

Konsumpcja - wyznacznik życia społecznego w Polsce

Wstęp

Rozdział 1: Życie społeczne w Polsce po 1989 roku

- 1.1. Socjologia wielkiej przemiany
- 1.2. Adaptacja społeczeństwa po przewrocie 1989 roku
- 1.3. Globalizacja i jej wpływ na życie społeczne w Polsce
- 1.4. Polskie społeczeństwo postindustrialne

Rozdział 2: Konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne

- 2.1. Definicje konsumpcji w naukach społecznych
- 2.2. Konsumpcjonizm jako patologiczny obraz konsumpcji
- 2.3. Społeczeństwo konsumpcyjne
- 2.4. Media i reklama a konsumpcja

Rozdział 3: Postawa „być” i postawa „mieć”

- 3.1. „Być” czy „mieć” według E. Fromma
- 3.2. Ani „być”, ani „mieć” według Z. Baumana
- 3.3. Wyznaczniki życia społecznego w Polsce – „być” czy „mieć”?

Rozdział 4: Badania własne

- 4.1. Problemy badawcze i hipotezy robocze
- 4.2. Metody i narzędzia badawcze
- 4.3. Teren i organizacja badań
- 4.4. Analiza materiału badawczego
- 4.5. Wnioski empiryczne z przeprowadzonych badań
- 4.6. Podsumowanie badań własnych

Podsumowanie

Spis tabel i rysunków

Bibliografia

Aneksy - narzędzia badawcze

O społeczeństwie konsumpcyjnym dużo się ostatnimi czasy mówi i dużo się na ten temat pisze. Żyjemy w czasach, w których możliwości konsumpcyjne w Polsce są

zupełnie inne niż te, które charakterystyczne były dla okresu PRL-u. Teraz nie jest już problemem, czy dany produkt w sklepach jest, tylko czy jest odpowiednia dla nas marka lub cena tego produktu. Zresztą stać Polaków na coraz więcej wraz ze wzrostem płac i spadkiem bezrobocia. Wszechobecne hipermarkety oferują wszystko, co można sobie tylko wyobrazić – grunt pod „konsumpcjonizm” jest już więc w Polsce faktem.

Nie tylko dostęp do dóbr oznacza konsumpcjonizm społeczeństwa, ale też inne zjawiska, o których będę w swojej pracy pisać. Jej głównym celem jest pokazanie znaczenia konsumpcji w życiu Polaków i pokazanie jej kształtów. Posłużą mi do tego trzy narzędzia badawcze, dzięki którym będę sama próbowała opisać to, o czym pisze się w socjologicznych badaniach.

Oczywiście będzie to podbudowane teorią, której poświęcone są pierwsze trzy rozdziały. W pierwszym z nich, będę się zajmowała kwestią przemian w życiu społecznym Polaków po 1989 roku. Przewrót ustrojowy wiele zmienił w sytuacji politycznej, ekonomicznej i gospodarczej, ale wpłynął też na pewno na zmiany mentalne u Polaków. O tym będę pisać w odniesieniu do polskiej literatury socjologicznej z uwzględnieniem socjologów współcześnie się wypowiadających, jak i tych, którzy o zmianach pisali w latach 90.

W drugim rozdziale skupię się już dokładniej na pojęciach kluczowych dla tej pracy: konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne. Po wyjaśnieniu pojęć odpowiednimi definicjami postaram się przedstawić konsumpcjonizm jako patologiczną formę konsumpcji, by następnie omówić rolę mediów i reklamy w społeczeństwie konsumpcyjnym.

Rozdział trzeci będzie poświęcony dwóm teoriom. Najpierw omówię biegunowy model postaw ludzkich według Ericha Fromma („być” czy „mieć”). Następnie teorię tę skonfrontuję z ujęciem Zygmunta Baumana („bardziej współczesnego” i „bardziej polskiego”). Porównanie tych dwóch teorii da podstawę do szerszego spojrzenia na kwestię konsumpcjonizmu.

W rozdziale czwartym podam metodologiczne podstawy badań własnych, omawiając cel i przedmiot badań, a następnie formułując główny problem badań. Problem ten zostanie zoperacjonalizowany na problemy szczegółowe i odniesiony do odpowiednich hipotez roboczych. W rozdziale omówię także metody dobrane do badań i charakterystykę badanej próby.

Cała konstrukcja pracy przemyślana jest tak, żeby na jej końcu pojawiły się własne wnioski empiryczne. Będą one wynikiem analizy zebranego w toku badań materiału. Wnioski empiryczne odniosę też oczywiście do teoretycznej części pracy, a w szczególności do teorii Fromma i Baumana, starając się odpowiedzieć na pytanie, która z nich bardziej zbliża się do charakterystyki polskiego społeczeństwa. Bo istotne jest w tym miejscu podkreślenie, że będę się interesowała wyłącznie sytuacją polską, mimo, że w niektórych momentach zacytuję też wnioski lub opinie zagranicznych autorów (ale raczej rzadko).

Literatura dobrana do części teoretycznej pochodzi z dyscyplin socjologicznych, ale także z zakresu politologii. W rozdziale czwartym wykorzystałam literaturę metodologiczną (głównie z zakresu nauk społecznych, ale nie tylko).

Ograniczone możliwości badawcze i liczebność próby nie pozwolą zapewne na generalizację wyników badań na cały kraj, ale prawdopodobnie ukażą one pewne tendencje, o których wspomina się w literaturze przedmiotowej. Całość badań będzie wymagać pogłębienia, aczkolwiek wnioski empiryczne będą oddawały rzetelny obraz stanu rzeczy w granicach zbadanej populacji.

Liczba stron	56
Nazwa Szkoły Wyższej	Wyższa Szkoła Zarządzania i Komunikacji w Poznaniu
Rodzaj pracy	praca magisterska
Rok oddania	2009

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!