

*Wojciech Pizło*  
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*  
*Anna Mazurkiewicz-Pizło*  
*Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie*

## **Styl życia– jako egzemplifikacja zmian zachowań konsumpcyjnych Polaków**

### **LIFESTYLE - AS AN EXAMPLE OF BEHAVIORAL CHANGE IN CONSUMPTION**

*Celem artykułu jest diagnoza i ocena stylu życia polskiego społeczeństwa. W artykule wykorzystano wyniki badań CBOS z lat 1987 - 2015. Przyjęto, za badaniami CBOS, że głównymi cechami stylu życia Polaków są następujące postawy: szczęście, poczucie bezpieczeństwa osobistego, partycypacja w kulturze, spędzanie czasu z rodziną i przyjaciółmi, dobroczynność oraz sposoby gospodarowania (pozyskania) pieniędzy. Przedstawiono istotę „stylu życia” jako kategorii pojęciowej wykorzystywanej zarówno w naukach ekonomicznych, jak i społecznych. W wyniku obserwacji stwierdzono, że Obserwacja wyników badań skłaniać może do sformułowania następujących wniosków dotyczących stylu życia: liczba Polaków, których spotkało szczęście, którzy czują się bezpieczni wzrasta (przynajmniej od 2004 roku). Polacy są zamożniejsi dlatego wzrasta odsetek osób spędzających czas z rodziną w restauracji - do wejścia Unii Europejskiej było to 60% Polaków oraz wzrasta aktywności kulturalnej (w projekcjach filmowych, koncertach i wystawach). Rośnie korzystanie z Internetu „w celach poza zawodowych” oraz odsetek osób „czytających książki dla przyjemności” Poza tymi zmianami w stylu życia Polaków dominującym sposobem wsparcia na cele dobroczynne było „przekazanie pieniędzy” (I miejsce) a następnie „przekazanie rzeczy, np. ubrań, książek” (II miejsce), a także zmniejszenie się odsetka osób zaciągających zobowiązania finansowe w „instytucjach finansowych”.*

**Słowa kluczowe:** zachowania ekonomiczne, bezpieczeństwo, szczęście, społeczeństwo polskie, styl życia

### **Wstęp**

Dotychczasowe doświadczenia gospodarze wskazywać mogą, że wiek XXI będzie „era” człowieka wyposażonego w zdobycze techniki, których nie możemy sobie obecnie nawet wyobrazić. Pojawienie się cyfrowych narzędzi oddziaływania takich jak internet czy interaktywne media elektroniczne – interaktywna telewizja, smartfony, tablety, wpływa na zmianę stylu życia społeczeństwa<sup>1</sup> i poszczególnych jej jednostek. W inny sposób współczesny człowiek pracuje, inaczej nawiązuje relacje i je podtrzymuje niż było zarówno kilkadziesiąt, jak i kilka lat temu. Pomimo przemian technologii otaczającej gospodarstwa domowe, życie współczesnego człowieka, powiązane jest

<sup>1</sup> B. Tarczydło, Konsument digitalny i jego zachowania. Przegląd badań, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, nr 45 (1/2016), s. 14-21.

silnie z instytucjami przeszłości. Wykorzystanie nowych mediów przez poszczególne podmioty gospodarujące daje szansę z jednej strony na demonopolizację informacji dotyczącej rynku, produktów i innych istotnych czynników ważnych w podejmowaniu decyzji zakupu, z drugiej strony stwarza zagrożenie dezinformacji osób bezkrytycznie myślących. Społeczeństwo oparte na wiedzy wskazywane jest jako następny etap przemian społecznych, kulturowych, technologicznych i ekonomicznych<sup>2</sup> Wskazane przekształcenia w wymienionych sferach życia społecznego obawiają się zmianą stylu życia. Dlatego badania społeczne ukazujące zmianę poszczególnych wymiarów życia społecznego, a w tym i gospodarczego pozwalają uchwycić tę inność i pozwalają zaobserwować zmiany zarówno w konsumpcji, jak i przyszłych działaniach marketingowych.

Styl życia jest zarówno kreowany przez każdą jednostkę i gospodarstwo domowe, jako autonomiczny sposób funkcjonowania w społeczeństwie (w tym również i na rynku). Obrany styl życia stanowi także swoistą „kontynuację” tradycji, pielęgnowanych wartości duchowych i materialnych poprzednich pokoleń. Styl życia społeczeństwa, grup społecznych i poszczególnych jednostek stanowi ich znak rozpoznawczy a zarazem jest konsekwencją przyjętej orientacji polegającej na dopasowaniu swojego sposobu funkcjonowania do zmiennych warunków społecznych i gospodarczych. Wielkość oraz forma konsumpcji wynikać może z kontekstu społecznego jak w przypadku konsumpcji ostentacyjnej gdzie wielkość spożycia ma stanowić podkreślenie wysokiego statusu społecznego i materialnego jednostki. Obserwacja stylu życia, stanowi o kierunkach zachodzących zmian w sferze konsumpcji, ważnego pola rozważań w naukach ekonomicznych. W rozważaniach tych styl życia stanowi istotny czynnik determinujący wielkość i strukturę konsumpcji dóbr.

## **Cel i metodyka badań**

Celem artykułu jest diagnoza i ocena stylu życia polskiego społeczeństwa jako determinanty zmian w konsumpcji. Do studiów wykorzystano wyniki badań Fundacji Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) z lat 1987 -2015. Dane te dotyczą deklarowanych zachowań społecznych i ekonomicznych. Artykuł ma charakter przeglądowy i diagnostyczno-koncepcyjny. Przyjęto w artykule, za badaniami CBOS, że głównym składowymi stylu życia Polaków są następujące postawy: szczęście, poczuciem bezpieczeństwa mierzonym odczuwalnym bezpieczeństwem na ulicach oraz partycypacją w kulturze, spędzanie czasu z rodziną i przyjaciółmi, dobroczynność oraz sposoby gospodarowania (pozyskania) pieniędzy. Wskazane wymiary życia społecznego stanowią istotne obszary analizy realizowane w duchu beckerowskiej teorii zachowań ludzkich<sup>3</sup>.

## **Istota stylu życia**

Pojęcie „stylu życia” weszło na stałe do literatury nauk społecznych już w latach 70. XX w. Stanowi ono przedmiot rozważań w naukach ekonomicznych, w kontekście

---

<sup>2</sup> W. Pizło, Przedsiębiorstwo w społeczeństwie informacyjnym w świetle teorii ekonomii instytucjonalnej, wyd. SGGW, Warszawa 2009, s. 75-93.

<sup>3</sup> G.S. Becker, Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich, wyd., PWN, Warszawa 1990, s. passim.

zachowań społecznych i ekonomicznych konsumentów. Styl życia jest traktowany jako jedna z ważniejszych kategorii społecznych, dzięki której można określić zmiany zachodzące w różnych sferach życia społecznego. Styl życia określane jest jako „kształtowanie procesów życiowych we wszystkich wymiarach egzystencji według spójnego zestawu zasad”<sup>4</sup> i jest postrzegany „... jako cały zbiór wartości, zainteresowań, poglądów i zachowań konsumenta, które wpływają na jego zachowanie konsumpcyjne”<sup>5</sup>. Na styl życia składa się zarówno to, co konsumenci czują, jak i w rzeczywistości robią, a nie jedynie to co chcieliby robić. Styl życia odnosi się zarówno do jednostki jak i zbiorowości społecznych. Oznacza „charakterystyczny sposób bycia odróżniający daną zbiorowość lub jednostkę od innych”<sup>6</sup>. Styl życia człowieka definiować można jako charakterystyczny sposób partycypacji w różnych aspektach życia społecznego<sup>7</sup>. Tak więc pojęcie to odnosi się do zachowań konsumpcyjnych zarówno jednostki jak i gospodarstwa domowego, wyrażających się określonymi potrzebami poznawczymi, otwartością społeczną i reprezentowanymi poglądami, przyjętymi postawami społecznymi (lub ich brakiem), których odwzorowaniem jest m.in. sposób konsumpcji. Styl życia określane jest także jako emanacja sposobu funkcjonowania, wyrażająca się specyficznymi kryteriami wyboru, zainteresowaniem, postrzeganiem oraz poglądami i ocenami (rysunek 1). Styl życia może być sumą spójnych (wypracowanych świadomie) lub też chaotycznie powiązanych różnych dążeń i wartości. Ten zespół cech przyjęty może być również nieświadomie, w skutek nacisku środowiska bądź przez częściowe naśladowanie. Badania stylów życia pozwalają obserwować i zrozumieć zachowania oraz poglądy dużych grup konsumentów. „Codzienne doświadczenia wskazują, że wiele decyzji dotyczących kupowania - w większości - korzystanie z dóbr trwałych nie stanowią faktów odosobnionych, lecz raczej wskazują na pewną integrację społeczną”<sup>8</sup>. Wyodrębniając styl życia posłużyć się można, np. takimi kryteriami jak: ambicja (aktywność) i bierność oraz nadzieja i rozczarowanie. „Za Weberem zwykle się przyjmować, że style życia mówią o kulturowym – obok ekonomicznego – zróżnicowaniu społecznym. Do praktyk związanych ze stylem życia Weber zaliczał to wszystko, co sprawia, że jednostka jest obdarzana poważaniem, między innymi mieszkanie, ubiór oraz wykonywany zawód”<sup>9</sup>.

---

<sup>4</sup> J. Szczepański, Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji, PWE, Warszawa 1981, s. 155.

<sup>5</sup> G. Antonides, W.F van Raaij, Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 385 i dalsze.

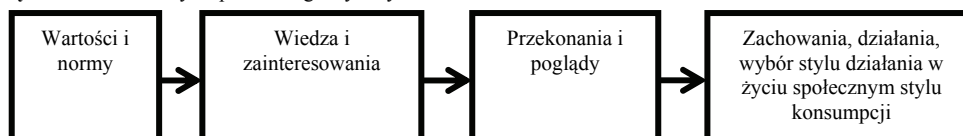
<sup>6</sup> A. Siciński, Styl życia, kultura, wybór, wyd. IFIS PAN, Warszawa 2002, s. 22-23.

<sup>7</sup> A. Mazurkiewicz, W. Pizło, Podstawy marketingu, wyd. PWSBiA, Warszawa 2009, s. passim.

<sup>8</sup> F. Böcker, Kształtowanie preferencji wobec towarów trwałego użytku w rodzinie [w:] Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie, pod red. nauk. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 284.

<sup>9</sup> M. Jacyno, Style życia, [w:] Współczesne społeczeństwo polskie, pod red. A. Giza, M. Sikorska, wyd. PWN, Warszawa 2012, s. 274.

Rysunek 1. Elementy współczesnego stylu życia



Źródło: opracowanie własne.

Świadome przyjęcie określonego stylu życia może mieć tylko wówczas miejsce, gdy jednostka ma możliwość wyboru (rysunek 1). Wybór bowiem jest podstawą życia codziennego widzianego z punktu widzenia „*homo eligens*”<sup>10</sup>. Działania kupujących mogą wynikać z przyjętych różnych postaw na życie, będących wynikiem odmiennych potrzeb (m.in. potrzeby aktywności fizycznej, potrzeby bycia atrakcyjnym dla swojej grupy). Często ludzie z tego samego kręgu kulturowego, w tym samym wieku, wykształceniu oraz z tym samym zawodem charakteryzuje różny styl życia. Nie przypisany jest on bowiem do wykonywanego zawodu, czy też klasy społecznej lecz wynika on z cech osobowych i aspiracji. Przyjęcie określonego stylu życia stanowi formę wyrażenia samego siebie, przedstawienia siebie takim jakim się jest lub jakim chce się być. Każdy styl życia ma swoisty „*zestaw zasad i kryteriów wartości, według których oceniane są zjawiska i procesy życiowe, przedmioty i ludzie, kształtowane aspiracje i dążenia, ustalone cele życiowe, a zatem i także zachowanie konsumpcyjne*”<sup>11</sup>. Styl życia, to także (a może i przede wszystkim) styl konsumpcji, który stanowi często wyznacznik pozycji społecznej oraz osobowości nabywcy. **Konsumpcja, wyraża przyjęty, świadomie lub nieświadomie styl życia.** Wraz z nią następuje aranżacja przestrzeni, formy spędzania wolnego czasu, a przede wszystkim uczestnictwo w różnych wymiarach kultury – koncertach, wystawach, festynach itp. Analizując rodzaje konsumpcji wychodzi się z założenia, że znaczenie produktów nie jest przypadkowe. Istnienie poszczególnych stylów życia uzależnione jest od czterech głównych czynników: 1. stosunków społecznych, 2. dostępności towarów, 3. uczestnictwa w konsumpcji i 4. aktywności konsumenta.

## Styl życia społeczeństwa polskiego

### Poczucie szczęścia

Szczęście, zadowolenie z życia nie jest jedynie pochodną warunków materialnych czy posiadania przedmiotów, ale także z zaspokojenia potrzeb duchowych, które może dawać satysfakcję, mimo niskiego poziomu materialnego<sup>12</sup>. Szczęście jest elementem subiektywnego odczuwania pomyślności. Badając jakość życia rozpatruje się następujące

<sup>10</sup> Termin ten został użyty by określić, iż przedmiotem rozważań jest wybór jaki dokonuje zarówno jednostka jak i społeczeństwo. *Homo eligens* to inaczej człowiek wybierający, a termin nawiązuje do słów łacińskich *eligo, eligere* wybierać, wybieram. Patrz A. Siciński, *Styl życia, kultura, wybór*. Szkice, wyd. IFIS PAN, Warszawa 2002, s. 22-23.

<sup>11</sup> J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, PWE, Warszawa 1981, s. 156.

<sup>12</sup> A. Mazurkiewicz-Pizło, *Jakość życia wiejskich gospodarstw domowych w województwie mazowieckim - ujęcie społeczno-ekonomiczne*, [w:] *Rynek pracy na obszarach wiejskich Mazowsza – perspektywa gender*, pod red. Sawicka, Wyd. SGGW, 2013, s. 131-163.

elementy<sup>13</sup>: posiadanie dóbr materialnych będących do dyspozycji jednostki, stan środowiska naturalnego, zdrowie i subiektywne samopoczucie poziom bezpieczeństwa jednostki rozumiany jako suma bezpieczeństwa: zdrowotnego, ekonomicznego i społecznego. Na składniki jakości życia oddziałują również: dostępu do edukacji i kultury, a także więź emocjonalna ze społecznością lokalną i relacje międzyludzkie oraz udział w życiu danej społeczności i wpływ na podejmowane decyzje dotyczące życia indywidualnego i zbiorowego. Wszystkie te składniki, chwilą gdy zostają osiągnięte, stanowią mogą o poczuciu szczęścia z ich pozyskania. Warto podkreślić, że kategorię jakość życia można traktować jako: subiektywną ocenę życia oraz jako ogół warunków życia ocenianych zarówno wskaźnikami obiektywnymi jak i ocenami subiektywnymi<sup>14</sup>. Tak więc w ujęciu szerszym można wskazać, że jakość życia składa się z poziomu życia oraz subiektywnej oceny poszczególnych wymiarów życia człowieka<sup>15</sup>. Wyższemu poziomowi życia nie zawsze towarzyszy wyższa ocena jakości życia. Wyższy poziom życia może wynikać z większej liczby przepracowanych godzin, z czego wynikać może brak czasu na odpoczynek i większe przemęczenie, co w konsekwencji wpływa na niższą ocenę jakości życia. Ponadto gdy ludzie są zdrowi, nawet kiedy stają się starsi, wydłużony okres pracy może przynieść pozytywne implikacje dla ich jakości życia<sup>16</sup>. Przedstawione obserwacje potwierdzają badania wskazujące, iż im wyższe PKB, tym wyższy jest poziom życia, który może być osiągnięty jednak poprzez mniejszą ilość wolnego czasu i większą liczbę godzin spędzonych w pracy, co może prowadzić do niższej oceny jakości życia. Stwierdzono w badaniach zależność pomiędzy dobrostanem (poczuciem szczęścia), a wysokością PKB. Związek ten przyjmuje kształt funkcji potęgowej, co oznacza iż niewielki wzrost/spadek PKB powoduje dużą różnicę w poziomie dobrostanu w krajach rozwijających się<sup>17</sup>. W badaniach zaobserwowano, po przekształceniu bezwzględnej wielkości PKB na logarytm naturalny, że istnieje zależność między zamożnością kraju a dobrostanem jego mieszkańców. Zależność ta przyjmuje postać liniową wraz ze wzrostem PKB per capita<sup>18</sup>.

Należy wskazać na odmiennosć pojęcia szczęścia (składnika dobrostanu psychicznego) od sytuacji jednorazowej w której deklarowani respondenci uznali, że „spotkało ich jakieś szczęście”. Jednorazowe poczucie szczęścia nie jest bowiem stanem permanentnego odczuwania zadowolenia, lecz chwilową poprawą, wzmocnieniem dobrostanu psychicznego. Z wieloletnich badań CBOS prowadzonych od 2004 roku wynika, że wzrasta liczba respondentów deklarujących, iż spotkało ich jakieś szczęście. Osiągając maksimum w latach 2014 i 2015 – 49% odpowiedzi (rysunek 2). Równocześnie liczba osób

---

<sup>13</sup>M. Kusterka, Jakość życia w aspekcie wybranych wskaźników ekorozwoju, [w:] Jakość życia w perspektywie nauk humanistycznych, ekonomicznych i ekologii, red. J. Tomczyk-Tołkacz, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Jelenia Góra, 2003, s. 190-197.

<sup>14</sup> A. Zborowski, M. Dej, K. Gorczyca, Ocena jakości życia w wymiarze obiektywnym i subiektywnym w zdegradowanych dzielnicach śródmiejskich i w strefie wielkich osiedli mieszkaniowych w wybranych miastach Polski, w: Zborowski A. (red.), Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce, IRM, Kraków 2009.

<sup>15</sup> A. Mazurkiewicz-Pizło, Jakość życia wiejskich gospodarstw domowych w województwie mazowieckim - ujęcie społeczno-ekonomiczne, [w:] Rynek pracy na obszarach wiejskich Mazowsza – perspektywa gender, pod red. Sawicka, Wyd. SGGW, 2013, s. 131-163.

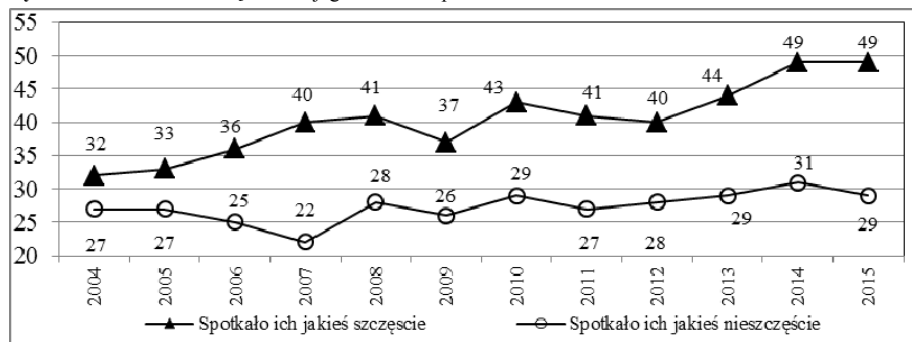
<sup>16</sup> Schuller B-J., Living Standard vs. Life Quality by Dariusz Korelski – A Comment, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia 7 (1), 2008, s. 141-145.

<sup>17</sup> Czapiński J. Ekonomia szczęścia i psychologia bogactwa, Nauka 2012 nr 1., s. 51-88.

<sup>18</sup> Czapiński J. Ekonomia szczęścia i psychologia bogactwa, Nauka 2012 nr 1., s. 51-88.

wskazujących na przeżyte „*jakieś nieszczęście*” w życiu utrzymuje się na względnie równym poziomie, wahając w granicach 27-31% odpowiedzi w badanych latach.

**Rysunek 2.** Poczucie szczęścia lub jego braku w opiniach Polaków w latach 2004-2015



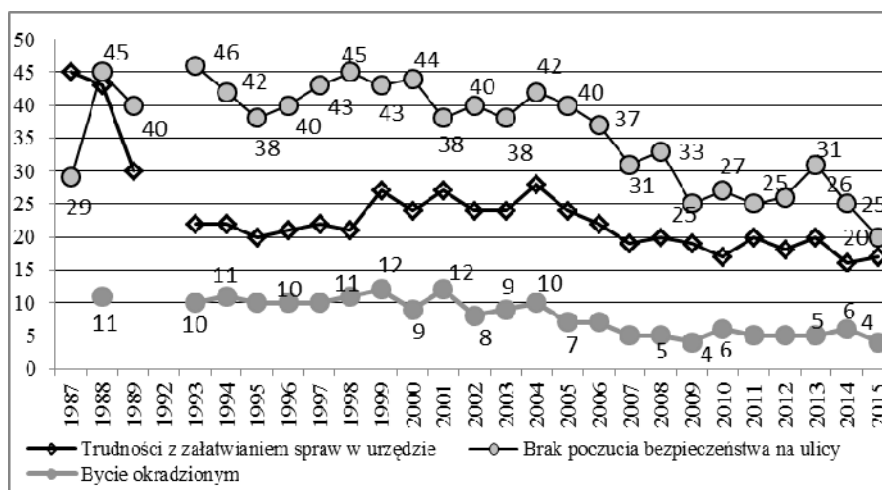
Źródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

Przebieg krzywej wskazuje na poczucie szczęścia systematycznie wzrasta od 2004 r., co może wskazać na trwalszą zmianę postrzegania swojej sytuacji przez społeczeństwo polskie.

#### Poczucie bezpieczeństwa

Poczucie bezpieczeństwa jest jedną z najważniejszych wartości – dóbr publicznych, jakimi dysponować może dana społeczność i jest jednym z głównych czynników kształtujących podejmowanie aktywności społecznej, gospodarcze określane także jako styl życia. W badaniu CBOS na poczucie bezpieczeństwa składają się następujące mirniki: „*brak poczucia bezpieczeństwa na ulicy*”, „*trudności z załatwianiem spraw w urzędzie*” i „*byciem okradzionym*” (rysunek 3). Strach przed wyjściem na ulicę towarzyszył respondentom w różnych okresach z różną intensywnością.

**Rysunek 3.** Poczucie bezpieczeństwa społeczeństwa Polskiego w latach 1987-2015



Źródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

Odczucie zagrożenia w miejscach publicznych – „na ulicy” deklarowało pod koniec lat 80. XX w. 40-46% społeczeństwa polskiego i poczucie to osiągnęło apogeum w latach 1998 r. – (45%) i 2000 r. – (44% - odpowiedzi). W kolejnych latach poczucie zagrożenia zmniejszało się (rysunek 3). W 2015 roku „brak poczucia bezpieczeństwa na ulicy” deklarowało 20% Polaków. W tym czasie zmniejszył się także odsetek osób, które zostały okradzione spadek z 10% do niespełna 5% (rysunek 3). Do ważnych dóbr publicznych, rodzących poczucie bezsilności obywateli są „trudności z załatwieniem spraw w urzędzie”. Brak przejrzystości w procedurach administracyjnych przyczynia się do wzrostu frustracji, marnotrawienia czasu oraz wzrostu presji korupcyjnych. Trudności w załatwianiu spraw urzędowych najwyższe były pod koniec lat 80. i stanowiły pochodną również nowych procedur i obowiązków obywatelskich jak na przykład wprowadzenie powszechnego obowiązku rozliczenia dochodów od osób indywidualnych - formularz PIT (rysunek 3) Opinie o „trudności z załatwianiem spraw w urzędzie”, najwyższe było w 2004 roku wynosząc wówczas 28% respondentów. Poczucie zagubienia i niemocy w konfrontacji z urzędem zmniejszało się systematycznie od momentu wstąpienia do Unii Europejskiej.

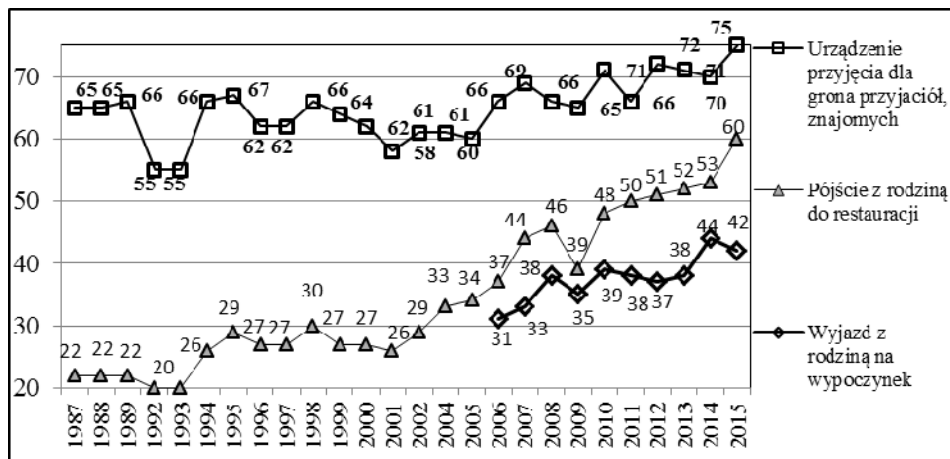
#### Kontakty towarzyskie z przyjaciółmi i znajomymi

Brak bezpieczeństwa w miejscach publicznych, niewielkie dochody ludności pod koniec lat 80. oraz ograniczona podaż sprawiały, iż niewielki odsetek osób spędzał czas z rodziną w restauracjach. Wzrost zamożności społeczeństwa, nowe wzorce kulturowe implementowane z cywilizacji zachodnioeuropejskiej zmieniły styl życia Polaków. Tylko niewielka część respondentów w latach 80. XX w. deklarowała spędzanie wolnego czasu z rodziną w restauracji. Wzrost tego rodzaju aktywności towarzyskiej rozpoczął się od połowy lat 90., bowiem pod koniec lat 80. XX wieku jedynie 22% respondentów deklarowało ten sposób spędzania wolnego czasu. W latach 90. było to już 30%, a od wejścia do Unii Europejskiej udział respondentów w ten sposób spędzający czas wolny wzrósł do 60% (2015 r.). Równocześnie wskazać należy, iż tradycyjnie „urządzanie przyjęcia dla grona przyjaciół, znajomych”<sup>19</sup> deklarowane jest na wysokim poziomie. Pod koniec lat 80. XX w. (w okresie gospodarki planowanej i kłopotów z aprowizacją gospodarstw domowych) odsetek respondentów organizujących przyjęcia był w granicach 65% (rysunek 4). W okresie „przełomu politycznego” lat 90. nastąpił 10% spadek, odpowiedzi respondentów dotyczący „przyjęć dla grona przyjaciół i znajomych”. Obecnie 75% respondentów deklaruje organizację takich uroczystości. W latach 80. przyjęcia głównie organizowano w domu, obecnie najczęściej w lokalach, co związane jest z szeroką ofertą gastronomiczną (restauracje, domy weselne itp.). Nową obserwowaną przez CBOS kategorią są „wyjazdy z rodziną na wypoczynek”. Wspólny wyjazd deklaruje coraz większa grupa osób badanych. W latach 2006-2015 było to 11% (rysunek 4).

---

<sup>19</sup> Dla tych wszystkich, którzy żyli w latach 80. XX w. jasne jest że „urządzanie przyjęcia dla grona przyjaciół, znajomych” odnosiło się do organizacji przyjęć w domu, choć już w latach 90. tak sformułowane pytanie nie jest jednoznaczne. O domowym posobnie organizowania przyjęć świadczy równocześnie zadawane pytanie (będące niejako w opozycji) o „pójście z rodziną do restauracji”.

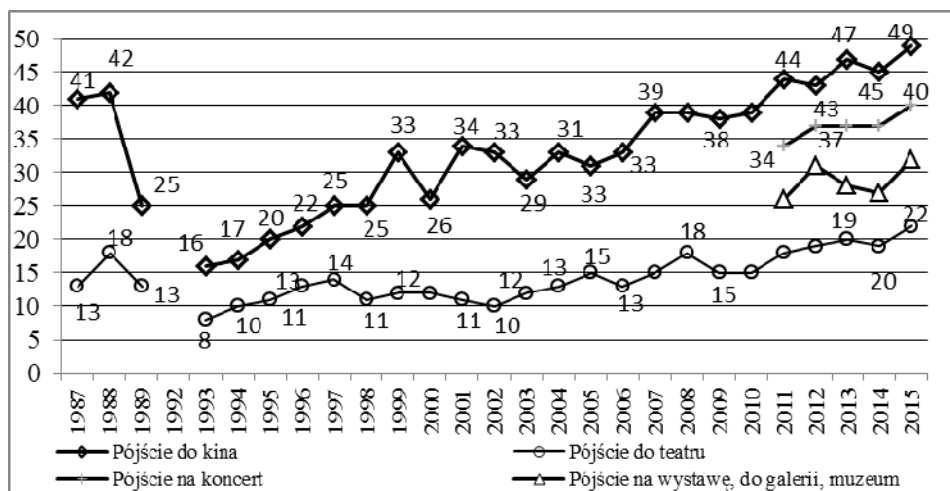
Rysunek 4. Kontakty towarzyskie z przyjaciółmi i znajomymi w latach 1987-2015



Zródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

Z wyników badań CBOS wnioskować można także zmiany w stylu życia odnoszące się do partycypacji w życiu kulturalnym Polaków. Dostrzec można wzrost aktywności kulturalnej, szczególnie po wejściu do Unii Europejskiej. Większy udział w życiu kulturalnym odnosi się do aktywnego uczestnictwa w różnych wymiarach kultury to jest: projekcjach kinowych, spektaklach teatralnych, koncertach i imprezach sportowych (rysunek 4) oraz pasywnej partycypacji takiej jak „korzystanie z Internetu w celach niezawodowych” w której uczestniczyło w 2007 roku 40,5% respondentów, a 2015 66% (rysunek 5). Na równie wysokim poziomie utrzymuje się „czytanie książki dla przyjemności”, którą czyta 63% respondentów.

Rysunek 5. Wymiary życia kulturalnego Polaków – udział w wybranych imprezach kulturalnych w latach 1987-2015

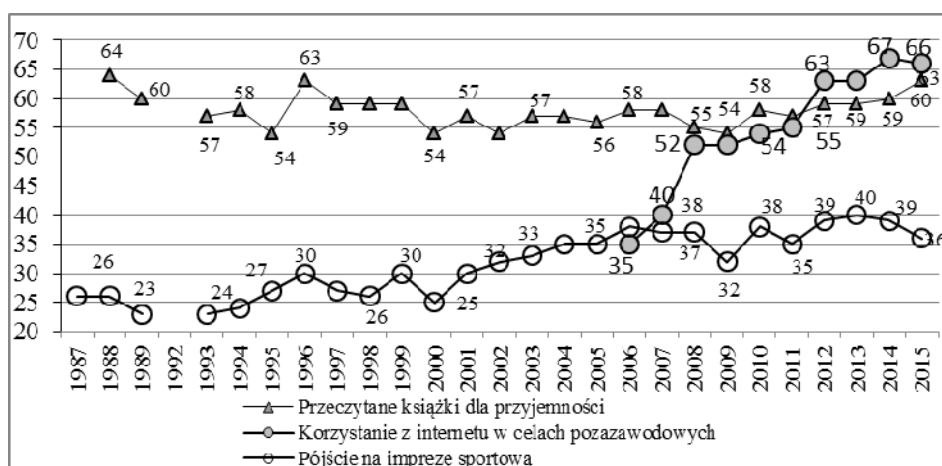


Zródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.



Inną grupą aktywności „kulturalnych” było: „czytanie książki dla przyjemności”, „korzystanie z Internetu w celach poza zawodowych” oraz „pójście na imprezę sportową”. „Czytanie książek” utrzymywało się na wysokim poziomie, nigdy bowiem nie zmniejszyło się poniżej 50%<sup>20</sup> (rysunek 6), a równocześnie od wstąpienia do UE, i promocji czytelnictwa (akcja „Cała Polska Czyta Dzieciom” – promocja czytania książek dzieciom) utrzymywało się na poziomie 54-63%. Inną formą aktywności był udział w imprezie sportowej. Ta forma aktywności cieszy się stabilizowanym zainteresowaniem 34-40% respondentów (rysunek 6).

**Rysunek 6.** Wymiary życia kulturalnego Polaków – przeczytane książki, korzystanie z Internetu w celach pozazawodowych, udział w imprezie sportowej - w latach 1987-2015



Źródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

#### Dobroczynność Polaków

Istotą dobroczynności w tradycji kultury judo-chrześcijańskiej było przeznaczanie części dochodów na wsparcie ubogich. W średniowiecznej Europie działalność dobroczynną prowadziły głównie osoby „dobrze urodzone” oraz instytucje kościoła: zakony, parafie, bractwa miłosierdzia i fundacje szpitalne, zajmujące się rozdawnictwem i jałmużną<sup>21</sup>. Cechą charakterystyczną średniowiecznych gmin chrześcijańskich było wspieranie ubogich rozumiane jako wyraz miłosierdzia okazywanego bliźnim. Istotą bowiem dobroczynności było czynienie dobra i możliwość „przybliżenia się do zbawienia”. Od czasów renesansu, a później oświecenia zaczęto postrzegać ubóstwo jako „zło” zagrażające istnieniu porządku społecznemu<sup>22</sup>. Ciężar dobroczynności zaczął być

<sup>20</sup> D. Michalak, I. Koryś, J. Kopeć, Raport. Stan czytelnictwa w Polsce w 2015 roku, wyd. Biblioteka Narodowa, Warszawa 2016, s. 8 i dalsze.

<sup>21</sup> B. Geremek, Litość i szubienica. Dzieje nędzy i miłosierdzia, Wyd. Czytelnik, Warszawa 1989, s. 23 i dalsze.

<sup>22</sup> J. Duda, Miłosierdzie i gospodarka – od gór pobożnych do wspólnego ratowania się w nieszczęściu, Annales. Etyka w życiu gospodarczym, 2013, vol. 16, s. 201-213.

przenoszony na instytucje publiczne, społeczne i indywidualnych obywateli. W każdym społeczeństwie podejmowane są działania dobroczynne, które można odnieść do:

- podmiotów gospodarujących, a w szczególności przedsiębiorstw, które podejmują się działalności o charakterze społecznym postrzeganych jako marketing społeczny lub Corporate Social Responsibility<sup>23</sup> (CSR),
- organizacji pozarządowych, które realizują swoje cele zgodnie ze przyjętym statutem, wyřęczając w tym względie władze samorządowe i władze centralne,
- indywidualnych osob, które angażują się w działalność społeczną, charytatywną, dobroczynną (pasywną) i wolontariat (aktywną), przynosząc satysfakcję i szczęście.

Badania<sup>24</sup> wskazują, iż najbardziej szczerymi darczyńcami są osoby relatywnie zamożne, charakteryzujące się: wyższym wykształceniem, mieszkające w dużym mieście, zajmujące wysokie stanowisko społeczne raz zazwyczaj prowadzące własną działalność gospodarczą. Natomiast osoby bez wykształcenia, pochodzące z małego miasta lub wsi są najmniej skłonne do dobroczynności. Badania wskazują, że Polacy są na wczesnym etapie uczenia się dobroczynności, w stosunku do społeczeństw zachodnich. Obserwując wyniki CBOS wskazać należy, że wzrost zamożności społeczeństwa sprawił, iż wrażliwsi jesteśmy na sytuację materialną innych. Dobroczynność postrzegana być może jako:

- postawa aktywna wyrażająca się partycypacją w organizowaniu działań charytatywnych, czy też filantropijnych oraz
- postawą pasywną jednostki, gdy przekazuje ona jedynie pieniądze na ważny cel społeczny.

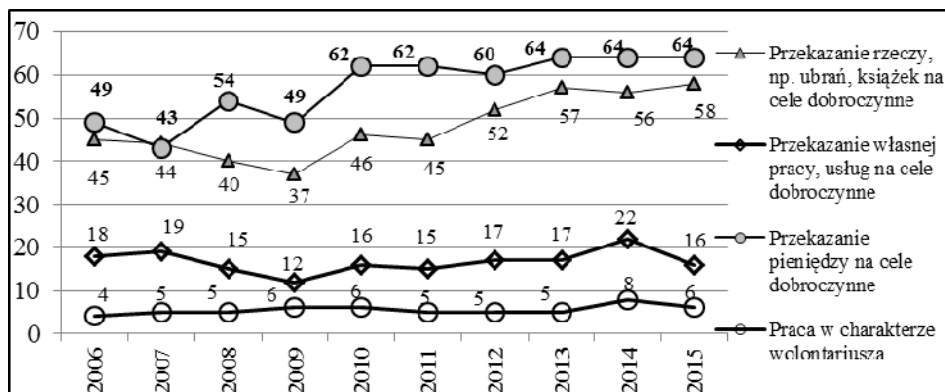
Z badań prowadzonych przez CBOS wynika, że dominującym sposobem wsparcia było „przekazanie pieniędzy na cele dobroczynne”. Tą formę dobroczynności wybrało w latach 2006-2015 odpowiednio 43 i 64% respondentów. Drugą formą aktywności było „przekazanie rzeczy, np. ubrań, książek na cele dobroczynne”, a następnie „przekazanie własnej pracy, usług na cele dobroczynne” – w latach 2006-2015 odpowiednio 12-22% odpowiedzi. (rysunek 7).

---

<sup>23</sup> A. Mazurkiewicz-Pizło, W. Pizło, Social marketing - a concept of marketing management. Marketing Science and Inspirations 2016, nr 1, s. 35-42 oraz E. Stawicka, Corporate social responsibility as an expression of organization culture, [w]: Creating competitiveness of Polish and Ukrainian rural areas / Krystyna Krzyżanowska (ed.). - Warsaw : Warsaw University of Life Sciences Press, 2013. - S. 105-114

<sup>24</sup> K. Kietlińska, Aktywność dobroczynna Polaków w badaniach, [w:] T. Famulska, A. Walasik (red.) Finanse w niestabilnym otoczeniu – dylematy i wyzwania. Finanse publiczne, wyd UE w Katowicach, Katowice 2012, s. 90-91.

Rysunek 7. Dobroczynność Polaków latach 2006-2015

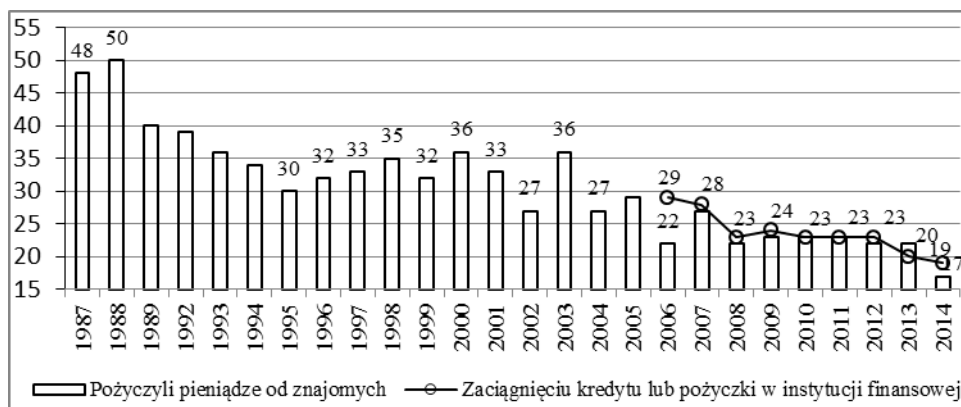


Źródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

## Gospodarowanie pieniędzmi

Konieczność pożyczania pieniędzy jest pochodną umiejętności gospodarowania środkami finansowymi w gospodarstwie domowym i stanowi ważną umiejętność zależną między innymi od wiedzy i wykształcenia członków gospodarstwa domowego. W analizowanym okresie, a mamy tu dwa odmienne byty społeczno-ekonomiczne, schyłek gospodarki nakazowo-rozdzielczej i początki gospodarki rynkowej. Pod koniec lat 80. XX w. dominowały pożyczki od znajomych. Brak instytucji finansowych ułatwiających zaciąganie kredytów, a równocześnie na początku lat 90. XX w. hiperinflacja skłaniała do pożyczania w głównej mierze małych sum pieniędzy od rodziny i znajomych. Od 1989 roku udział osób pożyczających od znajomych zmniejszał się osiągając minimum w 1995 roku, by spaść poniżej 20 % w 2014 r (rysunek 8). Wzrost zapotrzebowania na większe sumy pieniężne, zaspokajające np. potrzeby mieszkaniowe: domy i mieszkania. Głód mieszkaniowy, i relatywna łatwość zaciągania zobowiązań finansowych sprawiła, że w 2006 roku 29% respondentów „zaciągnęło kredyt lub pożyczkę finansową”. Pogorszenie się koniunktury gospodarczej w okresie kryzysu oraz kosztów obsługi zobowiązań sprawiło, iż w 2014 roku (rysunek 8) jedynie 17% respondentów korzystało z instytucji finansowych przy „zaciąganiu kredytu lub pożyczki w instytucji finansowej”.

**Rysunek 8.** Finanse i kredyty – pożyczki pieniędzy od znajomych, zaciąganie kredytu pożyczek w instytucjach finansowych 1987-2014



Źródło: Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań CBOS, nr 30/2016.

## Podsumowanie i wnioski

Obserwacja stylu życia stanowi istotny obszar poszukiwań, w trakcie którego naukowcy pragną zdiagnozować zarówno kierunki jak i dynamikę zmian sposobu funkcjonowania społeczeństwa. Czynniki determinującymi to w jaki sposób żyjemy są instytucje życia społecznego oraz nasze nawyki i postawy. Zmiany stylu życia, a w szczególności stylu konsumpcji dokonują się w sposób ciągły. Nie dostrzegamy zmian na bieżąco, dopiero spojrzenie w przeszłość, z dzisiejszej perspektywy daje podstawy oceny zachodzących przemian. „Styl życia” jest jednym z ważniejszych pojęć wykorzystywanych w naukach społecznych, a w szczególności w naukach ekonomicznych. Stanowi on wyraz relacji wobec świata i wobec innych, a jego emanacją jest to co jednostki czują, w jaki sposób członkowie gospodarstw domowych postępują w relacjach społecznych i jak działają w sferze ekonomicznej. Przyjęcie określonego stylu życia staje się w pełni możliwe, gdy jednostka ma możliwość wyboru. Wielkość, struktura i jakość konsumpcji, wyraża przyjęty, świadomie lub nie świadomie styl życia, którego ucieleśnieniem jest aranżacja przestrzeni, sposób spędzania wolnego czasu oraz uczestnictwo w różnych wymiarach życia kulturalnego – koncertach, wystawach, festynach i wydarzeniach sportowych. Obserwacja wyników badań skłaniać może do sformułowania następujących uogólnień dotyczących stylu życia:

- wzrastała liczba Polaków szczęśliwych, których spotkało „jakiś szczęście” w danym roku, a równocześnie wzrasta poczucie bezpieczeństwa w relacjach społecznych (na ulicy, w urzędzie itp.);
- wzrost zamożności społeczeństwa, przyczynia się wzrostu partycypacji w różnych wydarzeniach kulturalnych, konsumpcji oraz wzrostu liczby gospodarstw domowych wypoczywających poza domem,;
- wzrasta aktywność charytatywna Polaków, której konsekwencją będzie wzrost oczekiwań wobec biznesu i jego działań CSR. Dominującym sposobem

wsparcia na cele dobroczynne jest „przekazanie pieniędzy” (I miejsce) a następnie „przekazanie rzeczy, np. ubrań, książek” (II miejsce).

- Zmniejszył się odsetek osób zaciągających zobowiązania finansowe w „instytucjach finansowych”.

## Bibliografia

- Aktywności i doświadczenia w 2015 roku, Komunikat z badań nr 30/2016.
- Antonides G., van Raaij W.F, Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 385 i dalsze.
- Becker G.S., Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich, wyd., PWN, Warszawa 1990, s. passim.
- Böcker F., Kształtowanie preferencji wobec towarów trwałego użytku w rodzinie [w:] Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie, pod red. nauk. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 284.
- Duda J., Miłosierdzie i gospodarka – od gór pobożnych do wspólnego ratowania się w nieszczęściu, *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, 2013, vol. 16, s. 201-213.
- Geremek B., Litość i szubienica. Dzieje nędzy i miłosierdzia, Wyd. Czytelnik, Warszawa 1989, s. 23 i dalsze.
- Jacyno M., Style życia, [w:] Współczesne społeczeństwo polskie, pod red. A. Giza, M. Sikorska, wyd. PWN, Warszawa 2012, s. 274.
- Kietlińska K., Aktywność dobroczynna Polaków w badaniach, [w:] T. Famulska, A. Walasik (red.) *Finanse w niestabilnym otoczeniu – dylematy i wyzwania. Finanse publiczne*, wyd UE w Katowicach, Katowice 2012, s. 90-91.
- Kusterka M., Jakość życia w aspekcie wybranych wskaźników ekorozwoju, w: *Jakość życia w perspektywie nauk humanistycznych, ekonomicznych i ekologii*, red. J. Tomczyk-Tolkacz, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Jelenia Góra, 2003, s. 190-197.
- Mazurkiewicz A., Pizło W., *Podstawy marketingu*, wyd. PWSBiA, Warszawa 2009, s. passim.
- Mazurkiewicz-Pizło A., Jakość życia wiejskich gospodarstw domowych w województwie mazowieckim - ujęcie społeczno-ekonomiczne, [w:] *Rynek pracy na obszarach wiejskich Mazowsza – perspektywa gender*, pod red. Sawicka, Wyd. SGGW, 2013, s. 131-163.
- Mazurkiewicz-Pizło A., Pizło W., *Social marketing - a concept of marketing management. Marketing Science and Inspirations* 2016, nr 1, s. 35-42.
- Michalak D., Koryś I., Kopeć J., *Raport. Stan czytelnictwa w Polsce w 2015 roku*, wyd. Biblioteka Narodowa, Warszawa 2016, s. 8 i dalsze.
- Pizło W., *Przedsiębiorstwo w społeczeństwie informacyjnym w świetle teorii ekonomii instytucjonalnej*, wyd. SGGW, Warszawa 2009, s. 75-93.
- Schuller B-J., *Living Standard Vs Life Quality by Dariusz Korelski – A Comment*, *Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia* 7 (1), 2008, s. 141-145.
- Siciński A., *Styl życia, kultura, wybór*, wyd. IFIS PAN, Warszawa 2002, s. 22-23.
- Stawicka E., *Corporate social responsibility as an expression of organization culture, W: Creating competitiveness of Polish and Ukrainian rural areas*, K. Krzyżanowska (ed.). - Warsaw : Warsaw University of Life Sciences Press, 2013, s. 105-114
- Szczepański J., *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, PWE, Warszawa 1981, s. 155.
- Tarczydło B., *Konsument digitalny i jego zachowania. Przegląd badań, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, nr 45 (1/2016), s. 14-21.
- Zborowski A., Dej M., Gorczyca K., *Ocena jakości życia w wymiarze obiektywnym i subiektywnym w zdegradowanych dzielnicach śródmiejskich i w strefie wielkich osiedli mieszkaniowych w wybranych miastach Polski*, w: Zborowski A. (red.), *Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce*, IRM, Kraków 2009.

## Summary

The aim of the article is to diagnose and evaluate the lifestyle of Polish society. CBOS research results from 1987 to 2015 have been used in the article. According to CBOS research, the main characteristics of Poles' lifestyles are: happiness, personal security, cultural participation, spending time with family and friends, charity and ways of managing Raise money). The essence of "lifestyle" is presented as a conceptual category used in both economic and social sciences. As a result of the observation, it was stated that Observation of research results may lead to formulation of the following lifestyle conclusions: the number of Poles who have been lucky to feel safe increases (at least since 2004). Poles are richer, therefore the percentage of people spending time with family in restaurants increases - 60% of Poles are entering the European Union and cultural activity is increasing (in film screenings, concerts and exhibitions). The use of the Internet for "off-professional purposes" and the percentage of people reading books for pleasure are growing. Apart from these changes in the way of life of Poles, the dominant way to support charity was to "donate money" (1st place) and then "donate things like clothes, books (2nd place), as well as a decrease in the proportion of people taking financial commitments in "financial institutions".

**Key words:** economic behavior, security, happiness, Polish society, lifestyle

### Informacja o autorach:

**Dr hab. inż. Wojciech Pizło, prof. SGGW**

Katedra Polityki Europejskich i Marketingu

WNE SGGW w Warszawie

e-mail: wojciech\_pizlo@sggw.pl

**Dr inż. Anna Mazurkiewicz-Pizło**

Katedra Zarządzania i Ekonomii

WTiR AWF w Warszawie