

Grzegorz Adamczyk\*

## MŁODZIEŻ W POLSKIM SPOŁECZEŃSTWIE KONSUMPCYJNYM. MIĘDZY KONSUMPCJĄ RACJONALNĄ, KOMPENSACYJNĄ A KOMPULSYWNA

### Wprowadzenie

Zjawisko zaburzeń związanych z kupowaniem po raz pierwszy zostało opisane na początku XX wieku przez Emila Kraepelina, niemieckiego psychiatrę, autora znanej klasyfikacji chorób psychicznych. Kraepelin zaburzenia tego typu określił mianem „onimania” (Kraepelin 1909, s. 408-409). Rozważania nad onimanią kontynuował Eugen Bleuler, szwajcarski psychiatra, zajmujący się między innymi schizofrenią i autyzmem. W swoim podręczniku z zakresu psychiatrii analizował fenomen nadmiernego kupowania, które określił mianem „manii kupowania” (Bleuler 1934, s. 540). Przez kolejne pięćdziesiąt lat tematyka ta nie budziła poważniejszego zainteresowania. Dopiero w 1987 roku artykuł Ronalda Fabera, Thomasa O’Guinna i Raymonda Krycha pt. *Compulsive Consumption* rozpoczął szerszą dyskusję nad naturą i uwarunkowaniami zaburzeń związanych z kupowaniem i konsumpcją. Z jednej strony problematyką tą zaczęli interesować się psychologowie i psychiatrzy, dopatrujący się w tego typu zaburzeniach znamion uzależnienia behawioralnego lub utraty kontroli nad impulsami. Z drugiej strony socjologowie i interdyscyplinarni badacze konsumpcji skupili się nad rozpoznaniem społecznych uwarunkowań tych zaburzeń, traktując je jako nieracjonalne formy zachowań konsumenckich (Mueller, Mitchell, de Zwaan 2015).

### Zjawisko kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego

W literaturze przedmiotu używane są cztery pokrewne terminy, opisujące zjawisko zaburzeń kupowania – kupowanie kompulsywne, patologiczne, uzależnienie od kupowania lub zakupoholizm. Thomas O’Guinn i Ronald

---

\* Grzegorz Adamczyk – doktor habilitowany nauk humanistycznych w dyscyplinie socjologia, Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II; zainteresowania naukowe: socjologia moralności, socjologia konsumpcji, społeczeństwo konsumpcyjne, badania rynku i opinii; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7539-0686>; e-mail: [grzegorz.adamczyk@kul.pl](mailto:grzegorz.adamczyk@kul.pl)

Faber zdefiniowali kupowanie kompulsywne jako „chroniczne, powtarzające się kupowanie, które występuje jak odpowiedź na negatywne wydarzenia lub uczucia” (O’Guinn, Faber 1989, s. 149). Zwolennicy stosowania terminu „kupowanie patologiczne” argumentują, że lepiej oddaje naturę tego zjawiska, polegającą na utracie przez jednostkę kontroli nad impulsami, co prowadzi do poważnych konsekwencji psychologicznych, społecznych, zawodowych i finansowych (Mueller, Mitchell, de Zwaan 2015). Z kolei zwolennicy stosowania terminów „uzależnienie od zakupów” lub „zakupoholizm” podkreślają podobieństwo tego typu zaburzeń do uzależnień substancjalnych. Przedmiotem uzależnienia w tym przypadku jest akt zakupu i kompensacja innych obszarów życia, jaką kupowanie może jednostce dostarczyć (Reisch, Neuner, Raab 2004; Rumpf 2012).

Bez względu na to, który z tych terminów zostanie użyty, zaburzenia opisywane jako kompulsywne, patologiczne kupowanie czy też zakupoholizm pełnią dla jednostki funkcję ucieczki od realiów życia codziennego – stresu, frustracji, niezadowolenia bądź niskiej samooceny – która podejmowana jest pod wpływem wewnętrznej presji, pojawiającej się w określonych okolicznościach. Świadomość negatywnych konsekwencji tego typu zachowań dla sytuacji finansowej, relacji społecznych czy zdrowia psychicznego nie powstrzymuje jednostki przed ich realizacją (Kearney, Stevens 2012). Co więcej, wraz z rozwojem zaburzenia jednostka, podobnie jak w przypadku innych uzależnień, musi zwiększyć dawkę bodźca, by uzyskać ten sam efekt. Z kolei odcięcie go od tego bodźca powoduje, że cierpi na zespół abstynencji (Reisch, Neuner, Raab 2004).

Zaburzenia związane z kupowaniem nie są ujęte w oficjalnych klasyfikacjach chorób (*International Classification of Diseases 10, Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders V*). Niemniej badacze i terapeuci posługują się listą kilku najważniejszych kryteriów diagnostycznych, opisywanych w literaturze przedmiotu. Po pierwsze, myśli osób cierpiących na tego typu zaburzenia obsesyjnie krążą wokół kupowania i przyjemnych doznań z nim związanych. Ich zainteresowania koncentrują się na procesie kupowania, przeglądania ofert, wybierania i zamawiania. Po drugie, osoby te, kupując coś odczuwają nie tylko przyjemność, ale i ulgę, gdyż dzięki kupowaniu rozładowują wewnętrzne napięcie. Po trzecie, po fazie przyjemnych doznań i ulgi pojawiają się wyrzuty sumienia, poczucie winy ze względu na negatywne konsekwencje zrealizowanego zachowania (np. utrata środków finansowych, zadłużenie, konflikt z rodziną). Po czwarte, kupujący kompulsywnie bardzo często kupionych rzeczy w ogóle nie używają, lecz tylko przechowują, nierzadko nawet ich nie rozpakowując. Po piąte, kupowanie dla tego typu jednostek jest sposobem polepszania nastroju i podwyższania

z reguły niskiej samooceny. Po szóste, osoby te przejawiają specyficzne postawy wobec pieniędzy, wierzą w to, że lepsza sytuacja finansowa mogłaby rozwiązać wszystkie problemy, jednocześnie pieniądze są traktowane jako środek zaspokojenie potrzeby uznania społecznego (Mueller, Mitchell, de Zwaan 2015; Raab 2000; Gross 2003).

Z kupowaniem kompulsywnym ściśle związane jest kupowanie kompensacyjne. Z jednej strony może być ono przejawem kupowania kompulsywnego. Jeśli traktować kupowanie kompulsywne jako uzależnienie od zakupu, wówczas za przedmiot uzależnienia uznaje się doznanie kompensacji, jaką dostarcza akt zakupu. Z drugiej strony kupowanie kompensacyjne może być swoistego rodzaju autonomicznym stylem kupowania, poprzedzającym etap kupowania kompulsywnego (choć niekoniecznie zawsze do niego prowadzącym) (Faber, O'Guinn 1992). Przedmiotem zakupu kompensacyjnego nie tyle są walory użytkowe jakiegoś dobra, lecz kompensacja problemów występujących w zupełnie innych obszarach życia. Zakupy kompensacyjne mogą być swoistą ucieczką np. od stresu zawodowego, niepowodzeń w życiu osobistym, trudnej codzienności. Często źródłem kompensacji nie jest nabywane dobro materialne, lecz sama sytuacja zakupu, która może wzmacniać samoocenę kupującego, dostarczając mu określonej dawki prestiżu społecznego (Schernhorn, Reisch, Raab 1992). „Należy podkreślić raz jeszcze, że jakakolwiek z potrzeb fizjologicznych i związane z nią zachowanie konsumpcyjne może stać się kanałem, przez który równie dobrze dochodzą do głosu potrzeby każdego innego rodzaju. Znaczy to, że osoba, która myśli, że jest głodna, może w rzeczywistości szukać raczej pocieszenia i oparcia niż witamin i białka” (Maslow 1990, s. 73). Podobnie kupowanie może być źródłem pocieszenia, relaksu, zmniejszając wewnętrzne napięcia związane z zupełnie innymi obszarami życia.

Kupowanie kompulsywne i kompensacyjne pozostaje w opozycji do kupowania racjonalnego, przynajmniej w rozumieniu pozytywistycznego paradygmatu badań nad zachowaniami konsumenckimi. W świetle teorii racjonalnego wyboru jednostka wybiera te działania, które maksymalizują odnoszone korzyści, a minimalizują koszty, co warunkowane jest dostępnością zasobów i ramami instytucjonalnymi (Lissowski 2002). W odniesieniu do zachowań konsumenckich za racjonalne można uznać te, które prowadzą do wyboru dóbr optymalnie zaspokajających potrzeby ekonomiczne przy użyciu możliwie niskich środków pieniężnych (Lange 2005). Różnicę między konsumpcją racjonalną, kompensacyjną i kompulsywną można wyjaśnić na podstawie koncepcji Jana Szczepańskiego, wyróżniającego potrzeby rzeczywiste, otoczkowe i pozorne. Potrzebami rzeczywistymi są te, które wynikają z faktycznego stanu braku czegoś. W przypadku potrzeb otoczkowych nad

potrzebami rzeczywistymi górują otoczki, tj. cele dodatkowe, które konsument chce osiągnąć, zaspokajając potrzeby rzeczywiste. Potrzeby pozorne pozbawione są elementów rzeczywistych i składają się wyłącznie z otoczek (Szczepański 1981).

Zdaniem badaczy pierwszorzędym czynnikiem społecznym sprzyjającym rozwojowi zaburzeń związanych z kupowaniem jest specyficzna socjalizacja i styl wychowania, odbierające jednostce autonomię i zrównoważone poczucie własnej wartości. Autonomię i zdrową samoocenę dziecka niszczy zaniedbanie, obojętność lub nadopiekuńczość ze strony rodziców, jak również używanie dóbr materialnych jako środka wychowawczego w systemie nagród i kar. W ten sposób symboliczne znaczenia dóbr materialnych zostają powiązane ze sferą przyjemnych lub negatywnych doznań (Gross 2003).

W praktyce badawczej stosuje się szereg narzędzi screeningowych, pozwalających na oszacowanie zakresu występowania zjawiska zakupoholizmu i kupowania kompensacyjnego. Jednym z pierwszych narzędzi pomiarowych była skala Canadian Compulsive Buying Measurement zbudowana przez Valence, d'Astous i Fortier w 1988 roku. Początkowo składała się z 16 itemów, w praktyce badawczej uznano za lepszą znalazła jej skrócona wersja do 13 itemów. W badaniach empirycznych często stosowana jest jeszcze inna jej odmiana, zwana German Addictive Buying Indicator, obejmująca 16 stwierdzeń ocenianych na skali 1-4 (Schernhorn, Reisch, Raab 1990). Ronald Faber i Thomas O'Guinn zaproponowali własną skalę – Compulsive Buying Scale, złożoną z siedmiu itemów, odnoszących się do typowych symptomów kupowania kompulsywnego, jak np. utrata kontroli nad impulsami czy zespół abstynencji (Faber, O'Guinn 1992). Różnica pomiędzy obydwojema podejściami polega na tym, że skala Fabera i O'Guinna bada występowanie zachowań i odczuć związanych z kupowaniem kompulsywnym, zaś skale „kanadyjska” i „niemiecka” w większym stopniu mierzą dyspozycje do kupowania kompulsywnego. Ciekawą propozycją metodologiczną jest skala zaproponowana przez Edwards, która umożliwia pomiar stopnia rozwoju kupowania kompulsywnego, od okazjonalnego kupowania tego typu w celach rekreacyjnych po uzależnienie od zakupów (Edwards 1993).

### **Rozpowszechnienie zjawiska kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego**

Badania sondażowe, dotychczas przeprowadzone w niektórych krajach europejskich i pozaeuropejskich, wykazują rozpowszechnienie zjawiska kupowania kompulsywnego na poziomie od kilku do kilkunastu procent. Pierwsze europejskie studium empiryczne na ten temat przeprowadzono w Niemczech

Zachodnich w 1989 roku. Pierwszą część projektu zrealizowano za pomocą wywiadów bezpośrednich na próbie osób określających siebie jako kupujących kompulsywnie. W drugim etapie przeprowadzono ankietę pocztową na próbie mieszkańców Stuttgartu. Dwa lata później zrealizowany został sondaż ogólnokrajowy z użyciem German Compulsive Buying Indicator, który wykazał skłonność do kupowania kompulsywnego wśród 4% mieszkańców Niemiec Zachodnich. W 2001 roku na podstawie powtórzonego badania stwierdzono dwukrotny wzrost odsetka osób kupujących kompulsywnie (8%) (Neuner, Raab, Reisch 2005).

Badania empiryczne realizowane w innych krajach można podzielić na dwie zasadnicze grupy ze względu na stosowaną skalę pomiarową – German Compulsive Buying Indicator lub Compulsive Buying Scale. Do tej pierwszej grupy zalicza się np. badanie z 2010 roku, zrealizowane w Danii, gdzie stwierdzono 6% kupujących kompulsywnie wśród 15-84-latków. W tym samym czasie w Austrii zaobserwowano udział kupujących kompulsywnie w populacji generalnej na poziomie 8% (Kollmann, Unger 2010). W latach 2012-2013, w hiszpańskiej Galicji odsetek kupujących kompulsywnie wśród 15-65-latków stwierdzono w wysokości 7% (Otero-López, Villardefrancos 2015). W Polsce, w 2010 roku, odsetek kupujących kompulsywnie ustalono na poziomie 3% (Adamczyk 2013).

Badania realizowane z użyciem Compulsive Buying Scale przyniosły zbliżone rezultaty. W 2004 roku, w USA stwierdzono udział kupujących kompulsywnie w populacji dorosłych na poziomie 6% (Koran, Faber, Abo-ujauode i in. 2006). W Estonii na podstawie rezultatów ankiety internetowej zaobserwowano wskaźnik kupujących kompulsywnie w wysokości 8% (Raudsepp, Parts 2014). Z kolei na Węgrzech badania zrealizowane na podstawie Edwards Compulsive Buying Scale wykazały udział kupujących kompulsywnie w populacji 18-64-latków na poziomie 2% (Maraz, Eisinger, Hende i inni 2015).

Porównując wyniki badań z różnych krajów należy jednak pamiętać, że poszczególne badania różnią się między sobą pod względem zaplecza metodologicznego, co może mieć istotny wpływ na uzyskane rezultaty. Te różnice metodologiczne dotyczą technik pozyskiwania danych (wywiady bezpośrednie, wywiady telefoniczne, ankietę internetową), sposobów doboru próby (losowe, celowe, losowo-kwotowane), definicji populacji generalnej (różne przedziały wieku) czy też okresu, w którym badania były realizowane. Wszystko to utrudnia porównywanie wyników na płaszczyźnie międzynarodowej.

Badania nad rozpowszechnieniem kompulsywnego kupowania wśród młodzieży są podejmowane stosunkowo rzadko. Pionierskie pod tym wzglę-

dem były prace niemieckiego socjologa, Elmara Lange, który w 1995 roku przeprowadził porównawcze badania na temat racjonalnych, kompensacyjnych i kompulsywnych zachowań konsumpcyjnych młodzieży niemieckiej w podziale na tzw. nowe i stare landy. Stosował przy tym German Compulsive Buying Indicator. Ówczesne badania wykazały, że po 6% młodzieży zamieszkałej we wschodniej i zachodniej części Niemiec kupuje kompulsywnie. Z kolei kupowanie kompensacyjne było bardziej charakterystyczne dla młodzieży ze starych niż nowych landów (12% vs 8%) (Lange 1997).

Konceptualizacja badań Elmara Lange z 1996 roku stała się podstawą szeroko zakrojonego projektu badawczego, zrealizowanego w 2002 roku w Niemczech, Polsce i Korei Południowej. W badaniach wzięło udział ogółem 2300 osób w wieku 15-25 lat. W przypadku Polski uzyskane wyniki można uogólniać tylko do populacji młodzieży zamieszkałej w miastach powyżej 500 tys. ludności. Najwyższy odsetek kupujących kompulsywnie stwierdzono wśród młodzieży koreańskiej (16%), najniższy w Niemczech (6%). Podobnie w przypadku kupowania kompensacyjnego – podczas gdy w Niemczech mniej niż 1/10 młodzieży wykazywała skłonność do kupowania kompensacyjnego (8%), wskaźnik ten dla młodzieży koreańskiej był ponad trzykrotnie wyższy (27%). W przypadku Polski zaobserwowano wskaźniki po 14% dla obu stylów kupowania, jednak ze względu na odmienną definicję populacji generalnej do porównywania tego wyniku ze wskaźnikami z Niemiec i Korei Południowej należy podejść z należytą ostrożnością (Lange, Choi, Yoo, Adamczyk 2005). Wynik dla Polski okazał się jednak porównywalny z rezultatami badania zrealizowanego nieco później w mieście Barletta we Włoszech. Compulsive Buying Scale wykazała rozpowszechnienie kupowania kompulsywnego wśród 11% młodzieży w wieku 13-20 lat (Villella, Martinotti, Di Nicola i in. 2011).

Badania zjawisk ogólnospołecznych na populacji młodzieży mają szczególnie, można powiedzieć: prognostyczny charakter. „Młodzież bowiem jest niezwykle czułym ‘barometrem’ stanu i zmian świadomości ludzi dorosłych, nawet jeśli nieco wrażliwiej niż oni poszukuje sensu i autentyczności. Nie sposób jednak oddzielić egzystencjalnych problemów młodzieży od problemów całego społeczeństwa, wyizolować je z kontekstu społeczno-kulturowego” (Mariański 1990, s. 163). Analizując rozpowszechnienie kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego wśród młodzieży można formułować tezy dotyczące rozwoju tego zjawiska w przyszłości w populacji generalnej. Można spodziewać się, że dalszy rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego w Polsce skutkować będzie rozpowszechnianiem się konsumpcjonistycznego stylu życia, a wraz z nim kupowania kompensacyjnego i zaburzeń związanych z kupowaniem, w tym kupowania kompulsywnego.

## **Zjawisko kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego wśród młodzieży i młodych dorosłych**

Prezentowane wyniki pochodzą z badania zrealizowanego w 2016 roku na reprezentatywnej statystycznie próbie 1000 Polaków w wieku 15 lat i więcej (adresowa próba gospodarstw domowych). Dane zebrano techniką wywiadów CAPI (Computer Assisted Personal Interview). Porównywane będą do rezultatów z badania zrealizowanego sześć lat wcześniej według dokładnie takich samych założeń metodologicznych. W obu przypadkach analizy zawężono do podgrupy wiekowej 18-29 lat, reprezentującej młodzież i młodych dorosłych. Celem analiz jest odpowiedź na następujące pytania:

- czy młodzież i młodzi dorośli wykazują silniejsze skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego w porównaniu do populacji generalnej?
- czy w porównaniu do 2010 roku nastąpił wzrost odsetka młodzieży i młodych dorosłych, charakteryzujących się skłonnością do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego?
- w jakim stopniu takie zmienne jak płeć, wiek, dochód gospodarstwa domowego różnicują skłonności młodzieży i młodych dorosłych do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego?
- w jakim stopniu związki pomiędzy zmiennymi niezależnymi a kupowaniem kompensacyjnym i kompulsywnym, zaobserwowane w 2010 roku odtwarzają się w fali badania z 2016 roku?

W związku z ostatnim pytaniem sformułowano następujące hipotezy badawcze w oparciu o literaturę przedmiotu:

- kobiety charakteryzują się silniejszą skłonnością niż mężczyźni do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego;
- wraz z wiekiem słabnie skłonność do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego;
- prawdopodobieństwo kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego spada wraz z rosnącymi dochodami gospodarstwa domowego.

Pomiaru dyspozycji do kupowania kompulsywnego w obu badaniach dokonano na podstawie German Compulsive Buying Indicator. Skala składa

się z 16 stwierdzeń, wobec których respondenci zajmują stanowisko, posługując się skalą czterostopniową (od „w ogóle nie pasuje do mnie” do „całkowicie pasuje do mnie”). W związku z tym wyniki na GCBI wahają się pomiędzy 16 a 64. Zgodnie ze schematem interpretacyjnym, zaproponowanym przez Ronalda Fabera i Thomasa O’Guinna ci respondenci są kwalifikowani do segmentu kupujących kompulsywnie, którzy osiągają na wspomnianej skali wynik równy co najmniej dwóm odchyleniom standardowym powyżej średniej. Respondenci uzyskujący wynik na skali w wysokości od jednego do dwóch odchyłeń standardowych kwalifikowani są do grupy kupujących kompensacyjnie (Faber, O’Guinn 1989, 1992). Pozostałych można uznać jako mniej lub bardziej kupujących racjonalnie.

Średni wynik uzyskany na skali GCBI w trakcie pierwszego pomiaru w 2010 roku wyniósł 31,2255, a odchylenie standardowe 9,5772. W związku z tym do grupy kupujących kompulsywnie byli kwalifikowani ci, którzy na skali GCBI uzyskali wynik co najmniej 50. Takich przypadków w 2010 roku stwierdzono zaledwie 2,7%. Z kolei do segmentu kupujących kompensacyjnie zaliczono 15,7% respondentów, którzy spełnili kryterium 41-49 punktów na skali GCBI. Na tej podstawie można było sądzić, że 18,4% Polaków w wieku 15 lat i więcej w 2010 roku wykazywało skłonności do kupowania kompensacyjnego lub kompulsywnego, zaś pozostałe 81,6% praktykowało mniej lub bardziej racjonalne zachowania konsumpcyjne. Sześć lat później obraz ten nieco się zmienił. Stosując te same kryteria segmentacyjne okazało się, że w 2016 roku dyspozycję do kupowania kompulsywnego wykazywało 4,5% Polaków w wieku 15 lat i więcej. Z kolei skłonności do kupowania kompensacyjnego odnotowano wśród 16% respondentów. W porównaniu do 2010 roku nastąpił zatem wzrost wskaźnika kupujących kompulsywnie o około 2 punkty procentowe, co mieści się w granicach błędu statystycznego. W przypadku kupujących kompensacyjnie wielkość segmentu w zasadzie pozostała taka sama. Ogółem w 2016 roku około 1/5 Polaków wykazywała skłonności do kupowania kompensacyjnego lub kompulsywnego.

Jak wypadają na tym tle młodzież i młodzi dorośli? W 2010 roku wśród 18-29-latków zaobserwowano 2,7% osób ze skłonnościami do kupowania kompulsywnego, co było wynikiem identycznym z tym dla całej populacji. W przypadku kupowania kompensacyjnego różnice okazały się większe – w 2010 roku 19,1% młodzieży i młodych dorosłych reprezentowało segment kupujących kompensacyjnie – o 3,5 punktów procentowych więcej w porównaniu do całej populacji (15,7%). Ogółem ponad 1/5 młodzieży i młodych dorosłych wykazywało skłonności do kupowania kompensacyjnego lub kompulsywnego (21,8%). W populacji generalnej takich osób było 18,4%. Sześć lat później różnice te pogłębiły się. W grupie wiekowej 18-29 lat stwierdzo-



no 6,3% osób o skłonnościach do kupowania kompulsywnego oraz 22,7% osób charakteryzujących się kupowaniem kompensacyjnym. Ogółem blisko 30% młodzieży i młodych dorosłych wykazywało skłonności do kupowania kompensacyjnego lub kompulsywnego (29%). Wskaźnik ten był o 8,5 punktów procentowych wyższy niż w przypadku populacji generalnej. Okazuje się zatem, że o ile zjawisko kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego w Polsce w populacji osób w wieku 15 lat i więcej pozostaje w miarę stabilne, o tyle wśród młodzieży i młodych dorosłych przybiera na sile.

### **Czynniki kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego**

Wśród zmiennych niezależnych różnicujących skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego badacze stosunkowo często analizują wiek, płeć i dochód gospodarstwa domowego. O ile w przypadku pierwszej zmiennej uzyskiwane wyniki w różnych krajach są w zasadzie zbieżne, o tyle dla pozostałych dwóch bywają formułowane odmienne wnioski. Skłonność do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego słabnie wraz z wiekiem, co naturalnie nie oznacza, że osoby znajdujące się w fazie uzależnienia, zdrowieją niejako same z siebie z upływem czasu. Powyższy kierunek korelacji potwierdzają np. badania zrealizowane w 2004 roku w USA, na podstawie których zaobserwowano, że kupujący kompulsywnie są średnio młodsi o 9 lat w porównaniu do innych typów kupujących (Koran, Faber, Aboujaoude i in. 2006). Do podobnych wniosków skłaniają wyniki badań w Polsce (Adamczyk 2013).

W przypadku takich zmiennych jak płeć i dochód wnioski płynące z badań nie są jednoznaczne. Większość rezultatów wskazuje, że na kupowanie kompulsywne bardziej podatne są kobiety niż mężczyźni (np. badania w Niemczech, Neuner, Raab, Reisch 2005), ale są i takie – zwłaszcza realizowane na dużych próbach ogólnokrajowych – które zależności tych nie potwierdzają (np. badania w USA, Koran, Faber, Aboujaoude i in. 2006). Podobnie w przypadku zmiennej odnoszącej się do dochodu gospodarstwa domowego. Z jednej strony badania amerykańskie wykazały, że prawdopodobieństwo kupowania kompulsywnego jest większe wśród osób z niższym dochodem gospodarstwa domowego (do 50 000 USD rocznie) niż wśród osób z wyższym dochodem (Koran, Faber, Aboujaoude i in. 2006). Do podobnych wniosków doszli również badacze austriaccy (Kollmann, Unger 2010). Z drugiej strony badania przeprowadzone w Polsce pokazały odmienny kierunek tej zależności (Adamczyk 2013).

Czy związki pomiędzy kupowaniem kompensacyjnym i kompulsywnym rozpoznane dla populacji generalnych potwierdzają się również w przypadku polskiej młodzieży? W odniesieniu do płci nie ma wątpliwości, że

młodzież żeńska wykazuje większą skłonność do kupowania kompensacyjnego niż młodzież męska. Podczas gdy aż 1/3 dziewcząt i młodych kobiet kwalifikuje się do segmentu kupujących kompensacyjnie, wskaźnik ten dla młodzieży i młodych dorosłych płci męskiej jest ponad dwukrotnie niższy. W przypadku kupowania kompulsywnego różnice pomiędzy młodzieżą obu płci mieszczą się w granicach błędu statystycznego. Test t-studenta dla dwóch niezależnych prób dowodzi bez żadnych wątpliwości, że hipotezę zerową zakładającą równe wartości średnich dla obu płci należy odrzucić ( $t(210)=-2,189$ ,  $p<0,05$ ). Mężczyźni na skali GCBI osiągają średni wynik w wysokości 34,8960, kobiety zaś 37,6225. W świetle wyniku testu t-studenta prawdopodobieństwo występowania skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego jest wyższe w podpróbie kobiet niż mężczyzn.

Tabela 1

Kupowanie racjonalne, kompensacyjne i kompulsywne a płeć [w %]

	N=	Kupujący racjonalnie	Kupujący kompensacyjnie	Kupujący kompulsywnie	Kupujący kompensacyjnie + kompulsywnie
Ogółem	214	71,2	22,7	6,1	28,8
Mężczyzna	108	80,6	13,9	5,6	19,5
Kobieta	106	61,3	32,1	6,6	38,7

Źródło: badania własne 2016.

Wyniki z 2016 roku są zbieżne z rezultatami uzyskanymi w 2010 roku, kiedy test t-studenta również wykazał, że różnice średnich na skali GCBI dla mężczyzn (30,6517) i kobiet (36,3015) należy uznać za statystycznie istotne ( $t(219)=-4,755$ ,  $p<0,05$ ).

W przypadku wieku okazuje się, że to starsza grupa wiekowa (25-29 lat) przejawia silniejszą tendencję do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego niż grupa młodsza (18-24 lata). Podczas gdy blisko 1/3 starszej młodzieży kwalifikuje się do segmentu kupujących kompensacyjnie, wskaźnik ten dla młodzieży młodszej jest dwukrotnie niższy. Podobnie w przypadku kupowania kompulsywnego – blisko co dziesiąty 25-29-latek wykazuje skłonności do takiego kupowania, wśród 18-24-latków – co trzydziesty. Test t-studenta dla dwóch niezależnych prób nie wykazuje jednak różnic statystycznie istotnych pomiędzy obydwiema grupami wiekowymi. Przeciętny wynik na skali GCBI dla grupy wiekowej 18-24 lata wyniósł 35,3694, zaś dla osób w wieku 25-29 lat – 36,9858. Wyniki t-studenta nie pozwalają na odrzucenie hipotezy zerowej, że średnie wartości dla obu grup wiekowych są

równe ( $t(212)=-1,283$ ,  $p>0,05$ ). W poprzedniej fali badania test t-studenta dla dwóch niezależnych prób również nie wykazał różnic pomiędzy grupami wiekowymi na skali GCBI.

Tabela 2

Kupowanie racjonalne, kompensacyjne i kompulsywne a wiek [w %]

	N=	Kupujący racjonalnie	Kupujący kompensacyjnie	Kupujący kompulsywnie	Kupujący kompensacyjnie + kompulsywnie
Ogółem	214	71,2	22,7	6,1	28,8
18-24 lata	98	82,7	14,3	3,1	17,4
25-29 lat	116	61,2	30,2	8,6	38,8

Źródło: badania własne 2016.

W przypadku zmiennej opisującej miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego, uzyskane wyniki pozwalają przypuszczać, że prawdopodobieństwo występowania silniejszej skłonności do kupowania kompulsywnego jest wyższe wśród dysponujących wyższym dochodem niż wśród osób z mniejszymi możliwościami nabywczymi. Podczas gdy wśród młodzieży i młodych dorosłych pochodzących z gospodarstw domowych z dochodem poniżej 3500 PLN kupujący kompulsywnie stanowią zaledwie 1,5% populacji, to wskaźnik ten w grupie dochodowej 3500-5499 PLN wynosi 4%, a w grupie dochodowej 5500 PLN i więcej – aż 15,9%. Powyższą zależność potwierdza analiza korelacyjna r Pearsona z uwzględnieniem skali GCBI i 20-stopniowej skali opisującej miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego ( $r$  Pearson = 0,133,  $p<0,05$ ). Test t-studenta również wskazuje na różnice istotne statystycznie między podgrupami. Poszczególne grupy dochodowe uzyskały na skali GCBI następujące średnie: dochód poniżej 3500 PLN – 33,5928, 3500-5499 PLN – 36,9117, 5500 PLN i więcej – 38,7716. Prawdopodobieństwo kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego jest wyższe w grupie dochodowej 3500-5499 PLN niż w grupie dochodowej poniżej 3500 PLN ( $t(141)=-2,369$ ,  $p<0,05$ ) i jednocześnie jest wyższe w grupie dochodowej 5500 PLN i więcej niż w grupie dochodowej 3500-5499 PLN ( $t(89)=-2,854$ ,  $p<0,05$ ). Oznacza to, że wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto gospodarstwa domowego rośnie prawdopodobieństwo kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego. W badaniach zrealizowanych w 2010 roku nie stwierdzono tego typu zależności.

Tabela 3

Kupowanie racjonalne, kompensacyjne i kompulsywne a dochód gospodarstwa domowego [w %]

	N=	Kupujący racjonalnie	Kupujący kompensacyjnie	Kupujący kompulsywnie	Kupujący kompensacyjnie + kompulsywnie
Ogółem	214	71,2	22,7	6,1	28,8
Poniżej 3500 PLN	68	80,6	17,9	1,5	19,4
3500-5499 PLN	102	67,3	28,7	4,0	32,7
5500 PLN i więcej	44	68,2	15,9	15,9	31,8

Źródło: badania własne 2016.

## Zakończenie

Przeprowadzone badania wykazują, że młodzież i młodzi dorośli rzeczywiście wykazują silniejsze skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego w porównaniu do populacji generalnej, przy czym „rozwarstwienie” pomiędzy obydwoma populacjami w latach 2010-2016 pogłębiło się. O ile pod względem kupowania kompulsywnego młodzież i młodzi dorośli nie różnią się szczególnie od populacji generalnej, o tyle kupowanie kompensacyjne jest bardziej charakterystyczne dla grupy wiekowej 18-29 lat – w 2010 roku różnica nieco przekraczała 3 punkty procentowe, w 2016 roku wyniosła blisko 7 punktów procentowych. Ogółem w ciągu sześciu lat nastąpił wzrost wskaźnika młodzieży i młodych dorosłych kupujących kompensacyjnie lub kompulsywnie o ponad 7 punktów procentowych. Wyniki obydwu fal badania potwierdziły, że kobiety wykazują nieco silniejszą skłonność do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego niż mężczyźni. Tym samym hipoteza dotycząca płci potwierdziła się. Wyniki dotyczące związków pomiędzy wiekiem a kompensacyjnym i kompulsywnym kupowaniem są po części zaskakujące. Wprawdzie w populacji generalnej w Polsce odzwierciedla się stwierdzona w innych krajach tendencja, że skłonność do kompensacyjnego i kompulsywnego kupowania spada wraz z wiekiem, ale najwyraźniej reguła ta nie dotyczy osób w wieku 18-29 lat. W tym przypadku to starsza grupa wiekowa (25-29 lat) wykazuje skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego w większym stopniu niż osoby reprezentujące młodszą kategorię wiekową (18-24 lata). Dochód w najnowszej fali badania okazał się zmienną korelującą dodatnio z kupowaniem kompulsywnym i kompensacyjnym, co jest rezultatem zgoła odmiennym od wyników badań prowadzonych np. w USA i Austrii.

Z całą pewnością badania nad zachowaniami konsumentkami polskiej młodzieży, w tym zachowaniami kompensacyjnymi i kompulsywnymi, należy kontynuować, gdyż są cennymi miernikami stopnia i kierunku rozwoju polskiego społeczeństwa konsumpcyjnego.

## Literatura

- ADAMCZYK G. (2013), *Moralność i konsumpcja we współczesnym społeczeństwie polskim*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- BLEULER E. (1934), *Textbook of Psychiatry*, The Macmillan Company, New York.
- EDWARDS E. (1993), *Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior*, „Financial Counseling and Planning”, 4.
- FABER R., O’GUINN T., KRYCH R. (1987), *Compulsive Consumption*, „Advances in Consumer Research”, 14.
- FABER R., O’GUINN T. (1992), *A clinical screener for compulsive buying*, „Journal of Consumer Research”, 19.
- GROSS W. (2003), *Sucht ohne Drogen. Arbeiten, Spielen, Essen, Lieben ...*, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.
- KEARNEY M., STEVENS L. (2012), *Compulsive buying: Literature review and suggestions for future research*, „The Marketing Review”, 3/12.
- KOLLMANN K., UNGER A. (2010), *Kaufsucht in Österreich 2010*, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Wien.
- KORAN L., FABER R., ABOUJAOUDE E., LARGE M., SERPE R. (2006), *Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States*, „Am I Psychiatry” 163.
- KRAEPELIN E. (1909), *Psychiatrie. Ein Lehrbuch für Studierende und Ärzte*, Verlag von Johann Ambrosius Barth, Leipzig.
- LANGE E. (1997), *Jugendkonsum im Wandel. Konsummuster, Freizeitverhalten, soziale Milieus and Kaufsucht 1990 und 1996*, Leske + Budrich Verlag, Opladen.
- LANGE E., CHOI S., YOO D., ADAMCZYK G. (2005), *Jugendkonsum im internationalen Vergleich. Eine Untersuchung der Einkommens-, Konsum- und Verschuldungsmuster der Jugendlichen in Deutschland, Korea und Polen*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Opladen.

- LISSOWSKI G. (2002), Teoria racjonalnego wyboru, [w:] Encyklopedia socjologii, red. W. Kwaśniewicz i in., t. 4, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- MARAZ A., EISINGER A., HENDE B., INNI (2015), Measuring compulsive buying behaviour: Psychometric validity of three different scales and prevalence in the general population and in shopping centres, „Psychiatry Research”, 225.
- MARIAŃSKI J. (1990), W poszukiwaniu sensu życia. Szkice socjologiczno-pastoralne, RW KUL, Lublin.
- MASLOW A. (1990), Motywacja i osobowość, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa.
- MUELLER A., MITCHELL J., DE ZWAAN M. (2015), Compulsive Buying, „The American Journal on Addiction”, 24.
- NEUNER M., RAAB G., REISCH L. (2005), Compulsive buying in maturing consumer societies: An empirical re-inquiry, „Journal of Economic Psychology”, 26.
- O'GUINN T., FABER R. (1989), Compulsive buying: A Phenomenological Exploration. „Journal of Consumer Research”, 16/2.
- OTERO-LÓPEZ J., VILLARDEFrancos E. (2015), Compulsive buying and life aspirations: An analysis of intrinsic and extrinsic goals, „Personality and Individual Differences”, 76.
- RAAB G. (2000), Kaufsucht: Kompensatorisches und suchthaftes Kaufverhalten – Theorie und Empirie, [w:] Nicht nur Drogen machen süchtig. Entstehung und Behandlung von stoffungebundenen Süchten, red. S. Poppelreuter, W. Gross, Beltz, Weinheim.
- RAUDSEPP M., PARTS O. (2014), Compulsive buying in Estonia, „Procedia – Social and Behavioral Sciences”, 156.
- REISCH A., NEUNER M., RAAB G. (2004), Zur Entstehung und Verbreitung der „Kaufsucht” in Deutschland, „Aus Politik und Zeitgeschichte”, B1-2.
- RUMPF H-J. (2012), Die Grenzen des Suchtbegriffs, „Sucht”, 58/2.
- SCHERNHORN G., REISCH A., RAAB G. (1990), Addictive Buying in West Germany: An Empirical Study, „Journal of Consumer Policy”, 13.
- SCHERNHORN G., REISCH A., RAAB G. (1992), Kaufsucht. Bericht ueber eine empirische Untersuchung. Arbeitspapier 50, Stuttgart.
- SZCZEPAŃSKI J. (1981), Konsumpcja a rozwój człowieka: wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

VILLELLA C., MARTINOTTI G., DI NICOLA M., INNI (2011), Behavioural Addictions in Adolescents and Young Adults: Results from a Prevalence Study, „Journal of Gambling Behavior”, DOI: 10.1007/s10899-010-9206-0

Grzegorz Adamczyk

### YOUTH IN THE POLISH CONSUMPTION SOCIETY. BETWEEN RATIONAL, COMPENSATIVE AND COMPULSIVE CONSUMPTION

**Keywords:** behavioural addictions, compulsive shopping, compensatory shopping, youth and young adults.

The article discusses the topic of compensatory and compulsive shopping, also called in the literature pathological shopping or shopaholism. The authors attempt to answer four research questions:

- are youth and young adults more bent on compensatory and compulsive shopping compared to the general population?
- has there been, compared to 2010, an increase in the rate of people aged 18-29 characterized by the propensity for compensatory and compulsive shopping?
- to what extent, variables like sex, age and household income diversify the propensity for compensatory and compulsive shopping?
- to what extent, relations with independent variables noticed in 2010 reoccur in the second round of the study, i.e. in 2016?

Measuring the propensity for compensatory and compulsive shopping was carried out on the basis of German Compulsive Buying Indicator. The presented results stem from two studies conducted in 2010 and 2016 on a representative sample of 1000 Poles aged 15 and over. The data were gathered using the face-to-face interview technique.

Grzegorz Adamczyk

## MŁODZIEŻ W POLSKIM SPOŁECZEŃSTWIE KONSUMPCYJNYM. MIĘDZY KONSUMPCJĄ RACJONALNĄ, KOMPENSACYJNĄ A KOMPULSYWNA

**Słowa kluczowe:** uzależnienia behawioralne, kupowanie kompulsywne, kupowanie kompensacyjne, młodzież i młodzi dorośli.

Artykuł poświęcony jest problematyce kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego, zwanego w literaturze również kupowaniem patologicznym lub zakupoholizmem. Podjęta została próba odpowiedzi na cztery pytania badawcze:

- czy młodzież i młodzi dorośli wykazują silniejsze skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego w porównaniu do populacji generalnej?
- czy w porównaniu do 2010 roku nastąpił wzrost odsetka osób w wieku 18-29 lat charakteryzujących się skłonnością do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego?
- w jakim stopniu takie zmienne jak płeć, wiek, dochód gospodarstwa domowego różnicują skłonności do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego?
- w jakim stopniu związki ze zmiennymi niezależnymi, zaobserwowane w 2010 roku odtwarzają się w fali badania z 2016 roku?

Pomiaru dyspozycji do kupowania kompensacyjnego i kompulsywnego dokonano na podstawie German Compulsive Buying Indicator. Prezentowane wyniki pochodzą z dwóch badań, zrealizowanych w 2010 i 2016 roku na reprezentatywnej statystycznie próbie 1000 Polaków w wieku 15 lat i więcej. Dane zebrano techniką wywiadów bezpośrednich.