

# CHILDREN'S CONSUMER BEHAVIOUR

## ZACHOWANIA KONSUMPCYJNE DZIECI

**dr Krystyna Korneta**

Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej w Józefowie  
krystynakorneta@gmail.com

### ABSTRACTS

The article depicts the role of a child as a consumer with consumer attributes and compares them with surveys results which were carried out in a randomly chosen group within the district of Radom. The surveys included consumer needs of the juvenile, determining their approach and behaviour in specific aspects; the results also present parents' point of view on these aspects. The substantive results were revealed: Younger children pronounce their needs more clearly regarding material needs, or services relating to basic and typical of their age activities such as being looked after by a close relative, playing games, or a walk. As the child grows up, their consumer needs parallelly grow, for instance, going to the swimming pool, theme park, or country trips or using educational services. Whilst basic needs are secured, young children tend to express needs directly connected with the present time, for example, when the child needs a plasticine, he or she comes to the conclusion that plasticine is needed now. Older children are already able to plan to get the specific goods.

Artykuł przedstawia refleksje na temat roli dziecka jako konsumenta, atrybutów konsumpcji dziecięcej i weryfikuje je z wynikami badań sondażowych przeprowadzonych na losowo wybranej grupie z terenu powiatu radomskiego w zakresie potrzeb konsumpcyjnych badanych, określenia ich postaw oraz zachowania w rozważanych aspektach, a także prezentuje opinie rodziców na podjęty temat. Wyniki pokazują, że dzieci małe wyraźniej artykułują swoje potrzeby w zakresie dóbr materialnych lub usług, związanych z podstawowymi dla ich wieku zajęciami, takimi jak: opieka bliskiej osoby, zabawa, spacer. Wraz z wiekiem rośnie potrzeba usług konsumpcyjnych w danej grupie wiekowej, na przykład: korzystanie z basenu, parku rozrywki, wycieczek krajoznawczo-turystycznych, usług edukacyjnych. Przy zabezpieczonych podstawowych potrzebach życiowych wśród

młodszych dzieci dominują potrzeby związane z daną chwilą, na przykład, „potrzebuję w danej chwili plasteliny”, czyli „chcę plastelinę”. Uczniowie starsi potrafią już planować nabywanie określonych dóbr.

#### **KEY WORDS:**

*consumer, consumer needs, material goods to satisfy needs, non-material goods to satisfy needs, consumption items, ways of satisfying needs*

*konsument, potrzeby konsumpcyjne, materialne środki zaspokajania potrzeb, niematerialne środki zaspokajania potrzeb, przedmioty konsumpcji, sposoby zaspokajania potrzeb*

#### **WPROWADZENIE**

Wychowanie i nauczanie jest silnie związane z osobą dziecka. Pierwszymi nauczycielami życia są najbliżsi – zazwyczaj matka i ojciec. Ponoszą odpowiedzialność za losy potomstwa, ale także w istotny sposób je kształtują. Kultura rodziny wywiera wpływ na sposób zachowania jej wszystkich członków. W sklepach, centrach handlowych często obserwujemy różnorodne reakcje rodziców i ich dzieci wobec pokusy zakupów. Płaczące maluchy na widok zabawki lub lizaka budzą uczucia niepokoju. Czy rodzice nie znęcają się nad maleństwem? Pojawiają się wątpliwości, czy skrajne okazywanie emocji przez dzieci (krzyki) nie świadczy o wysokim poziomie stresu. Żyjemy w czasach globalnej konsumpcji, która dotyczy również najmłodszych. Jak przygotowujemy nowe pokolenie do życia w kulturze, zdominowanej wartością pieniądza? Pobieźna obserwacja nie daje odpowiedzi na te pytania. Dla wielu rodzin dziecko jest najcenniejszym skarbem, owocem wzajemnej miłości, wyznacznikiem wartości i spełnieniem marzeń. Mimo to nie wszyscy rodzice potrafią wyciszyć emocje własnych pociech, szczególnie w nadzwyczajnych sytuacjach, do jakich należą także zakupy. Opiekunowie przyjmują różne postawy wobec własnych pociech, zatem bardzo często spotykamy się z trudnymi relacjami w rodzinach. Kultura społeczna poprzez system opinii i więzi chroni najmłodszych. Rolę taką spełnia również instynkt macierzyński i ojcowski. Co więcej, dziecko współcześnie uzyskało wiele praw, które nie przysługiwały młodym ludziom w przeszłości. Dzieje się tak dzięki prawodawstwu. Na przykład, w przyjętej przez ONZ w 1989 roku i ratyfikowanej przez wiele krajów Konwencji o Prawach Dziecka czytamy: „(...) dziecko powinno być w pełni przygotowane do życia w społeczeństwie

jako indywidualnie ukształtowana jednostka, wychowana w duchu ideałów zawartych w Karcie Narodów Zjednoczonych, a w szczególności w duchu pokoju, godności, tolerancji, wolności, równości i solidarności”.

Współczesna cywilizacja europejska gloryfikuje postać dziecka. Jest ono w centrum zainteresowań pedagogów, etyków, lekarzy, pracowników społecznych i państwowych. W Polsce najważniejsze dokumenty, gwarantujące ochronę nieletnich, to Konstytucja RP i ustawa o Rzeczniku Praw Dziecka. Jak zauważa Paweł Sitek (2014): „Z punktu widzenia prawa rodzinnego i opiekuńczego zauważany stał się fakt propagowania i wprowadzania w życie przez rodziców stosunków partnerskich pomiędzy rodzicami a dziećmi”. Prawodawstwo stanowi jednak tylko środowisko zewnętrzne dla konkretnej funkcjonującej rodziny. Więzy rodzinne decydują o faktycznej pozycji dziecka w rodzinie. Na wzajemne kontakty wśród najbliższych rzutują przemiany ekonomiczne w Polsce, zapoczątkowane w drugiej połowie XX wieku, takie jak: import tanich towarów (szczególnie z Chin), wzrost produkcji dóbr konsumpcyjnych (zjawisko „pełnych półek”), występujące na szeroką skalę bezrobocie, umocnienie wartości nabywczej pieniądza, wzrost kosztów utrzymania dzieci. Towarzyszą im zmiany społeczne i etyczne. Miłość i niepokój o losy potomstwa przeplatają się ze sobą. Zarówno brak zatrudnienia, skutkujące frustracją i brakiem niezbędnych do przeżycia dochodów, jak i praca po kilkanaście godzin na dobę lub poza granicami kraju, determinują koncentrację uwagi dorosłych opiekunów na pieniądzach, dobrach materialnych i utrudniają prawidłowe relacje w rodzinie. Jednocześnie instynkt rodzicielski, nawet przytłumiony problemami, widzi w dorastającym maluchu nadzieję na lepszą przyszłość. Chcąc dać dziecku wszystko, można nie dać tego czego naprawdę potrzebuje. Trudno nie dostrzec, że nadmierna konsumpcja może być fałszywą drogą, w której zabawka ma zastąpić miłość, odpowiedzialność i dojrzałość wzajemnych kontaktów. Jednym z podstawowych zagadnień współczesnych pedagogów stają się kwestie związane z problemem, jak prawidłowo wychować, by konsumpcja pozwoliła rozwijać się młodemu człowiekowi, nie zaś szukać substytutów bezpieczeństwa, bliskości i zaufania. (Niedziółka, 2014)

## **DZIECKO JAKO KONSUMENT**

Złożona sytuacja społeczna stwarza nową rolę dziecka w rodzinie. Jest bowiem postrzegane nie tylko jako jednostka wymagająca opieki i troski w spełnianiu jej potrzeb, lecz również jako samodzielna indywidualność,

która często podejmuje istotne decyzje dla budżetu domowego w sprawie realizacji własnych pragnień. Zmienia się sposób postrzegania potomstwa przez rodziców, inaczej również reaguje nasze społeczeństwo na wszelkie potrzeby nieletnich. Wystarczy wyjść do centrum handlowego, stanąć i obserwować zachowania opiekunów z dziećmi robiącymi zakupy. Jeden wniosek jest oczywisty: dziecko nie jest bierne, uczestniczy w wielu czynnościach nabywczych – od oglądania produktu, wybierania, czasami płacenia, po finalne zagospodarowanie. Młodzi konsumenci pełnią istotne role w tym procesie. Celowe w tej kwestii jest postawienie zagadnienia, jakie są ich potrzeby i pragnienia nabywcze, zarówno materialne jak i inne. Podstawowa wiedza o człowieku pozwala wyróżnić potrzeby w obszarach fizjologii, jak jedzenie, picie, sen, oddychanie itd., bezpieczeństwa – brak strachu, spokój, wygoda termiczna, posiadanie własnego miejsca i in., miłości i przynależności – na przykład, więź rodzinna, szacunku i uznania, jak poczucie własnej wartości, samorealizacji – na przykład, posiadanie celów (Maslow, 1968). Potrzeby te mogą być zrealizowane na wiele sposobów.

Bogata oferta rynkowa powoduje obecnie problemy z wyborem określonego towaru, nie dlatego, że go brakuje, ale z przyczyn jego nadmiaru i ceny, która stanowi często barierę możliwości kupna. To rodzice odpowiadają za spełnianie niezbędnych potrzeb ich dzieci, ale w wyjątkowych sytuacjach państwo przejmuje opiekę nad nieletnimi, by zapewnić im przeżycie. W typowej rodzinie niemowlęta i dzieci do trzeciego roku życia pozostają pod wyłączną opieką najbliższych. Ze względów fizjologicznych są całkowicie zależne od dorosłych i bezbronne wobec nich. Jest to wyjątkowa grupa wiekowa, której nie będą rozważała ze względu na charakter zależności i odpowiedzialności rodzicielskiej. Sprawność językowa trzylatków już pozwala na poznanie ich preferencji i zainteresowań nabywczych. Przedszkolaki nie znają wartości pieniądza, ich sposób liczenia nie obejmuje na ogół umiejętności posługiwania się symbolami, więc cena nie może stanowić dla nich żadnego logicznego uzasadnienia w wyborze. Podejmują częściowo już wyuczone w rodzinie działania, mające na celu uzyskanie pożądanego dóbr. Bardzo często opiekunowie uczą pewnych zachowań w czasie codziennych czynności „zjedz zupkę, dostaniesz lizaka”. Nawet kilkuletnie pociechy potrafią negocjować „a jak zjem, dostanę cukierka?”. Najczęściej jednak są inicjatorami zakupów ze względu na panujące w domu więzi emocjonalne. Gdy mają empatycznych rodziców, często bardzo dobrze rozwijają inteligencję emocjonalną. Potrafią zatem pełnić rolę wytrawnego negocjatora. Dzieci w wieku szkolnym na pewno

inaczej postrzegają wartość zakupu, gdyż mają już doświadczenia w kupowaniu i planowaniu wydatków. Ich sposoby realizacji marzeń przez zakupy są bardziej wyszukane, zgodne z możliwościami zainteresowanych. Biorą pod uwagę również sytuację finansową rodziny oraz pozycję, jaką w niej zajmują. Na zachowania konsumpcyjne potomstwa znaczny wpływ mają zatem ich bezpośredni opiekunowie.

## **METODOLOGIA BADAŃ**

W celu określenia potrzeb konsumpcyjnych najmłodszych od trzeciego roku życia aż do pełnoletniości przeprowadzono badania sondażowe od stycznia do marca 2015 roku. Terenem ich były Przedszkole Publiczne nr 12 w Radomiu i Przedszkole Publiczne nr 1 w Zwoleniu oraz Publiczna Szkoła Podstawowa nr 3, Publiczna Szkoła Podstawowa nr 4, Publiczne Gimnazjum nr 8 i X Liceum Ogólnokształcące w Radomiu (patrz tabela 1). Według wcześniej przygotowanego jednolitego kwestionariusza poddano wywiadowi dzieci w wieku od 3 do 8 lat, natomiast uczniowie od 9 do 18 lat samodzielnie wypełniali analogiczny arkusz pisemnie. Należało podać własne potrzeby (odczuwane braki), określić pragnienia (marzenia), podać sposoby realizacji potrzeb i pragnień. Badanym wyjaśniono znaczenie powyższych pojęć.

Przeprowadzono również badania ankietowe wśród rodziców badanych dzieci (patrz tabela 2). Pytano o liczbę dzieci w gospodarstwie domowym, dochód, potrzeby potomstwa, pragnienia jakie odczuwają ich pociechy oraz jakie nagrody dają rodzice.

## **OTRZYMANE REZULTATY**

Wszystkie dzieci poniżej dwunastego roku życia podają odpowiedzi na wszystkie pytania, czasami brzmi ona „nie wiem”, natomiast starszym respondentom zdarza się zostawić puste miejsce w kwestionariuszu, nie wypowiadając się w konkretnej kwestii. Nie wszyscy opiekunowie oddali kwestionariusze ankiet – tylko 129 osób, wśród których nie zawsze znajdują się odpowiedzi na wszystkie pytania.

Potrzeby badanych czterolatek są głównie materialne. Wypowiedzi wskazują wyraźnie na działanie pod wpływem impulsu. Dla przykładu, po zajęciach lepienia z plasteliny dzieci wskazują potrzebę posiadania plasteliny lub po spacerze deklarują chęć wycieczek i spacerów (jak pięciolatki ze Zwolenia). Widoczne jest kojarzenie potrzeby z wykonywaną

uprzednio czynnością (patrz rys. 1). W tej grupie obserwuje się tendencję do wskazania konkretnego przedmiotu lub działania. Występuje wyraźna przewaga potrzeb materialnych, które nie są zbyt kosztowne. Plastelina czy zeszyty świadczą o niezależności ceny towaru od chęci nabycia produktu przez małe dziecko. Wszystkie usługi (jazda autobusem, wycieczki rowerowe, wyjście na kulki, zabawy na placu zabaw itd.) kojarzone są jako czynności wykonywane z rodzicami lub rodziną.

Każde dziecko podaje jedną potrzebę. Podobnie przedstawiają się pragnienia, wyjaśnione im jako te marzenia, które koniecznie chciałyby, żeby się spełniły, albo to, o co chciałyby prosić Świętego Mikołaja, który może wszystko. Sześcioro pięcioletków, mimo że podejmuje próbę, nie potrafi określić czego pragnie. Pozostałe podają, że chcą konkretny model zabawki (23%), prawdziwe zwierzątko (16%), powrotu członka rodziny, który wyjechał (9%), zabawkę bez określenia modelu, a w pojedynczych przypadkach czekoladki, przybory szkolne, plastelinę, książkę, misia, tablet, plecak, dużo prezentów, dziadka, który zmarł, spotkanie z prawdziwym potworem. Nawet tak małe dzieci deklarują posiadanie potrzeb i pragnień, zarówno materialnych, jak i niematerialnych.

Rodzice badanych przedszkolaków najczęściej kupują im zabawki, słodycze i książki, a dochód najczęściej określa się jako wystarczający na utrzymanie, ale nie wystarczający na robienie oszczędności. Dominują w tej grupie rodziny z dwójką dzieci, jedno dziecko ma  $\frac{1}{3}$  badanych. W tym kontekście zrozumiała jest chęć opieki i zabawy ze zwierzątkiem. Maluchy odpowiadają, że ich najbliżsi (rodzice lub dziadkowie) oraz Mikołaj dają im prezenty. Wszystkie przedszkolaki są radosne i zadowolone. Rozmowa o ich potrzebach daje im poczucie własnej wartości, są zaangażowane nową sytuacją na zajęciach. Również mali uczniowie mają zróżnicowane oczekiwania i marzenia. Chętnie udzielają odpowiedzi, ale widoczne jest mniejsze skupienie i szybsze tempo rozmowy. Podstawowym źródłem zaspokojenia ich potrzeb jest rodzina.

Uczniowie najczęściej podają jedną potrzebę (patrz rys. 2). Wśród udzielonych odpowiedzi przeważają dobra materialne, związane z posiadaniem sprzętu multimedialnego typu konsola, PlayStation, tablet, iPod, komputer. Wysokie jest zapotrzebowanie na podstawowe artykuły, jak jedzenie, picie, ubranie. Należy zauważyć, iż w tej grupie wiekowej pojawia się zapotrzebowanie na usługi. Na rysunku 2 takie usługi, jak nauka czy wyjście na basen, są przedstawione jako potrzeby niematerialne (choć ekonomiści wyróżniają je jako osobną grupę dóbr). Po wyartykułowaniu potrzeb określono też pragnienia tej grupy badanych (patrz tabela 3).

Dominują pragnienia niematerialne, szczególnie chęć posiadania zwierzątka. Kolejne to plany – marzenia, dotyczące osiągnięcia pozycji zawodowej, a także posiadania rodzeństwa. Charakterystyczna jest zmiana preferencji z potrzeb w dużej mierze materialnych na marzenia niematerialne. Opiekunowie tych uczniów określają swoje dochody przeważnie jako wystarczające na skromne utrzymanie i niewielkie oszczędności lub skromne utrzymanie bez gromadzenia oszczędności. Blisko ¼ pytaných (26%) to rodziny z jednym dzieckiem, a ponad połowa (53%) – z dwojką. Jako nagrody rodzice kupują im przede wszystkim zabawki, słodycze i gry planszowe, mimo iż znacznie szerzej oceniają ich potrzeby.

Problemy rozwojowe związane z adolescencją widoczne są podczas badania nastolatków. Wyraźnie trudniej skupić się im na nietypowym zadaniu – wypełnianiu ankiety. Wykonują polecenie po wprowadzeniu w tematykę zadania i wyjaśnieniu pojęć oraz po kilku minutach obserwacji wzajemnych zachowań (patrz tabela 4).

Kilkoro uczniów podaje kilka dóbr, których im brak, a ośmioro nie podaje żadnych potrzeb. Wśród odpowiedzi charakterystyczna jest postawa negacji typu „nic mi nie trzeba”. Podobnie przedstawiają się uzyskane wskaźniki pragnień: dwunastu badanych podaje, że niczego nie pragnie, a jeden chciałby odnaleźć cel w życiu. Pozostali określają pragnienia głównie jako realizację usług edukacyjnych (chęć nauki gry na instrumencie, języków obcych) lub posiadanie dóbr użytkowych (telefon, ładne ubranie), ale także pragną mieć zwierzątko i więcej czasu wolnego.

Te tendencje utrzymują się wśród badanych aż do osiemnastego roku życia. Ponad 72% piętnastolatków jako podstawową potrzebę wskazuje posiadanie własnych pieniędzy, 39% chce być szczęśliwymi, po 28% – mieć prawdziwego przyjaciela, szczęśliwą rodzinę i więcej czasu wolnego – po 28%, 17% deklaruje, że nic nie jest im potrzebne. Zgłaszano również odczuwany przez nich brak wolności, poczucia bezpieczeństwa, wsparcia ze strony najbliższych, akceptacji we własnym środowisku lub rodzinie. Niektórzy gimnazjaliści deklarują chęć bycia zdrowym i kochanym, posiadania odwagi, a także nowego telefonu, motocykla. Ich pragnienia to nauka gry na instrumencie, satysfakcjonujące zdanie egzaminu gimnazjalnego, możliwość rozwijania własnych zainteresowań, bycie wysportowanym, posiadanie jakiegoś talentu, czasu wolnego tylko dla siebie, a nawet odzyskanie podarowanego przez dziadków telefonu, zabranego przez rodziców. Ponad 40% piętnastolatków nie wskazuje żadnego pragnienia czy marzenia. Część uczniów sprawia wrażenie zrezygnowanych, obojętnych na prośby nauczyciela starannego wypełnienia kwestionariusza.

Przyjmują postawę obronną w stosunku do działań dorosłych. Szczególnie niepokojące z pedagogicznego punktu widzenia jest zgłoszenie braku poczucia bezpieczeństwa, matczynej miłości, zaufania do bliskich, a także stwierdzenie „nic nie jest mi potrzebne” przez kilku uczniów jednej klasy.

W okresie dorastania trudno jednoznacznie określić, czy zachowanie lękowe jeszcze mieści się w normie. Niewątpliwie tak odpowiadający ankietowani wymagają diagnozy ze względu na ryzyko zaburzeń emocjonalnych. Tak często negowana konsumpcja stoi w opozycji do tego typu postaw i może być dla młodzieży motywacją do działania, sposobem na określenie celu w życiu. W takim przypadku jest ona źródłem siły sprawczej i stanowi o rozwoju jednostki. Często jest niezbędna do terapii niepożądanych zachowań destrukcyjnych. Stanowi istotną wartość. Z psychologicznego punktu widzenia „wartość dla człowieka stanowi to, co jednostkę pociąga, ożywia, motywuje, ukierunkowuje i egzystencję tworzy we wszystkich jej wymiarach, przejawach i dążeniach” (Breś, 2012, za: Popielarski, 2009).

Głównym sposobem zaspokojenia własnych potrzeb są dla gimnazjalistów środki finansowe ich rodziców, ale występują też przypadki podejmowania samodzielnych działań do zdobycia niezbędnych funduszy. Należy do nich zbieranie oszczędności z tytułu różnych okazji (uroczystości, święta). 38% opiekunów badanych określa swoje dochody jako wystarczające na utrzymanie i niewielkie oszczędności, 33% jako niewystarczające na żadne oszczędności. Pozostali udzielają informacji, że dochód jest wystarczający na bieżące potrzeby. Przeważnie są to rodziny z dwójką albo jednym dzieckiem.

Podobnie przedstawiają się odpowiedzi licealistów (patrz tabela 5). Otrzymane wyniki są bardzo podobne do poprzedniej grupy wiekowej. Utrzymuje się tendencja do braku odpowiedzi – 4 osoby, zgłaszane są problemy z nawiązywaniem prawidłowych kontaktów społecznych – 4 odpowiedzi. Jest zapotrzebowanie wśród licealistów na usługi, w szczególności edukacyjne. Ich potrzeby są zróżnicowane: materialne i niematerialne. Jeden z badanych deklaruje chęć podjęcia pracy zarobkowej, licząc się z pewnymi trudnościami, związanymi z godzeniem obowiązków nauki z pozostałymi zajęciami. Pozostali uzyskują środki od najbliższych, oszczędzają, negocjują wydatki własne w domu rodzinnym. Rodzice licealistów jako prezenty przede wszystkim ofiarują im wycieczki, bilety do kina, bilety na basen czy klubu sportowego, a także kursy językowe, kursy przygotowawcze, kursy karate, jednak część opiekunów nie daje żadnych nagród czy подарunków. Swoje dochody określają jako wystarczające na



utrzymanie dwie równoliczne grupy: jedna z możliwością niewielkich oszczędności, a druga bez odkładania środków na później.

### **WNIOSKI DOTYCZĄCE BADANEJ GRUPY**

Dzieci małe wyraźniej artykułują swoje potrzeby w zakresie dóbr materialnych lub usług, związanych z podstawowymi dla ich wieku zajęciami, jak opieka bliskiej osoby, zabawa, spacer. Wraz z wiekiem rośnie potrzeba usług konsumpcyjnych w danej grupie wiekowej: korzystanie z basenu, parku rozrywki, wycieczek krajoznawczo-turystycznych, usług edukacyjnych. Wśród młodszych dzieci dominują potrzeby związane z wykonywaną w danej chwili czynnością. Uczniowie przejawiają potrzeby związane z realizacją planów długofalowych. W każdej grupie wiekowej wystąpiły zarówno materialne jak i niematerialne środki jako pożądane dobra konsumpcyjne. Rodzice młodszych dzieci po zabezpieczeniu podstawowych potrzeb wybierają przede wszystkim zabawki i słodycze jako realizację oczekiwań ich pociech. Rodzice starszych dzieci – po zabezpieczeniu podstawowych potrzeb dziecka – wybierają dla nich przede wszystkim usługi edukacyjne i materiały dydaktyczne lub sportowe. Podstawowym sposobem pozyskania pożądanych dóbr przez dziecko jest uzyskanie ich od rodziców lub krewnych.

### **ZAKOŃCZENIE**

Kultura spożycia i umiejętne wprowadzanie zrównoważonej konsumpcji do współczesnych pojęć języka stanowi ważną kwestię społeczną. W moim odczuciu samo zagadnienie rynku (wyniesione z nauk ekonomicznych) nie może istnieć bez ludzkiego wymiaru sprawiedliwości społecznej. Sama rachunkowość w opisie życia nie jest wystarczająca do uzyskania obrazu jego całości. Zagadnienie spożycia jest możliwe do interpretacji w stosunku do całego społeczeństwa, gdzie, jak przedstawia Czesław Bywalec (2010, s. 8), „konsumpcja przestała być – jak w wiekach wcześniejszych – biernym efektem rozwoju gospodarczego, a stała się, na zasadzie sprzężenia zwrotnego, jego ważnym, a dziś można nawet powiedzieć, że najważniejszym stymulatorem, swoistą lokomotywą”. Pełni więc pozytywną rolę. W kategorii jednostki jej wymiar także jest indywidualny.

Jedzenie jest potrzebą czy koniecznością? Czy nie do jednostki ludzkiej powinna przynależeć decyzja o tym, co się je? Do jakiego momentu jedzenie jest koniecznością, a kiedy jest nadmiarem lub wyrafinowanym

gustem? Wolność wyboru sposobu wykorzystania zarobionych pieniędzy jest determinantem jakości ludzkiej egzystencji. Tu pojawia się dylemat. Z jednej strony jest to naturalne prawo wyboru, z drugiej – poczucie sprawiedliwości. Czy podzielić się posiłkiem, gdy mam nadmiar jedzenia? Te wszystkie problemy są ukryte w jednym słowie: **konsumpcja**. Ze względu na cel badań wszystkie te kwestie występują jednocześnie w prowadzonych badaniach. Są widoczne w odpowiedziach. Jedne dzieci marzą o plastelinie, inne – o posiadaniu prawdziwego konia. Dziecko jest w szczególnej sytuacji, gdyż na ogół nie prowadzi działalności zarobkowej i pozostaje na utrzymaniu bezpośrednich opiekunów. „Autorytet rodzicielski precyzuje władzę rodziców w relacjach z dziećmi, która to władza charakteryzuje się możliwością wywierania wpływu na przekonania, decyzje i zachowania dziecka. Rodzice posiadający autorytet mają moc (prawo) wydawania nakazów i zakazów, stawiania wymagań, egzekwowania posłuszeństwa oraz podejmowania działań i ostatecznych decyzji” (Bartel, 1999, za: Kopeć, 2013, ss. 181–182). W istotny sposób wrażliwość i znajomość potrzeb własnych dzieci warunkuje poczucie bezpieczeństwa w rodzinie i rozwój jej członków. Pewien poziom konsumpcji jest koniecznością. Dobra luksusowe także pełnią ważną rolę w kreowaniu materialnej rzeczywistości. Piękna wymarzona lalka pozwala poczuć dziecku, że jest ważne, a rodzice liczą się z jego potrzebami, jeśli znajdą czas, aby wspólnie pobawić się. Zachowania nabywcze dzieci są silnie związane z gospodarstwem domowym, jednocześnie pozostają w konfrontacji z rówieśnikami. Trudną kwestią jest wychowanie w kulturze zrównoważonej konsumpcji wobec tak silnego rozwarstwienia finansowego – nawet w jednej klasie szkolnej. To jest nowy obszar do działań wychowawczych w szkole. Przeprowadzone badania są fragmentem naszej rzeczywistości, zarówno społecznej, jak i gospodarczej. Widoczne w nich są duże różnice w określaniu potrzeb i pragnień, a do ich spełnienia najczęściej wystarczają niewielkie fundusze lub czas.

## REFERENCES

- Breś, A. (2012). *Aksjologiczne kształcenie i wychowanie młodzieży gimnazjalnej w Polsce*. W: Dziurzyński K. (red.), *Dylematy współczesnej edukacji* (s. 51-67), Józefów: Wydawnictwo WSGE.
- Bywalec, C. (2010). *Konsumpcja, a rozwój gospodarczy i społeczny*, Warszawa: C.H. Beck.

- Konwencja o Prawach Dziecka przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 20 listopada 1989 roku, Dz.U. z 1991r. Nr 120 poz. 1673.
- Kopeć, E. (2013). *Autorytet dziadków czyli doświadczenie i mądrość – atuty późnej dorosłości*. W: Łażewska D. (red.), *Autorytet w wychowaniu i edukacji* (s. 178-192), Józefów: Wydawnictwo WSGE.
- Maslow, A. (1986). *W stronę psychologii istnienia*, Warszawa: Wydawnictwo Pax.
- Niedziółka, I. (2014). *Dziecko jako konsument*. W: Sitek M. (red.), *Journal of Modern Science*: tom 1/20/2014 (s. 419-430), Wydawnictwo WSGE.
- Przetacznik-Gierowska, M. i Tyszkowa, M. (2011). *Psychologia rozwoju człowieka. Zagadnienia ogólne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sitek, P. (2014). *Aspekty prawne struktury rodziny a ambiwalentność koncepcji partnerstwa w stosunkach rodzicielskich z dziećmi*. W: Sitek M. (red.), *Journal of Modern Science*: tom 1 (s. 373-382), Wydawnictwo WSGE.

## **ANEKS**

Spis tabel i rysunków:

Tabela 1. Rozkład danych dotyczących badanych dzieci

Tabela 2. Rozkład odpowiedzi rodziców badanych dzieci

Tabela 3. Potrzeby uczniów klas początkowych

Tabela 4. Potrzeby dwunastolatków

Tabela 5. Potrzeby licealistów

Rysunek 1. Potrzeby czterolatków i pięciolatków

Rysunek 2. Potrzeby siedmiolatków i ośmiolatków

## **Załączniki:**

1. Kwestionariusz ankiety (dla rodziców)

2. Kwestionariusz ankiety (dla dziecka)

Tabela 1. Rozkład danych dotyczących badanych dzieci

Lp.	Wiek dziecka	Liczba dzieci	Procentowy udział badanych z danej grupy
1	3–6 lat	43	25,30%
2	7–9 lat	38	22,35%
3	10–12 lat	33	19,41%
4	13–15 lat	32	18,82%
5	16–18 lat	24	14,12%
<b>Suma:</b>		<b>170</b>	<b>100,00%</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 2. Rozkład odpowiedzi rodziców badanych dzieci

Lp.	Wiek dziecka	Liczba rodziców	Procentowy udział badanych z danej grupy
1	3–6 lat	43	100%
2	7–9 lat	25	65,79%
3	10–12 lat	19	57,57%
4	13–15 lat	18	56,25%
5	16–18 lat	24	100%
<b>Suma:</b>		<b>129</b>	<b>75,88%</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 3. Pragnienia uczniów klas początkowych

Potrzeby	Materialne	Niematerialne
Mieć swój pokój, domek	3	
Mieć karty piłkarskie	2	
Zostać milionerem	1	
Mieć zwierzaka		17
Zostać piłkarzem		5
Mieć rodzeństwo		4
Wycieczki		3
Zabawy ze zwierzakiem		3
Zostać lekarzem		3
Gra na komputerze, Xboxie		2
Jazda na rolkach		2
Coś słodkiego		1
Jazda na koniu		1
Mieć długie włosy		1
Miejsce do gry		1
Odwiedziny cioci		1
Podróż samolotem		1
Wyjście na basen		1
Zostać okulistą		1
Zostać tancerką		1
Zostać weterynarzem		1
<b>Razem:</b>	<b>6</b>	<b>49</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 4. Potrzeby dwunastolatków

Potrzeby	Materialne	Niematerialne	Brak wskazań
Mam wszystko, co jest mi potrzebne	5		
Nowe ubranie	4		
Laptop, tablet, nowa komórka	3		
Buty	2		
Jazdy na kładach	2		
Książka (konkretna)	2		
Rolki	2		
Potrzebne mi są tylko niezbędne rzeczy do życia		4	
Prawdziwa przyjaciółka		3	
Więcej czasu wolnego		3	
Zwierzątko		3	
Chciałbym odnaleźć cel w życiu		1	
Nic mi nie trzeba			6
Nie wiem			2
<b>Razem:</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>8</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 5. Potrzeby licealistów

Co jest ci potrzebne	Materialne	Niematerialne	Brak wskazań
Markowe ubrania	3		
Nowy model telefonu komórkowego	2		
Pieniądze	2		
Sprzęt multimedialny (tablet, laptop)	2		
Gitara	1		
Kosmetyki	1		
Nowe szpilki	1		
Rozrywka		3	
Ciekawsze zajęcia pozalekcyjne w szkole		2	
Więcej czasu wolnego		2	
Zrozumienie ze strony drugiego człowieka		2	
Lekcja śpiewu		1	
Lepszy kontakt z rodzicami		1	
Lepszy zasięg internetu		1	
Rozmowa z rodzeństwem		1	
Spokój i cisza		1	
Brak odpowiedzi			4
<b>Razem:</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>4</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Rysunek 1. Potrzeby czterolatków i pięciolatek



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Rysunek 2. Potrzeby siedmiolatek i ośmiolatek



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.



## Kwestionariusz ankiety (dla rodziców)

Badanie anonimowe. Obszar – badanie potrzeb dzieci dla celów naukowych. Proszę zaznaczyć wybraną odpowiedź/odpowiedzi (X).

### 1. Płeć

Kobieta	
Mężczyzna	

### 2. Dzieci w gospodarstwie domowym

Wiek dziecka	0–3 lat	3–6 lat	6–9 lat	9–12 lat	12–15 lat	15–18 lat
Liczba dzieci						

### 3. Dochód w gospodarstwie domowym

Nie wystarcza na utrzymanie	
Wystarcza na skromne utrzymanie	
Wystarcza na skromne utrzymanie i niewielkie oszczędności	
Wystarcza na utrzymanie i inne potrzeby, ale nie wystarcza na oszczędności	
Wystarcza na utrzymanie i inne potrzeby, oraz pozwala na gromadzenie oszczędności	
Inne (jakie?)	

### 4. Jakie potrzeby dziecka/dzieci Pan/Pani zaspokaja?

A	Wyżywienie (jedzenie napoje)	
B	Ochrona termiczna (ubranie i obuwie)	
C	Bezpieczeństwo fizyczne i emocjonalne, odpowiednie warunki mieszkaniowe i życiowe	
D	Rozwój ruchowy (spacery, zabawy, gry na powietrzu, rozrywki sportowo-rekreacyjne)	
E	Rozwój zdrowotny (higiena, środki medyczne, szczepionki, badania, opieka medyczna)	
F	Rozwój ogólny i intelektualnego (książki, zabawki, rozmowy, dyskusje, filmy, udział w spektaklach teatralnych i widowiskach, gry logiczne i towarzyskie)	
G	Inne (jakie?)	

5. Jakie nagrody/prezenty daje Pani/Pan swojemu dziecku/dzieciom?

.....

6. Jakich prezentów/nagród najbardziej pragną i oczekują Pani/ Pana dzieci/dziecko? Te najbardziej upragnione proszę zaznaczyć dwoma krzyżkami (XX).

A	Wspólne czytanie bajek	
B	Wspólna zabawa	
C	Zabawki	
D	Słodycze	
E	Wyjście do kina	
F	Wycieczka lub wyjazd	
G	Nowe zwierzątko	
H	Ubranie, buty	
I	Przybory do malowania, rysowania	
J	Przybory szkolne	
K	Sprzęt sportowy (rower, rolki, piłka itd.)	
L	Sprzęt multimedialny (komórka tablet laptop, konsola)	
M	Gry planszowe, układanki	
N	Gry komputerowe	
O	Odwiedziny kogoś/u kogoś z rodziny, koleżanki, kolegi	
P	Wspólne wyjście na spacer, basen, plac zabaw	
R	Inne (jakie?)	

**Kwestionariusz ankiety  
(dla dziecka)**

Twoje potrzeby są bardzo ważne. My, dorośli, nie zawsze wiemy, co jest najbardziej potrzebne dzieciom. Chcę przekazać dorosłym, jakie są Twoje potrzeby. Proszę o szczerze odpowiedzi.

1. Co jest Ci potrzebne?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. Czego pragniesz, czego Ci brak, co chciałbyś dostać?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. Co robisz, aby otrzymać to, co potrzebujesz? Co robisz, aby mieć coś, czego Ci brak?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....