

Uniwersytet Opolski
Wydział Nauk Społecznych
Instytut Nauk Pedagogicznych
mgr Anna Grygiel

POSTAWY KONSUMENCKIE
A SYSTEM WARTOŚCI NASTOLATKÓW

CONSUMER ATTITUDES
AND THE VALUE SYSTEM OF TEENAGERS

Praca doktorska z dyscypliny *pedagogika*,
napisana pod kierunkiem **dr hab. Anny Weissbrot-Koziarskiej, prof. UO.**

Streszczenie

Dysertacja doktorska pod tytułem: *Postawy konsumenckie a system wartości nastolatków* stanowi próbę dokonania analizy korelacji postaw konsumenckich w odniesieniu do systemu wartości młodzieży.

Celem praktycznym badań było opracowanie rekomendacji do tworzenia programów profilaktycznych i wychowawczych, które mają zapobiegać nadmiernej konsumpcji. Natomiast celem teoretyczno-poznawczym było: poznanie postaw konsumenckich nastolatków wobec konsumpcji dóbr materialnych; poznanie postaw konsumenckich nastolatków wobec konsumpcji usług; poznanie systemu wartości życiowych nastolatków; poznanie jak postawy konsumenckie wobec konsumpcji dóbr materialnych korelują z systemem wartości współczesnej młodzieży; poznanie jak postawy konsumenckie wobec konsumpcji usług korelują z systemem wartości współczesnej młodzieży. Dobór próby do badań miał charakter celowo-losowy. Badaniom poddana została populacja uczniów uczących się w szkołach średnich na terenie województwa Opolskiego. Do analizy ostatecznie zakwalifikowano 312 ankiet wypełnionych przez młodzież w wieku 18-20 lat. Badania przeprowadzono techniką ankietową. W celu udzielenia odpowiedzi na pytania problemowe wykorzystano dwa narzędzia badawcze: Postawy konsumenckie nastolatków (kwestionariusz ankiety własnego autorstwa) oraz Skalę Wartości Rokeacha.

Analiza zebranego materiału empirycznego wykazała, że nastolatkwie nie utożsamiają się w pełni z kulturą konsumpcyjną. Wybierając artykuły przemysłowe, zwracają uwagę na cenę, jakość wykonania oraz własne zainteresowania. Najwyżej ocenianymi czynnikami determinującymi wybór artykułów przemysłowych były: cena, własne zainteresowania i jakość wykonania. Najniżej oceniane było natomiast to, czy produkt był reklamowany. Analiza zebranego materiału badawczego dotyczącego postaw konsumenckich nastolatków wobec konsumpcji usług wykazała, że najwyżej ocenianymi przez młodzież produktami i usługami były restauracje, sklepy spożywcze, supermarkety i sklepy online. Ponadto badania dowiodły o dynamicznym stylu życia nastolatków, potrzebie samorealizacji oraz zdobywania nowych doświadczeń. Przeprowadzone badania umożliwiły przygotowanie rekomendacji do opracowania programu profilaktycznego „Zatrzymać konsumpcjonizm – czuję – rozumiem - działam” adresowanego do uczniów szkół średnich, rodziców i pedagogów.

słowa kluczowe: postawy konsumpcyjne, konsumpcjonizm, system wartości, wartości
nastolatkwie, dojrzewanie