęciu socjologicznym jest ona bowiem traktowana jako grupa „sztandarowa” – przyszła inteligencja wskazująca kierunki przemian pozostałym członkom społeczeństwa, szczególnie otwarta na innowacje i będąca „motorem zmian” społecznych, między innymi ze względu na tkwiący w niej „potencjał buntu”⁸⁹. To właśnie młodzież akademicka może popchnąć polskie społeczeństwo na „tory”⁹⁰ prowadzące do społeczeństwa obywatelskiego zasobnego w kapitał społeczny lub tory do zindywidualizowanego społeczeństwa konsumpcyjnego z hegemonią rynku. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera pytanie, czy przyszła młodzież studencka będzie gromadziła w przestrzeni akademickiej doświadczenia sprzyjające przekształcaniu jej w konsumentów czy raczej w obywateli o rozbudowanych zasobach kapitału społecznego?

Czy jest możliwe, że warunki stwarzane przez uniwersytet będą przyczyniały się do coraz mniejszego ukształtowania orientacji konsumpcyjnych młodzieży akademickiej? Wyniki badań własnych pozwalają odpowiedzieć twierdząco. Okazało się bowiem, że ci studenci, którzy wykazują wyższy poziom zaangażowania społeczno-akademickiego, zaufania do ludzi oraz mają rozleglejszą sieć społeczną, są w mniejszym stopniu zorientowani konsumpcyjnie. Są oni relatywnie bardziej zaangażowani społecznie poza uczelnią, w większym stopniu ufają większości ludzi oraz mają szerszy zakres grona znajomych. Ponadto, relatywnie częściej przynależą do organizacji działających na terenie uczelni, podejmują aktywność wolontariacką i deklarują pomoc samorządowi studenckiemu w razie takiej potrzeby. Szkoły wyższe są zatem instytucjami mogącymi generować warunki i praktyki, które będą sprzyjały gromadzeniu zasobów kapitału społecznego przez studentów – a im większa wielkość tych zasobów, tym mniejszy stopień ukształtowania ich orientacji konsumpcyjnych.

⁸⁹ Znaczenie młodzieży studenckiej w procesie przemian społecznych analizują między innymi: M. Karwat, *Wzorce i style uczestnictwa młodzieży w polityce*, [w:] *Młodzież a zmiany polityczne we współczesnym świecie*, red. J. Garlicki, Warszawa 1998; K. Szafraniec, *Potencjał młodzieżowego buntu – uwarunkowania i przyczyna społeczne*, [w:] *Młodość i oświata za burzą przemian*, red. K. Szafraniec, Adam Marszałek, Toruń 2008; A. Zandecki, *Struktura społeczna w świadomości młodzieży akademickiej*, Poznań 1989; H. Świda-Ziemia, *Młodzi w nowym świecie*, Kraków 2005.

⁹⁰ Określenie w cudzysłowie zaczerpnięte z tekstu: K. Szafraniec, *Potencjał młodzieżowego buntu*, s. 32-33.

Jakie są szanse, że uczelnie będą generować warunki sprzyjające rozwojowi kapitału społecznego? Między innymi to zagadnienie analizuje Maria Dudzikowa w eseju o erozji kapitału społecznego w szkole w kulturze nieufności⁹¹, by opierając się na licznych wynikach badań i pogłębionej diagnozie stanu faktycznego, dojść do negatywnej konkluzji. Nawiązując do poglądów Zygmunta Baumana, zauważa ona, że jedną z ważniejszych przyczyn erozji kapitału społecznego (co objawia się przede wszystkim niskim poziomem zaufania i wręcz dramatycznie niskim zaangażowaniem obywatelskim młodzieży) jest to, iż współczesna młodzież jest przygotowywana przede wszystkim do roli konsumentów oraz żyje we „wspólnotach szatniowych”⁹². Współczesne szkoły (także wyższe) w niewielkim stopniu sprzyjają gromadzeniu zasobów zaufania i zaangażowania obywatelskiego przez uczniów/studentów. Według autorki można to zmienić, ale konieczne byłoby przeobrażenie kultury szkoły – przyjęcie Brunerowskiego modelu kształcenia, czyli takiego, w którym uczelnia pozwala studentom na gromadzenie doświadczeń zgodnych z ideami sprawstwa, współpracy i refleksji.

W społeczeństwie konsumpcyjnym proces przekształcania jego członków we w pełni ukształtowanych konsumentów odbywa się przede wszystkim pod wpływem sił rynkowych sprzyjających konsumpcyjnym postawom, wartościom itp. Mechanizmy te mogą przyjmować specyficzną formę wobec młodzieży akademickiej. Na przykład, J. Williams analizuje kredyt studencki jako „formę pedagogiki”⁹³. Według niego, doświadczenie długu uczy między innymi, iż „edukacja wyższa jest usługą konsumpcyjną” – inwestycją, która powinna się zwrócić dzięki karierze⁹⁴. Tę lekcję długu coraz częściej pobierają polscy studenci, wśród których wzrasta popularność kredytów studenckich jako formy finansowania studiów⁹⁵. Wprowadzana obecnie reforma szkolnictwa wyższego może sprzyjać przekształcaniu studentów w konsumentów z innych jeszcze powodów, niż promocja kredytów studenckich. Otóż, w dokumentach⁹⁶ wyznaczających kierunek reform proponowany jest model uniwersytetu jako przedsiębiorstwa działającego zgodnie z regułami rynkowymi – uczelnie wyższe mają przede wszystkim: dbać o ścieżkę rozwoju zawo-

⁹¹ M. Dudzikowa, *Erozja kapitału społecznego*.

⁹² Tamże, s. 221-248.

⁹³ J. Williams, *Jak ze studenta zrobić konsumenta?* „LE MONDE diplomatique”, 2011, nr 10 (68).

⁹⁴ Tamże, s. 43.

⁹⁵ P. Kowzan, *Kredyty studenckie w Polsce*, „LE MONDE diplomatique”, 2011, nr 10 (68), s. 44-45.

⁹⁶ Na przykład, środowiskowa *Strategia rozwoju szkolnictwa wyższego 2009-2020* lub przywołany już raport: *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*.

dowego studentów, kształcić ich jako konkurencyjnych pracowników dostosowanych do potrzeb rynku; zapewniać różnorodną ofertę edukacyjną i być otwarte na otoczenie. Taki kierunek reform wpisuje się w szerszy trend – komercjalizacji edukacji wyższej.

Zjawisko to stało się przedmiotem szerokiej debaty, w której rynkową wizję uniwersytetu zestawia się z innymi, w tym tradycyjnymi, sposobami postrzegania roli i funkcji szkół wyższych⁹⁷. Obszerniejszego przeglądu zajmowanych w tej kwestii stanowisk, wraz z pogłębioną analizą procesu urynkwienia szkolnictwa wyższego (i jego konsekwencji), dokonuje Maria Dudzikowa⁹⁸. W zgodzie z ideologią neoliberalną, skomercjalizowane szkolnictwo ma być użyteczne dla gospodarki wolnorynkowej, przemysłu, handlu i usług, by rynek stawał się naczelną zasadą organizacji⁹⁹. Wobec szkół wyższych, podobnie jak wobec szkół innych szczebli, coraz częściej stosuje się – jak określa to M. Dudzikowa¹⁰⁰ – „metaforę rynkową”. Autorka przekonuje, że metafora może być „poręcznym instrumentem epistemologicznym”, a ze względu na funkcję kreatywną, jej stosowanie przekłada się na sposób traktowania rzeczywistości. Posługiwanie się „metaforą rynkową” w dyskursie o szkolnictwie wyższym urzeczywistnia zatem tę metaforę – uniwersytet staje się przestrzenią, której elementy są traktowane tak, jak towar konsumpcyjny, czyli zgodnie z logiką rynkową – tak, jakby rozprzestrzenił się na nią Baumanowski syndrom konsumpcyjny.

Jeżeli reforma szkolnictwa wyższego sprzyja jego komercjalizacji, to można przypuszczać, że studenci – klienci, kształceni w uczelniach – przedsiębiorstwach, którym przekazywana jest wiedza – towar, zgodnie z wymogami otoczenia – rynku będą stawać się coraz bardziej zbliżeni do modelowego Baumanowskiego konsumenta. W jakim stopniu będą zatem włączali się w realizację potrzeby rozwoju kapitału społecznego i społeczeństwa obywatelskiego w Polsce?

⁹⁷ Na przykład: S. Kozyr-Kowalski, *Uniwersytet a rynek*, Poznań 2005; Z. Melosik, *Uniwersytet i społeczeństwo: dyskursy wolności, wiedzy i władzy*, Kraków 2009; H.A. Giroux, L. Witkowski, *Edukacja i sfera publiczna: idee i doświadczenia pedagogiki radykalnej*, tłum. M. Jaworska-Witkowska (et al.), Kraków 2010; E. Potulicka, J. Rutkowiak, *Neoliberalne uwikłania edukacji*, Kraków 2012; *Uniwersytety: tradycje – dzień dzisiejszy – przyszłość*, red. Z. Drozdowicz, Poznań 2009.

⁹⁸ M. Dudzikowa, *Kapitał społeczny*.

⁹⁹ E. Potulicka, J. Rutkowiak, *Neoliberalne uwikłania edukacji*; Z. Melosik, *Uniwersytet i społeczeństwo*.

¹⁰⁰ M. Dudzikowa, *Esej o codzienności szkolnej z perspektywy metafory*, [w:] *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty. Interdyscyplinarne ujęcie*, red. M. Dudzikowa, M. Czerepaniak-Walczak, t. V, Gdańsk 2010.

BIBLIOGRAFIA

- Aldridge A., *Konsumpcja*, przeł. M. Żakowski, Sic!, Warszawa 2006.
- Barber B., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, przeł. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2008.
- Baudrillard J., *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury*, przeł. S. Królak, Sic!, Warszawa 2006.
- Bauman Z., *Wolność*, przeł. J. Tokarska-Bakir, Wydawnictwo Znak, Kraków 1995.
- Bauman Z., *Razem osobno*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2003.
- Bauman Z., *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2004.
- Bauman Z., *Tożsamość: Rozmowy z Benedetto Vecchim*, przeł. J. Łaszcz, GWP, Gdańsk 2005.
- Bauman Z., *Moralność w niestabilnym świecie*, Drukarnia i Księgarnia Świętego Wojciecha, Poznań 2006.
- Bauman Z., *Konsumenci w społeczeństwie konsumentów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007.
- Bauman Z., *Płynne życie*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2007.
- Bauman Z., *Spółczesność w stanie obłąkania*, przeł. J. Margański, Sic!, Warszawa 2007.
- Bauman Z., *Szanse etyki w zglobalizowanym świecie*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.
- Bauman Z., *Płynny lęk*, przeł. J. Margański, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2008.
- Bauman Z., *Wspólnota. W poszukiwaniu bezpieczeństwa w niepewnym świecie*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2008.
- Bauman Z., *Konsumowanie życia*, przeł. M. Wyrwas-Wiśniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Bauman Z., Gajewska A., *Nadzieje i obawy płynnej nowoczesności. Rozmowa przeprowadzona 3 grudnia 2005 roku*, Fundacja Collegium Europaeum Gnesnense UAM, Gniezno 2005.
- Bourdieu P., *Rozum praktyczny. O teorii działania*, przeł. J. Stryczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Bourdieu P., Wacquant L., *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, przeł. A. Sawisz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2001.
- Byłok F., *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.
- Coleman J.S., *Social Capital in the Creation of Human Capital*, The American Journal of Sociology, 1988, nr 94, <http://www.jstor.org/pss/2780243>, [dostęp: 8.10.2012].
- Dakowicz L.A., *Świat wartości przyszłych nauczycieli. Studium socjologiczne na podstawie badań studentów specjalizacji nauczycielskiej Uniwersytetu w Białymstoku*, Trans Humana, Białystok 2006.
- Diagnoza społeczna 2009: warunki i jakość życia Polaków*, red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2009.
- Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju – Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa (w opracowaniu).
- Domański H., *Spółczesności europejskie. Stratyfikacja i systemy wartości*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.

- Dudzikowa M., *Erozja kapitału społecznego w szkole w kulturze nieufności*, [w:] *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty. Interdyscyplinarne ujęcie*, red. M. Dudzikowa, M. Czerepaniak-Walczak, t. IV, GWP, Gdańsk 2008.
- Dudzikowa M., *Esej o codzienności szkolnej z perspektywy metafory*, [w:] *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty. Interdyscyplinarne ujęcie*, red. M. Dudzikowa, M. Czerepaniak-Walczak, t. V, GWP, Gdańsk 2010.
- Dudzikowa M. i inni, *Kapitał społeczny w szkołach różnego szczebla. Diagnoza i uwarunkowania*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2011.
- Dudzikowa M. i inni, *Oblicza kapitału społecznego w uniwersytecie. Studenci o swoim studiowaniu*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2012 (w druku).
- Erikson E.H., *Dopełniony cykl życia*, przeł. A. Gomola, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2002.
- Fukuyama F., *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, przeł. A. Śliwa, L. Śliwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Wrocław 1997.
- Giroux H.A., Witkowski L., *Edukacja i sfera publiczna: idee i doświadczenia pedagogiki radykalnej*, tłum. M. Jaworska-Witkowska (i in.), Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2010.
- Growiec K., *Kapitał społeczny: geneza i społeczne konsekwencje*, Wydawnictwo SWPS Academica, Warszawa 2011.
- Gurba E., *Wczesna dorosłość*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka, t. 2, Charakterystyka okresów życia człowieka*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Herbst M., *Wprowadzenie, o czym jest ta książka*, [w:] *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionów*, red. M. Herbst, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007.
- Karwat M., *Wzorce i style uczestnictwa młodzieży w polityce*, [w:] *Młodzież a zmiany polityczne we współczesnym świecie*, red. J. Garlicki, Wydawnictwo Instytutu Nauk Politycznych PAN, Warszawa 1998.
- Kowalik T., *Kapitalizm niejedno ma imię*, [w:] *Zrozumieć nowoczesność. Księga Jubileuszowa Zygmunta Baumana*, Wydawnictwo Oficyna, Łódź 2010.
- Kowzan P., *Kredyty studenckie w Polsce*, LE MONDE diplomatique, 2011, nr 10 (68).
- Kozyr-Kowalski S., *Uniwersytet a rynek*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2005.
- Kubiak-Szymborska E., *Podmiotowość młodzieży akademickiej. Studium statusu podmiotowego studentów okresu transformacji*, Akademia Bydgoska im. K. Wielkiego, Bydgoszcz 2003.
- Macnaghten P., Urry J., *Alternatywne przyrody. Nowe myślenie o przyrodzie i społeczeństwie*, przeł. B. Baran, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.
- Marciniak M., *Orientacje konsumpcyjne młodzieży akademickiej. Perspektywa Baumanowska*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2011.
- Mariański J., *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010.
- Melosik Z., *Uniwersytet i społeczeństwo: dyskursy wolności, wiedzy i władzy*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2009.
- Nowak L., *Uwarunkowania zachowań konsumenckich młodzieży akademickiej. Eksploracja struktur ukrytych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2009.
- Offer A., *The Challenge of Affluence. Self-Control and Well-Being in United States and Britain since 1950*, Oxford University Press, New York 2006.

- Potulicka E., Rutkowiak J., *Neoliberalne uwikłania edukacji*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2012.
- Putnam R.D., *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, przeł. J. Szacki, Wydawnictwo Znak, Kraków 1995.
- Quinn A.G., *Social Capital: an assessment of its relevance as a conceptual and policy tool*, Voluntary Sector Working Paper, 2008, nr 9, <http://eprints.lse.ac.uk/29247/1/VSWP9Quinn.pdf>, [dostęp: 6.10.2012].
- Raport *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009.
- Raport *Zaufanie społeczne. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2010 (marzec), s. 6, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_029_10.PDF, [dostęp: 8.10.2012].
- Rogaczewska M., *O kulturze nieufności i polityce zaufania*, [w:] *Kapitał społeczny w małych miastach*, C. Trutkowski, S. Mandes, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.
- Rymza M., Kaźmierczak T. (red.), *Kapitał społeczny: ekonomia społeczna*, Fundacja Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2007.
- Sassatelli R., *Consumer culture. History, theory and politics*, SAGE Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore 2007.
- Skarżyńska K., Radkiewicz P., *Zakres zaufania do ludzi a przekonania o świecie i doświadczenia społeczne. Dwa typy zaufania i ich rola w kapitale społecznym*, Kolokwia Psychologiczne, 2007, nr 16.
- Stach R., *Optymizm. Badania nad optymizmem jako mechanizmem adaptacyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- Szafraniec K., *Potencjał młodzieżowego buntu – uwarunkowania i przyczyna społeczne*, [w:] *Młodość i oświata za burzą przemian*, red. K. Szafraniec, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.
- Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.
- Sztompka P., *Zaufanie: fundament społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.
- Świda-Ziemba, H. *Młodzi w nowym świecie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005.
- Terada Y., *Rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego i różne koncepcje wolności*, [w:] *W cywilizacji konsumpcyjnej*, red. M. Golka, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2004.
- Trutkowski C., Mandes S., *Kapitał społeczny w małych miastach*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.
- Uniwersytety: tradycje – dzień dzisiejszy – przyszłość*, red. Z. Drozdowicz, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2009.
- Urry J., *Socjologia mobilności*, przeł. J. Stawiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- van Raaij F., *Konsumpcja postmodernistyczna*, [w:] *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, red. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Whybrow P.C., *American mania. Ciągłe więcej ale nigdy dość*, przeł. F. Rybakowski, Termedia, Poznań 2006.
- Williams J., *Jak ze studenta zrobić konsumenta?* LE MONDE diplomatique, 2011, nr 10 (68).
- Zahorska M., Papiór E., Roszkowska M., *Obywatele czy poddani? Młodzież szkolna a demokracja*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2009.
- Zandecki A., *Struktura społeczna w świadomości młodzieży akademickiej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 1989.

- Ziółkowski M., *Orientacje indywidualne a system społeczny*, [w:] *Orientacje społeczne jako element mentalności*, red. J. Reykowski, K. Skarżyńska, M. Ziółkowski, Wydawnictwo Nakom, Poznań 1990.
- Ziółkowski M., Koralewicz J., *Mentalność Polaków*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2003.