



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Świadomość konsumencka jako aspekt świadomości społecznej.
Socjologiczne studium przypadku na przykładzie studentów nauk
humanistycznych

Author: Sylwia Kita

Citation style: Kita Sylwia. (2008). Świadomość konsumencka jako aspekt
świadomości społecznej. Socjologiczne studium przypadku na przykładzie
studentów nauk humanistycznych. Praca doktorska. Katowice : Uniwersytet
Śląski

© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku
lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie
wymaga uzyskania zgody uprawnionego.



Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wydział Nauk Społecznych

Instytut Socjologii

Sylwia Kita

**Świadomość konsumencka jako aspekt
świadomości społecznej
Socjologiczne studium przypadku na przykładzie
studentów nauk humanistycznych**

**Praca doktorska napisana pod kierunkiem
Prof. zw. dr hab. Marka S. Szczepańskiego**

Katowice 2008

SPIS TREŚCI

Wstęp	s. 1
--------------------	------

Rozdział 1. Świadomość społeczna

1.1. Paradygmat socjologii wiedzy – podstawa refleksji teoretycznych	s. 6
1.2. Proces kształtowania świadomości społecznej	s. 11
1.3. Patologiczne przejawy świadomości społecznej	s. 16

Rozdział 2. Świadomość prawna jako forma świadomości społecznej

2.1. Świadomość prawna w ujęciu Leona Petrażyckiego	s. 20
Motywacyjne działanie prawa	s. 20
Wychowawcze działanie prawa	s. 24
2.2. Świadomość zbiorowa w ujęciu Emil'a Durkheim'a	s. 27
Solidarność społeczna i jej przemiany	s. 27
2.3. Socjalizacja prawna	s. 31
Habitus oraz kapitał kulturowy Pierre'a Bourdieu	s. 40
2.4. Świadomość prawna a poczucie prawne (habitus)	s. 44
2.5. Przedmiot świadomości prawnej	s. 47
Doktryna prawa naturalnego (lex naturalis)	s. 47
2.6. Podmiot świadomości prawnej	s. 47
Kształtowanie się podmiotowości	s. 55
Nowoczesne teorie podmiotowości	s. 58
Osobowość nowoczesna	s. 64

Rozdział 3. Elementy składowe świadomości prawnej

3.1. Znajomość prawa – zbiór hipotez	s. 68
3.1.1. Procesy komunikacyjne a znajomość norm prawa	s. 73
3.1.2. Proces przekazywania informacji o normie	s. 83
3.1.3. Znajomość norm a racjonalne podejmowanie decyzji	s. 91
Teoria racjonalnego wyboru	s. 91
3.2. Ocena prawa	s. 98
3.2.1. Rozbieżności w ocenie kryteriów prawa	s. 101
Proces wartościowania	s. 101
3.2.2. Różnice w ocenie prawa prawników i laików	s. 110
Koncepcja systemowa Talcott'a Parsons'a	s. 110

3.3. Postawy wobec prawa	s. 116
3.3.1. Typologia postaw wobec prawa	s. 120
Postawa zasadnicza i celowościowa	s. 125
Postawa legalistyczna	s. 132
Postawa konformistyczna	s. 134
Postawa nonkonformistyczna	s. 136
Postawa oportunistyczna	s. 138
Postawa ideacyjna i realna	s. 140
3.3.2. Postawa oceniająca – spojrzenie prawnika	s. 142
3.3.3. Postawa oceniająca – spojrzenie laika	s. 147
Rola stereotypów w ocenie prawa	s. 162
3.3.4. Stosunek ocen do norm zachowania	s. 167
3.4. Postulaty wobec prawa	s. 174

Rozdział 4. Świadomość konsumentka jako forma świadomości prawnej

4.1. Człowiek jako źródło wolności i praw obywatelskich	s. 177
Konsument w ujęciu socjologicznym	s. 184
Konsument w ujęciu prawniczym	s. 190
4.2. Świadomość konsumentka jako forma świadomości prawnej	s. 192
Etapy procesu decyzyjnego konsumenta	s. 193
Dysonans pozakupowy a znajomość prawa	s. 199
4.3. Socjologiczne determinanty zachowań konsumenta	s. 205
Wpływ grupy społecznej na świadomość prawną konsumenta	s. 205
Wpływ mechanizmu naśladownictwa na świadomość prawną konsumenta	s. 209
Wpływ grup odniesienia na świadomość prawną konsumenta	s. 212
Wpływ kultury na świadomość prawną konsumenta	s. 214
4.3.1. Postulaty wobec prawa konsumentckiego – uwagi końcowe	s. 218

Rozdział 5. Metodologiczne podstawy przeprowadzonych badań

5.1. Przyjęty paradygmat badawczy	s. 222
5.2. Cel i przedmiot badań	s. 226
5.3. Pytania, hipotezy i problematyka badań	s. 228
5.4. Metody i techniki badawcze	s. 236
5.5. Dobór próby badawczej	s. 239
5.6. Przebieg procesu badawczego	s. 240

Rozdział 6. Analiza wyników badań

6.1. Pytania wprowadzające	s. 253
6.2. Znajomość prawa	s. 303
6.3. Ocena prawa	s. 330
6.4. Postawy wobec prawa	s. 341
6.5. Postulaty wobec prawa	s. 358
6.6. Rodzaje świadomości prawnej konsumentów	s. 360
6.7. Porównanie wyników badań z badaniami z lat 2002 i 2003	s. 369
6.8. Postawa oceniająca – spojrzenie prawnika	s. 373
6.9. Analiza zależności pomiędzy zmiennymi	s. 379
6.10. Weryfikacja założonych hipotez	s. 404

Zakończenie	s. 435
--------------------------	--------

Bibliografia	s. 444
---------------------------	--------

Spis tabel	s. 453
-------------------------	--------

Spis wykresów	s. 454
----------------------------	--------

Spis rysunków	s. 461
----------------------------	--------

Aneks 1 – Kwestionariusz ankiety

Aneks 2 – Dyspozycje wywiadu

*Zdrowy rozsądek może zastąpić prawie
każdy stopień wykształcenia,
ale żadne wykształcenie
nie zastąpi zdrowego rozsądku.*
Arthur Schopenhauer

Wstęp

Problem świadomości konsumenckiej znajduje się w centrum zainteresowania wielu dyscyplin naukowych – socjologii, ekonomii, prawa, psychologii społecznej, nie mówiąc już o filozofii. Przyczyn tak szerokiego zainteresowania należy upatrywać w złożoności samego pojęcia *świadomość konsumencka*. Pozostaje ono bowiem w ścisłym związku zarówno ze świadomością społeczną, jak i ze świadomością prawną, która z kolei znajduje się w centrum zainteresowania współczesnej socjologii prawa.

Znaczenie funkcjonowania prawa w społeczeństwie można odnaleźć przede wszystkim w pracach Georg'a Simmel'a, Emil'a Durkheim'a oraz Max'a Weber'a.

Georg Simmel wiązał prawo z narastającą złożonością społeczeństw, która wymusza zmianę rodzaju więzi społecznych. Wydaje się, iż prace Simmel'a poświęcone prawu zmierzają ku określeniu prawa jako podstawowego czynnika warunkującego sprawne funkcjonowanie społecznej całości¹. Z kolei Emil Durkheim wiązał prawo ze zjawiskiem, które określił mianem solidarności społecznej, w obrębie której można wyróżnić solidarność mechaniczną i solidarność organiczną. Mówiąc ogólnie, solidarność mechaniczna wyznacza taki typ więzi społecznej, w której jednostka jest podporządkowana grupie. Wszelkie wykroczenia i postępowanie niezgodne z ustanowionymi przez grupę normami, wiąże się z zastosowaniem przez nią różnego rodzaju represji. Drugi natomiast rodzaj więzi społecznej, tj. solidarność organiczna, zmierza do tworzenia warunków kooperacji, współpracy między ludźmi. Jednakże jest to możliwe jedynie w sytuacji, gdy współpracy tej towarzyszą nie tylko uczucia ale również i prawo, zwłaszcza zaś prawo restytucyjne, a więc takie prawo, które zmierza do przywrócenia określonego stanu rzeczy, wywiązania się z

¹ Zob. G. Simmel, Socjologia. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 76 – 80.

warunków umowy, czy też wskazania na wzajemne zobowiązania stron². Można tutaj zauważyć swego rodzaju podobieństwo z poglądami na temat prawa Max'a Weber'a. Otóż Weber traktował prawo jako kluczowy element procesu racjonalizacji, obejmującego całe życie zbiorowe. Uogólniając, prawo winno być rozumiane jako pewien porządek, posiadający zewnętrznie zagwarantowaną sankcję przymusu państwowego, stosowanego przez specjalnie do tego powołany aparat.

Prawo jest więc jedną z tych form porządku, która zyskała legitymizację. Siła prawa i poziom jego społecznej aprobaty tkwi w tym, iż stanowi ono system zdroworozsądkowych, zrozumiałych i przewidywalnych reguł, pozwalających ludziom na racjonalne postępowanie zmierzające do określonych celów. Oznacza to, iż prawo jest tym bardziej społecznie akceptowane, im lepiej strukturalizuje ludzkie zachowania pozwalające jednostkom na racjonalne osiągnięcie własnych celów.

Należy jednak zaznaczyć, iż jest to charakterystyka prawa dotycząca społeczeństw nowoczesnych, a więc takich, które we wszechogarniającym procesie racjonalizacji zdecydowanie różnią się od społeczeństw tradycyjnych, w których prawomocność prawa może być uzasadniana jedynie przez odwołanie się do tradycji czy charyzmy przywódców politycznych. W przypadku społeczeństw kapitalistycznych uzasadnienie prawa tkwi w regułach postępowania. Zatem w nowoczesnych społeczeństwach prawo jest akceptowane ze względów instrumentalnych jako narzędzie do osiągnięcia rozmaitych celów³.

Bardzo duże znaczenie dla skryształizowania się problematyki socjologii prawa wraz z zagadnieniami świadomości prawnej odegrały w Polsce przede wszystkim: teoria Leona Petrażyckiego, hipoteza tzw. trójstopniowego działania prawa Adama Podgóreckiego oraz liczne i obszernie rozważania teoretyczno – empiryczne poświęcone zagadnieniom motywacyjnego, informacyjnego, czy też kontrolnego działania prawa (np. Maria Borucka – Arctowa, Anna Gryniuk, Kazimierz Opalek, Anna Turska, Franciszek Studnicki, Jerzy Wróblewski, Jerzy Lande i in.).

Wbrew pozorom owo społeczne działanie prawa nie dotyczy tylko i wyłącznie kwestii *stricte* związanych z prawem jako takim. Owszem przedstawione teorie poruszają kwestie związane z funkcjonowaniem norm, zasad czy też przepisów prawnych. Jednakże na potrzeby niniejszej pracy bardziej istotne jest to, iż w

² Zob. E. Durkheim, O podziale pracy społecznej. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 137 – 141.

³ Por. M. Weber, Etyka protestancka a duch kapitalizmu. Lublin 1994.

działach poświęconych działaniu prawa podkreśla się znaczenie świadomości społecznej oraz świadomości prawnej jako wyznacznika porządku i ładu społecznego.

Rozwój badań nad świadomością prawną oraz coraz silniej podkreślana potrzeba ochrony praw konsumenta w dobie dynamicznego postępu i rozwoju współczesnej cywilizacji skłoniła mnie do napisania pracy, pokazującej wzajemne oddziaływanie świadomości społeczno – prawnej z problemami świadomości konsumenckiej. Zamiar ten dodatkowo został umocniony osobistym przekonaniem, iż świadomość konsumenta o przysługujących mu prawach jest tematem wystarczająco ciekawym, ważnym i pozwalającym zrozumieć złożoność problemu świadomości jednostki w wymiarze prawa konsumenckiego.

Zawarte w niniejszej pracy rozważania posiadają nie tylko walor poznawczy, stanowiąc uzupełnienie teorii kształtowania się świadomości konsumenckiej jako aspektu świadomości społecznej, ale zawierają również szereg ważnych ustaleń dla działalności legalistycznej, polityki społecznej oraz konsumenckiej.

Celem niniejszej rozprawy jest dokonanie diagnozy rodzaju posiadanej przez konsumentów świadomości konsumenckiej. Ważną rolę w działaniu konsumenta odgrywają warianty zachowania się konsumenta w przypadku poczucia niezadowolenia i uczucia tzw. dysonansu pozakupowego. Otóż w sytuacji, w której konsument odczuwa niezadowolenie z zakupu danego towaru może wykazywać się dwoma rodzajami świadomości konsumenckiej (prawnej) – może wykazywać się świadomością aktywną lub pasywną. Rodzaj owej świadomości jest kształtowany przez wiele socjologicznych determinantów, takich jak grupa społeczna, grupa odniesienia, mechanizm naśladownictwa oraz kultura. Czynniki te zostaną poddane empirycznej analizie.

Praca opiera się na koncepcjach Marii Boruckiej – Arctowej oraz Anny Gryniuk, ujmujących świadomość prawną jako jeden z kluczowych czynników kształtujących proces tworzenia prawa i jego stosowania oraz jeden z głównych warunków skuteczności prawa. Zaadoptowanie owych koncepcji pozwoli zrozumieć znaczenie świadomości konsumenckiej w kategoriach świadomości społecznej.

W swoich rozmyśleniach nad zasadami funkcjonowania prawa w społeczeństwie coraz bardziej zagłębiałam się w problem świadomości konsumenckiej osób, które nie posiadają prawniczego wykształcenia lub są w trakcie jego zdobywania.

Krąg moich dalszych poszukiwań wyznaczyła lektura pracy autorstwa Anny Dąbrowskiej, Mirosławy Janoś – Kresło i Ireny Ozimek „*Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*”⁴. W ten sposób sprecyzowała się problematyka niniejszej rozprawy obejmująca świadomość konsumencką jako aspekt świadomości społecznej.

Praca składa się z sześciu rozdziałów. Ich układ wyznacza następujące po sobie etapy refleksji socjologicznej na temat świadomości konsumenckiej jako aspektu świadomości społecznej.

Rozdział pierwszy poświęcony jest omówieniu ogólnych założeń twórczości Karola Marksa, Max'a Scheler'a, Karl'a Mannheim'a, Emil'a Durkheim'a czy Pitrima A. Sorokina. W następnej kolejności omówiona została istota znaczenia świadomości społecznej oraz procesu jej kształtowania. Z uwagi na temat niniejszej rozprawy w rozdziale tym zostały również uwzględnione patologiczne przejawy świadomości społecznej, takie jak: myślenie stereotypowe, uprzedzenia oraz myślenie grupowe.

W rozdziale drugim *Świadomość prawna jako forma świadomości społecznej* skoncentrowałam się na motywacyjnym oraz wychowawczym działaniu prawa w ujęciu Leona Petrażyckiego oraz na Durkheimowskim rozumieniu świadomości zbiorowej i solidarności społecznej. W rozdziale tym zostały również poruszone kwestie związane między innymi z socjalizacją prawną, habitusem i kapitałem kulturowym Pierre'a Bourdieu, poczuciem prawnym, *lex naturalis* oraz podmiotowością *sensu stricto*.

W rozdziale trzecim omówione zostały elementy składowe świadomości prawnej – znajomość prawa, ocena prawa oraz postawy i postulaty wobec prawa. W rozdziale tym zostały poddane analizie hipotezy Franciszka Studnickiego oraz Adama Podgóreckiego, które wywarły wpływ na konstrukcję narzędzi badawczych wykorzystanych w czasie tworzenia omawianej rozprawy. Ponadto w celu pełniejszego zrozumienia wpływu znajomości norm na rodzaj podejmowanych przez jednostkę decyzji została omówiona teoria racjonalnego wyboru w ujęciu Max'a Weber'a oraz koncepcja systemowa Talcott'a Parsons'a.

Czwarty rozdział *Świadomość konsumencka jako forma świadomości prawnej*, dotyczy przede wszystkim procesu kształtowania się praw obywatelskich na przestrzeni wieków. W dalszej kolejności zostało omówione pojęcie „konsument”,

⁴ A. Dąbrowska M. Janoś – Kresło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

który jako podmiot świadomości prawnej może być rozpatrywany zarówno z socjologicznego, jak i prawniczego punktu widzenia. Scharakteryzowałam również socjogenne źródła kształtujące świadomość konsumencką, które w połączeniu z wcześniej omówionymi elementami składowymi świadomości *stricte* prawnej oddają sens pracy.

W celu pełniejszego zrozumienia świadomości konsumenckiej jako aspektu świadomości społecznej dokonałam podziału podmiotu świadomości prawnej na prawników rozumianych jako specjalistów w dziedzinie prawa oraz „laików”, których wiedza z zakresu prawa, zwłaszcza prawa konsumenckiego jest wiedzą zawężoną do podstawowych zasad, a nie znajomości przepisów prawa. Podział ten wydaje się być konieczny dla właściwego przeprowadzenia badań. Trudno bowiem badać świadomość konsumencką respondentów bez wyszczególnienia zmiennej dotyczącej ich wykształcenia i doświadczeń z wymiarem sprawiedliwości.

Celem rozdziału piątego *Metodologiczne podstawy przeprowadzonych badań* jest empiryczna weryfikacja założonych hipotez odnośnie świadomości konsumenckiej oraz analiza postulatów zmian przepisów prawa konsumenckiego i edukacji konsumenta.

Analiza zebranych wyników badań oraz weryfikacja założonych hipotez została przedstawiona w rozdziale szóstym.

*Niezbywalnym aspektem tego, co ludzie czynią
jest ich zdolność rozumienia własnego działania*

Anthony Giddens

Rozdział 1

Świadomość społeczna

1.1. Paradygmat socjologii wiedzy – podstawa refleksji teoretycznych

Socjologia wiedzy (*Wissenssoziologie*) koncentruje się przede wszystkim na stosunkach jakie zachodzą pomiędzy wiedzą a innymi podstawowymi czynnikami społeczeństwa czy kultury. Nie podlegają badaniu treści poglądów i stwierdzeń, nie dokonuje się konfrontacji z odpowiednim materiałem dowodowym, lecz dąży się do udzielenia odpowiedzi na pytanie: jak to się dzieje, iż poglądy takie występują. Dokonuje się interpretacji myśli ze względu na jej źródła i funkcje psychologiczne, ekonomiczne, społeczne czy rasowe.

Przyjęcie omawianego paradygmatu teoretycznego wydaje się być poprawne co najmniej z trzech powodów. Po pierwsze, świadomość konsumencka stanowi zaledwie aspekt świadomości społecznej. Po drugie, chcąc traktować świadomość konsumencką jako aspekt świadomości społecznej trudno ograniczyć rozważania wyłącznie do posiadanej przez jednostkę wiedzy z zakresu przysługujących jej praw konsumenckich. Po trzecie, dzięki odwołaniu się do prac Karola Marksa, Max'a Scheler'a, Karl'a Mannheim'a, Emil'a Durkheim'a czy Pitrima Sorokina możliwe będzie poznanie zarówno rozbieżności w rozumieniu pojęcia *świadomość społeczna*, jak i procesów związanych z jej nabywaniem i kształtowaniem.

Wspólnym punktem wszystkich rozważań dotyczących socjologii wiedzy jest teza, że myśl posiada podstawę egzystencjalną. Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że w tym przypadku koncepcja Karola Marksa stanowi punkt wyjścia wszelkich rozważań. Nie wchodząc w egzegetyczny problem ścisłego określenia marksizmu należy wspomnieć, iż Karol Marks był zwolennikiem twierdzenia, iż nie świadomość

ludzi określa ich byt, lecz przeciwnie, ich byt społeczny określa ich świadomość⁵. Na tym właśnie polegał materialistyczny charakter jego teorii społecznej. W dążeniu do funkcjonalizacji idei Marks zakłada, iż nie tyle inne wpływy są całkowicie bez znaczenia, ile, że klasa społeczna determinuje myślenie jednostki : „Ale o osoby idzie tu o tyle, o ile są uosobieniem kategorii ekonomicznych, przedstawicielami określonych stosunków i interesów klasowych”⁶. Powyższy sposób rozumienia prowadzi do następującej konkluzji: świadomość społeczna jest tylko epifenomenem życia społecznego. Pozostaje ona w ścisłym związku z podłożem materialnym. Karol Marks traktował świadomość społeczną jako zmienną zależną i to przyczyniło się do popularności jego koncepcji. Właśnie od Marksowskiej jednostronności rozpoczęto badania nad społecznymi uwarunkowaniami ludzkiego myślenia, uprawiane dzisiaj jako *Wissenssoziologie*. Nowatorskie stanowisko Karola Marksa polegało w głównej mierze na traktowaniu wszelkich idei jako ekspresji określonych sytuacji historycznych, a nie na orzekaniu o ich prawdziwości lub fałszywości. Koncepcja Marksowskiej świadomości społecznej znalazła wielu przeciwników. Do jednych z nich zaliczał się Max Scheler, który w swoich rozważaniach na temat podstaw egzystencjalnych twierdzi, że błędnym jest traktowanie czynników realnych (rasa, warunki geopolityczne, polityczna struktura władzy) za główne i jednoznaczne determinanty idei. Max Scheler dokonuje rozróżnienia pomiędzy socjologią kulturową a tym, co nazywa socjologią czynników realnych (*Realsoziologie*). Dane kulturowe są „idealne” - są w sferze idei i wartości, „czynniki realne” są zorientowane na powodowanie zmian rzeczywistości natury czy społeczeństwa. Pierwsze definiowane są poprzez idealne cele lub intencje, drugie natomiast wypływają ze „struktury popędów”, takich jak: popęd seksualny, głód lub władza. Co więcej, Scheler przypisuje całkowitą autonomię i określoną powtarzalność czynnikom realnym. Według autora idee nie zostają urealnione i włączone w rozwój kulturowy, o ile w jakiś sposób nie łączą się z interesami, popędami, emocjami albo skłonnościami zbiorowymi oraz ich funkcjonowaniem w strukturach instytucjonalnych⁷. Krytyce poddaje również teorie naturalistyczne, które zakładają występowanie jednej i tej samej zmiennej niezależnej w ciągu dziejów. Zdaniem Schelera nie ma trwałości w

⁵ K. Marks, Przemowa, w: Przyczynek do krytyki ekonomii politycznej, w: K. Marks, F.Engels, Dzieła,t.13. PWN, Warszawa 1966,s. 9.

⁶ K. Marks, Przedmowa do wydania pierwszego, w: Kapitał, t. 1, w: K. Marks, F.Engels, Dzieła,t.23. PWN, Warszawa 1968, s. 8.

⁷ M. Scheler, Problemy socjologii wiedzy. PWN, Warszawa 1990.

rzeczywistym primacie czynników egzystencjalnych, występuje natomiast określona sekwencja, którą można określić mianem jako prawo trzech faz. W fazie początkowej więzy krwi oraz wiążące się z nimi instytucje pokrewieństwa tworzą zmienną niezależną, następnie tworzy ją władza polityczna i wreszcie czynniki ekonomiczne.

Schelerowska koncepcja *Realfaktoren* – realnych czynników rasy i pokrewieństwa, struktury władzy, czynników produkcji, ilościowych i jakościowych aspektów populacji oraz czynników geograficznych i geopolitycznych stanowiło źródło inspiracji powstania dalszych prac na temat podstaw egzystencji.

Również poglądy Karla Mannheim'a jest sprzeczny z poglądem Karola Marksa. Zakłada on bowiem, iż pozycja klasowa nie jest wyłączną i ostateczną determinantą idei. Jedynie poprzez poznanie praw rządzących wszelkimi ugrupowaniami społecznymi, sposobów myślenia można odnaleźć podstawę egzystencjalną⁸. Stanowisko to jest zbieżne z koncepcją Emila Durkheim'a na temat podstawy egzystencjalnej. Otóż według jego teorii jednostki są bardziej bezpośrednio i wyłącznie ukierunkowane na grupy, w których żyją niż na naturę⁹.

Zdecydowanie odrębną do powyższych koncepcji podstawy egzystencjalnej jest idealistyczna i emanacjonistyczna teoria Pitrima A. Sorokina. Różnica teorii Sorokina polega na próbie wyprowadzenia aspektu wiedzy nie z podstawy społecznej ale ze zróżnicowanych typów umysłowości kulturowych. Dokonał on podziału na umysłowość wyobrazeniową, zmysłową oraz umysłowość idealistyczną. Pierwsza z nich rozumie rzeczywistość jako byt niematerialny, wiecznotrwały a swoje potrzeby traktuje w kategoriach potrzeb duchowych, których spełnienie odbywa się na drodze wymuszonej minimalizacji potrzeb fizycznych. Z kolei umysłowość zmysłowa ogranicza rzeczywistość do tego, co można odbierać zmysłami. Ogranicza się do zaspokojenia potrzeb fizycznych poprzez zmianę świata zewnętrznego a nie zmianę samego siebie. Typem pośrednim umysłowości jest umysłowość idealistyczna. Według Pitrima Sorokina to właśnie z owych typów charakterologicznych wywodzone są systemy prawdy i wiedzy. Zachodzi zjawisko emanacjonizmu stanowiska idealistycznego: „(...) W zmysłowym społeczeństwie i

⁸ Zob. K. Mannheim, Socjologia wiedzy, w: „Przegląd Socjologiczny” 1937, t.V, zes. 1-2, s. 66-68.

⁹ E. Durkheim, O podziale pracy społecznej. PWN, Warszawa 1999, s. 304 – 310.

kulturze musi dominować zmysłowy system prawdy oparty na świadectwie organów zmysłu”¹⁰.

Z wyżej przedstawionej analizy wynika, iż termin „wiedza” jest pojęciem bardzo szerokim i odnosi się do każdego typu idei czy sposobów poznawania prawdy. Wiedza często jest w takim stopniu łączona z „kulturą”, że niemal bez różnicy utrzymuje się, iż nie tylko nauka właściwa jest „uwarunkowana egzystencjalnie”, ale że dotyczy to także przekonań etycznych, założeń poznawczych, stwierdzeń doświadczalnych, sądów syntetycznych, przekonań politycznych, kategorii myślowych, teorii eschatologicznych, norm moralnych, założeń ontologicznych i obserwacji faktów empirycznych¹¹.

W związku z występowaniem rozmaitych rodzajów „wiedzy” pojawił się następujący problem: czy każdy rodzaj wiedzy pozostaje w tym samym stosunku do swej podstawy społecznej? Tutaj również występuje rozbieżność stanowisk. Przykładowo Karl Mannheim oraz Karol Marks wychodzą z założenia, iż należy uwolnić nauki ścisłe oraz wiedzę formalną od wyznaczników egzystencjalnych. W tym sensie Mannheim kontynuuje tradycję marksistowską: „Pozycja społeczna determinuje kąt widzenia, (...) sposób, w jaki ktoś pewną rzecz widzi, co z niej ujmuje i jak konstruuje myślowo pewien stan rzeczy”¹². Z kolei Max Scheler odrzucał wszelkie formy socjalizmu oraz unikał skrajnego relatywizmu. Stał na stanowisku, iż różne typy wiedzy związane są z poszczególnymi formacjami grupowymi. Chociażby społeczeństwa typu *Gemeinschaft*¹³ mają tradycyjnie zdefiniowany zasób wiedzy uważanej za ostateczną i nie są zainteresowane jej poszerzeniem. Wreszcie Emil Durkheim poszerza zakres badań socjologicznych na społeczną genezę kategorii myślenia. Przywiązuje on wielką wagę do języka jako narzędzia zawężania i ustalania dominujących pojęć oraz sposobów myślenia. Według Durkheima pojęcia są osadzone w samym języku, jakiego uczy się jednostka. Jeśli niektóre z tych pojęć osobiście jednostka nie doświadczyła zwyczajnie przyjmuje je od społeczeństwa. Przyjęcie zaś lub odrzucenie pojęć nie jest uwarunkowane jedynie ich wartością

¹⁰ P.A. Sorokin, *Social and Cultural Dynamics*, t.1. American Book Company, New York 1937, s. 72-73. Zob. *Society, Culture and Personality. Their Structure and Dynamic. A System of General Sociology*. Cooper Squer Publister, wyd.2. New York 1962, s. 320 – 321, 590 – 591, 634.

¹¹ R. K. Merton, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. PWN, Warszawa 1982, s. 503.

¹² K. Mannheim, *Socjologia wiedzy...*, s. 75 – 76, 84 – 85.

¹³ Zob. F. Tonnies, *Wspólnota i stowarzyszenie: rozprawa o komunizmie i socjalizmie jako empirycznych formach kultury*. PWN, wyd.2, Warszawa 2008.

obiektywną, ale także ich zgodnością z innymi dominującymi przekonaniem¹⁴. Wynika to z faktu, iż rzeczywistość społeczna jest dla jednostki zawsze rzeczywistością zastaną. Mówiąc inaczej, według koncepcji Durheimowskiej człowiek nie tworzy języka, którym mówi, lecz uczy się go od grupy, nie wymyśla stosowanych przez siebie metod pracy, lecz przejmuje je od otoczenia. Zatem dostosowuje się do norm obowiązujących w jego grupie bądź społeczeństwie. Jeżeli jednostka się do nich nie dostosuje naraża się na szereg sankcji, np. sankcji prawnych¹⁵. Należy zatem zważyć, iż świadomość społeczna wymaga istnienia ponadjednostkowych wzorów, schematów myślenia, które oddziałują na myślenie jednostkowe. Warto w tym miejscu wspomnieć o teorii Anthon'iego Giddens'a, według której istnieją dwie formy świadomości – praktyczną i dyskursywną. „Aktorzy zdolni są nie tylko do monitorowania czynności własnych i cudzych w toku regularnych zachowań codziennych; dzięki świadomości dyskursywnej potrafią również monitorować to monitorowanie”¹⁶. Świadomość w tym sensie może być przypisana nie tylko działającym jednostkom, ale również, innym rodzajom podmiotów (zbiorowym).

¹⁴ Zob. R. K. Merton, Teoria socjologiczna..., s. 508.

¹⁵ Będzie o tym mowa w dalszej części pracy.

¹⁶ A. Giddens, Stanowienie społeczeństwa. Wydawnictwo Zysk i S-ka. Poznań 2003, s. 69.

1.2. Proces kształtowania świadomości społecznej

Jednostka za pomocą języka formułuje swoje idee, przekonania czy też poglądy. Jednakże większość z nich nie wchodzi do obiegu społecznego i nie staje się elementem kultury. Mają one szansę stać się elementem kultury tylko wtedy jeśli po pierwsze zostaną ujawnione publicznie, a po drugie jeśli zostaną uznane przez innych członków danej zbiorowości. Jedynie wówczas zyskują status Durkheimowskich faktów społecznych *sui generis* lub Popperowski „Trzeci Świat”¹⁷.

Poprzez oderwanie się od indywidualnych twórców idei, poglądy stają się czymś zewnętrznym wobec świadomości jednostkowych. Tylko wówczas idee jako idee powszechne mogą wywierać presję na jednostki – określają w co danej społeczności się uważa, wierzy czy sądzi. W rezultacie idee stają się wspomnianymi schematami myślenia i postępowania.

Według Piotra Sztompki potencjał podmiotowy¹⁸ jest znacząco kształtowany zarówno przez to, co ludzie w danym społeczeństwie rzeczywiście myślą i w co wierzą (w świadomości indywidualnej lub zbiorowej), jak i przez to, co struktury ideologiczne (osadzone w świadomości społecznej ideologie, systemy przekonań, tradycje) każą im myśleć i w co karzą im wierzyć. To pierwsze można traktować jako wewnętrzne środowisko podmiotowości, jako że zamieszkuje ludzkie głowy. To drugie można traktować jako zewnętrzne środowisko podmiotowości, jako że istnieje niejako ponadindywidualnie, poza ludzkimi głowami. Oba czynniki dostarczają ograniczeń i ułatwień przez określenie, jaki rodzaj *praxis* jest możliwy, a jaki jest niemożliwy, jakie środki są dostępne, a jakie wykluczone, jakie cele są realne, a jakie utopijne. To w *praxis* i przez *praxis* ludzie nabierają przekonań, jak również wystawiają je na próbę, potwierdzają lub falsyfikują twierdzenia, idee. To w *praxis* i przez *praxis* rozpadają się struktury ideologiczne i doktrynalne, podważone zostają utopie i dogmaty, mimo że może to trwać przez pokolenia¹⁹. Według Sztompki świadomość indywidualna, zbiorowa²⁰ i społeczna może utrzymywać ludzi w nieświadomości pewnych ograniczeń i możliwości lub otwierać im na nie oczy. Może ich zwodzić, dostarczając nieodpowiednich narzędzi intelektualnych służących do pojmowania rzeczywistości.

¹⁷ K.R. Popper, Nieustanne poszukiwania: autobiografia intelektualna. Znak, Kraków 1997, s. 252.

¹⁸ O podmiotowości świadomości społecznej będzie mowa w dalszej części niniejszej pracy.

¹⁹ P. Sztompka, Socjologia zmian społecznych. Znak, Kraków 2005, s. 210.

²⁰ Pojęcie świadomości zbiorowej zostanie poddane szczegółowej analizie w podrozdz. 2.2.

Mówiąc o tym, iż świadomość ma charakter społeczny należy rozumieć, że pewne idee, poglądy, przekonania rozpowszechniają się w ramach pewnych zbiorowości. Jednakże dzięki powszechnemu dostępowi do środków komunikacji, przekazu informacji zbiorowości te mogą stać się zbiorowościami globalnymi. Taka świadomość wyraża się w trosce o losy całej planety, takie jak przeludnienie, zanieczyszczenie środowiska, ocieplenie klimatu, i tym podobne. W tym przypadku świadomość ta zostaje ograniczona do elit intelektualnych, naukowych czy też uczestników ruchów społecznych. Wcześniejszym miejscem od globalnej zbiorowości krystalizowania się świadomości społecznej są narody. Świadomość narodową cechuje bogactwo symboli, mitów, przekonań oraz stereotypów i uprzedzeń. W swojej treści obejmuje dzieje narodu, heroiczne czyny bohaterów oraz poniesione klęski na przestrzeni dziejów. Świadomość narodowa ujawnia się również w ocenie aktualnej polityki, rozwoju gospodarki czy nauki. Ponadto wyraża się ona w ocenie porównawczej do innych narodów w świecie, stąd tworzą się różnego rodzaju opinie. Jedne narody traktowane są jako przyjazne, inne natomiast jako konkurencyjne lub wrogie.

Kolejny typ zbiorowości kształtujący świadomość społeczną to klasy społeczne. Wystarczy odwołać się do dzieł Karola Marksa lub Gyorg'iego Lukasa. Według ich teorii klasa społeczna jest w pełni ukształtowana tylko wówczas, gdy posiada ona świadomość klasową. Mówiąc inaczej, członkowie klasy społecznej muszą mieć poczucie wspólnej sytuacji w społeczeństwie, dziejów a także celów na przyszłość. Podobnie jak w przypadku świadomości narodowej, świadomość klasowa pozwala na identyfikację innych klas jako sojuszników bądź wrogów. Warto tutaj wspomnieć o wnikliwej analizie mentalności urzędniczej i biurokratycznej Roberta Merton'a²¹. Twierdzi on, iż członkowie danej grupy zawodowej bardzo często charakteryzują się świadomością zbiorową, porównują swoją sytuację społeczną, zakres obowiązków i odpowiedzialności z innymi grupami zawodowymi. Wyróżniają się oni od innych grup własnymi przekonaniami, celami i aspiracjami zawodowymi.

Z powyższych rozważań można dokonać próby zdefiniowania pojęcia świadomości społecznej. Przez świadomość społeczną należy rozumieć zbiór szeroko rozpowszechnionych i akceptowanych w danej zbiorowości poglądów, idei i przekonań, które stają się wzorcami czy schematami myślenia wpajanych jej

²¹ R. Merton, Teoria socjologiczna..., s. 255 – 266.

członkom i egzekwowanymi przez społeczny nacisk. Zanim to jednak nastąpi świadomość społeczna musi przejść kilka etapów tzw. krystalizacji.

Pierwszą formą kształtowania się świadomości jest myślenie potoczne, a więc spontaniczne, nieuporządkowane i często nacechowane uprzedzeniami przeświadczenia. Myślenie potoczne często wynika z pochopnego uogólnienia jednostkowych doświadczeń, przemyśleń czy interpretacji pewnych zdarzeń. Trudno poddać je weryfikacji gdyż są trwałym, inercyjnym i dogmatycznym elementem swoistego folkloru.

Dugą formą świadomości społecznej jest to, co Emil Durkheim określił mianem sfery *sacrum* i *profanum*. Przyznawał on religii doniosłą rolę, twierdząc iż dzięki religii pojawia się w ludzkim życiu doświadczenie czegoś, co ewidentnie przekracza granice zmysłowego doświadczenia: ponad sferą *profanum* konstytuuje się sfera *sacrum*, w której obliczu jednostka odczuwa lęk i szacunek²². Według Emila Durkheim'a wyłącznie sfera *sacrum* wytwarza nakazy i zakazy, które sprawiają że jednostka staje się zdolna do uczestnictwa w życiu społecznym. Do świadomości tej zalicza się mit, magię i religię. To dzięki tej formie świadomości człowiek poszukuje odpowiedzi na pytania egzystencjalne. Sfera *sacrum* nie podlega empirycznej weryfikacji bowiem opiera się na wierze. Prawdy w niej zawarte pochodzą od autorytetów, od Boga i jego ziemskich wcieleń. Świadomość świata nadnaturalnego jest umacniana głównie przez Kościół i sekty.

Kolejną formą świadomości społecznej są ideologie, które pełnią ważną funkcję dla pewnych zbiorowości. Za pośrednictwem systemu idei grupa ma możliwość uzasadnienia, legitymizacji swoich działań. Co więcej wyznawanie określonej ideologii pozwala jej na utwierdzenie swojej tożsamości. Zbiorowości legitymizowane przez ideologię mogą przybierać różne formy, od narodów czy grup etnicznych wytwarzających ideologie nacjonalistyczne, poprzez klasy społeczne z ideologią klasową (świadomością klasową), ruchy społeczne czy rodziny. W chwili obecnej większe znaczenie zyskują ideologie związane z interesami społeczeństw o charakterze globalnym, np. obrona praw człowieka. Artykułowane są one w różny sposób. Najbardziej popularne są deklaracje partyjne, manifesty, wiece polityczne, a więc bezpośrednio oddziaływanie na członków społeczności. Oczywiście ideologia może być przekazywana pośrednio, poprzez utwory literackie, na przykład utwory

²² E. Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*. PWN, Warszawa 1990, s. 422 – 425.

Adama Mickiewicza czy Henryka Sienkiewicza. Istotny wkład z przekazywaniu treści ideologicznych odgrywa kino (choćby *Katyń* Andrzeja Wajdy). Funkcje ideologiczne może pełnić także muzyka (utwory Fryderyka Chopina), malarstwo (historyczne obrazy Jana Matejki). Ideologia wyzwala szczególnie duże emocje w przypadku zagrożeniu interesów danych grup ludzkich. To w niej tkwi podstawowa siła zachowań zbiorowych, często prowadzących do wojen, powstań czy rewolucji²³. Krytyczny stosunek do ideologii miał Karol Marks, który utożsamiał ideologię z *fałszywą świadomością*. Według Marksa analiza społeczna powinna zmierzać do ujawnienia wypaczeń ideologicznych, aby ludzie pozbawieni władzy mogli uzyskać właściwą ocenę własnej sytuacji i podjąć działania zmierzające do poprawy warunków swojego życia.

Czwartym składnikiem świadomości społecznej jest opinia publiczna. Najogólniej pojęcie „opinia publiczna” można zdefiniować jako poglądy członków społeczeństwa na tematy bieżące z zakresu polityki, ekonomii czy wydarzeń społecznych o zasięgu lokalnym lub międzynarodowym. Można oznaczać aprobatę lub dezaprobatę, mierzoną zwykle za pomocą sondaży²⁴. To właśnie dzięki sondażom ludzie otrzymują obraz samych siebie. Co więcej, mobilizują się do obrony własnych przekonań lub utwierdzają się w przekonaniu, że na przykład większość współobywateli wyraża podobne do nich zdanie. Niewątpliwie w kształtowaniu opinii publicznej główną rolę odgrywają środki masowego przekazu. To za ich pośrednictwem powstaje *globalna wioska* (Marshall McLuhan) – ludzie na całym świecie są świadkami ważnych wydarzeń i wspólnie w nich uczestniczą. Krytyczny stosunek do opiniotwórczej roli mediów ma, związany ze szkołą frankfurcką, Jürgen Habermas. Według jego teorii rozwój przemysłu kulturowego przyczynił się do upadku debaty demokratycznej, a sfera publiczna stała się fikcją²⁵. Jakkolwiek John B. Thompson podziela poglądy Habermasa, krytykuje go za zbyt negatywne podejście do kultury. Thompson uważa bowiem, że nowoczesne środki przekazu nie odbierają zdolności krytycznego myślenia, dostarczają natomiast wielu informacji, do jakich wielu obywateli nie miało dostępu: „Jednostki zazwyczaj rozmawiają na temat treści przekazywanych przez media w trakcie przekazu i tuż po nim (...). Treści te zmieniają się w ciągłym procesie powtarzania i przetwarzania, interpretacji i

²³ Zob. D. Bell, *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*. PWN, Warszawa 1994.

²⁴ G. Marschall (red.), *Słownik socjologii i nauk społecznych*. PWN, Warszawa 2006, s. 220.

²⁵ Zob. H. Jürgen, *Teoria działania komunikacyjnego*, t.2. PWN, Warszawa 2002.

reinterpretacji, komentarzy, ironii i krytyki. Przyjmując i rutynowo włączając te przekazy do naszego życia wciąż kształtujemy i modyfikujemy nasze umiejętności i zasoby wiedzy, badamy odczucia i gusty, poszerzamy horyzonty doświadczenia”²⁶. Nie bez znaczenia jest również wiedza naukowa jako kolejny obszar świadomości społecznej.

W odróżnieniu od wiedzy potocznej wiedza naukowa dotyczy przekonań i poglądów uzasadnionych empirycznie. Teorie są oceniane pod kątem ich prawdziwości i fałszywości. Charakterystyczny dla tego rodzaju wiedzy język często stanowi barierę dla osób z odrębnych dyscyplin naukowych. Jednakże z drugiej strony dzięki prowadzonym badaniom, eksperymentom jedynie nauka jest w stanie udzielić społeczeństwu rzetelnych odpowiedzi na nurtujące problemy. Bez względu na odmianę świadomości społecznej zawsze występują tak zwane zjawiska patologiczne.

²⁶ John B. Thompson, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge, Polity 1995, s. 42 – 43. Zob podrozdz. 3.1.1.

1.3. Patologiczne przejawy świadomości społecznej

Pojęcie patologii można rozpatrywać jako odstępstwo od normy. Określając, że coś jest patologiczne należy mieć na uwadze po pierwsze zniekształcenia poznawcze, a po drugie szkodliwe konsekwencje społeczne pewnych idei. Wspomnianymi zniekształceniami poznawczymi mogą być uproszczone, często fałszywe i jednostronne poglądy, natomiast szkodliwymi konsekwencjami są niewątpliwie wszelkiego rodzaju konflikty i napięcia społeczne. W socjologii wyróżnia się trzy główne patologiczne przejawy omawianej świadomości. Są to: stereotypy, przesady oraz myślenie grupowe²⁷.

Według Zbigniewa Bokszańskiego, stereotyp jest to upowszechnienie w świadomości członków danej grupy określonych wyobrażeń i opinii o innych grupach²⁸. Do jego powstania przyczynia się najczęściej jednostkowe doświadczenia z reprezentantami zbiorowości, które zostają uogólnione na całą zbiorowość. W konsekwencji takie uproszczone myślenie jest bezkrytycznie i automatycznie stosowane do każdej jednostki z danej grupy. Wykluczają twierdzenie, iż ktoś należący do zbiorowości mógłby mieć inne cechy. Wyobrażenia o innych często stanowią źródło fałszywych przekonań i z naturalnych przyczyn powstają różnice, antagonizmy między poszczególnymi zbiorowościami. Myślenie stereotypowe szczególnie się ujawnia w określeniu cech etnicznych, narodowych oraz rasowych. Przykładowo, Japończyków uważa się za ludzi pracowitych, Anglików za flegmatycznych a Włochów za romantycznych. Są to pozytywne opinie o innych narodach. Problem pojawia się wówczas, gdy myślenie stereotypowe przybiera pejoratywną formę. Jeśli uważa się, że Romowie z natury są leniwi, prawdopodobnie żaden z nich nie będzie lojalnym pracownikiem. Podobnie w przypadku polityków, skoro wszyscy politycy są skorumpowani, więc nie należy żadnemu z nich ufać. Tego typu stereotypy określa się mianem przesądów. Przesady nie muszą dotyczyć wyłącznie rasy, mogą również dotyczyć płci, zawodu czy nawet regionu (szowinizm grupowy). Niestety przesady są nacechowane emocjami wrogości, niechęci czy dezaprobaty. Negatywne uczucia w stosunku do innych zbiorowości mogą prowadzić do pogłębienia dystansu społecznego - jednostki ograniczają wzajemne interakcje lub nawet mogą doprowadzić do tzw. segregacji (izolacji). Powstają wówczas

²⁷ Zob. podrozdz. 3.3.3.

²⁸ Z. Bokszański, *Stereotypy a kultura*; Leopoldinum, Wrocław 2001 s. 6

oddzielne dzielnice, tereny zamieszkania i konsumpcji. Szczególnie jest to widoczne w przypadku mniejszości narodowych, etnicznych. Przykładem istnienia segregacji jest chociażby sytuacja Romów w wielu krajach Unii Europejskiej. Po włączeniu Rumunii i Bułgarii sprawa romska staje się pilna. Mantrami o ochronie praw mniejszości jej się nie rozwiąże. Tu chodzi o różnice kulturowe, obyczajowe. Europa dotąd nie dopracowała się wspólnej polityki wobec imigrantów i wygląda na to, że nawet za prezydencji ambitnej i zdeterminowanej Francji jej się to nie uda. Tryb życia tej specyficznej grupy wywołuje napięcia wśród mieszkańców, np. Włoch. Media podsycają niepokój, bombardując informacjami w części prawdziwymi, w części przenikniętymi uprzedzeniami i stereotypami niechlujnego nieroba, krętacza i porywacza dzieci²⁹.

W konsekwencji negatywne nastawienie członków jednej grupy w stosunku do innej zbiorowości przyczynia się do umocnienia zjawiska dyskryminacji. Dyskryminacja to mniejsze szanse dostępu do wykształcenia, zawodu, praw politycznych czy prestiżu. Na uwagę zasługuje tutaj koncepcja Roberta Mertona, według której dyskryminacja uruchamia złowieszczy mechanizm samospełniającego się proroctwa. Samospełniające się proroctwo to „(...) fałszywa definicja sytuacji, wywołująca nowe zachowanie, które powoduje, iż początkowo nieprawdziwa koncepcja staje się koncepcją prawdziwą”³⁰. Rozważmy przykład wspomnianych Romów. Panuje powszechne przekonanie, że Romowie są złodziejami, analfabetami i nie potrafią pracować. Prawdopodobieństwo, że pracodawca będzie chciał ich zatrudnić jest znikome. W rezultacie Romowie bez pracy i środków do życia zmuszeni są żebrać a nawet kraść, co z kolei utwierdza zarówno Romów, jak i inne zbiorowości społeczne, że nie są zdolni do podjęcia pracy zarobkowej. Trudno się zgodzić z koncepcją *definicji sytuacji* Wiliama'a Thomas'a: „Jeśli ludzie definiują sytuacje jako rzeczywiste, to stają się one sytuacjami rzeczywistymi”³¹.

Silnie zakorzenione przesady, uprzedzenia rasowe i etniczne którym dodatkowo towarzyszy zjawisko segregacji oraz dyskryminacji przyczynia się do nasilenia bezpośrednich ataków na grupy dyskryminowane. Przejawiają się one w różnych formach. Mogą to być pobicia, szykanowanie, wysiedlanie czy nawet eksterminacja. Nie bez znaczenia pozostają warunki ekonomiczne i polityczne. W

²⁹ A. Szostkiewicz, Romofobia, „Polityka” 30/2008, s. 49.

³⁰ R. Merton, Teoria socjologiczna..., s. 464.

³¹ Zob. Th., I. William, F. Znaniecki, Chłop polski w Europie i Ameryce, Organizacja i dezorganizacja w Ameryce, t.5. Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza 1976

przypadku kryzysu gospodarczego lub kryzysu władzy uczucia wrogości i antypatii ulegają nasileniu. Szuka się winnych zaistniałej sytuacji. Gordon Allport określa to mianem poszukiwania *kozła ofiarnego*. Historia XX wieku daje wiele przykładów fatalnych w swych skutkach celowych manipulacji społeczeństwem, np. Holocaust, czystki etniczne w Kosowie czy w Rwandzie.

Omawiając patologiczne przejawy świadomości społecznej należy również rozpatrzeć przypadek patologii w obrębie mniejszych grup społecznych. Amerykański psycholog społeczny Irving Janis zwrócił uwagę na istnienie tzw. myślenia grupowego. Według jego koncepcji, jednostka często jest zdominowana przez pozostałych członków grupy. Nie zgadzał się ze stwierdzeniem, iż myślenie grupy zapewnia lepsze rezultaty (kumulacja wiedzy i doświadczenia). Irving Janis wyróżnił wiele czynników, które powodują że grupa podejmuje często gorsze jakościowo decyzje. Syndrom myślenia grupowego według autora charakteryzuje się takimi objawami, jak: iluzja nieomyślności i pewności siebie, lekceważenie niepomysłnych informacji, wiara we własną etykę zawodową, lekceważące traktowanie ludzi spoza innej grupy, wywieranie nacisku dla wymuszenia konformizmu³², iluzja jednomyślności, samocenzurowanie się (aby uniknąć powtarzających się negatywnych reakcji grupy krytyczni jej członkowie decydują się milczeć) oraz filtrowanie informacji (członkowie grupy starają się nie dopuścić informacji sprzecznych ze zdaniem grupy)³³.

Warunki do powstania syndromu myślenia grupowego pozostają w ścisłym związku z psychologiczną sytuacją członków grupy, którzy podejmują istotne decyzje i występują często w warunkach braku dostatecznej ilości informacji. W takich warunkach często jedynym punktem odniesienia i poczuciem psychicznego komfortu dla członków grupy staje się ona sama. Na tę sytuację nakłada się wewnętrzna dynamika grupy, która zależy od dwóch czynników. Pierwszy związany jest ze spójnością grupy, która wzrasta szczególnie w sytuacji zagrożenia. Drugi czynnik związany jest z wykształceniem się mechanizmów wyzwalających konformizm wobec norm grupowych. Podsumowując, myślenie grupowe prowadzi do spadku psychicznej efektywności, realizmu, osądu moralnego, spowodowanych wewnętrznymi i zewnętrznymi naciskami.

³² Szerzej na temat postawy konformistycznej, podrozdz. 3.3.

³³ I. Janis, *Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign – Policy Decisions and Fiascoes*. Houghton Mifflin, Boston 1972.

Świadomość społeczna jako idealny aspekt kultury jest zatem niezwykle złożona i wymaga istnienia dwóch nakładających się na siebie procesów. Do jej powstania w pierwszej kolejności potrzebne są spontanicznie formułowane idee, przekonania i poglądy zwykłych ludzi. Poglądy te w pewnym momencie stają się ponadjednostkowe i wchodzi w obieg grupowy. Z kolei inni członkowie zbiorowości przyjmują je za własne, oraz umacniają je podczas wielu interakcji. Z czasem idee, przekonania i poglądy zostają uznane przez inicjatorów kształtowania świadomości społecznej, tj. mędrców, manipulatorów czy ideologów. W tym miejscu zachodzi drugi proces kształtowania świadomości społecznej – rozpowszechnianie ogólnie panujących prawd, norm i zasad moralnych, które stały się również wartościami autotelicznymi, a więc takimi, których się nie ocenia. Realizacja tych wartości jest bowiem dobrem samym w sobie.

Życie społeczne wywodzi się głównie z podobieństwa świadomości społecznej. Dzięki właśnie utrwalaniu, upowszechnianiu oraz ujednoczeniu owej świadomości możliwe jest przetrwanie zbiorowości społecznej. Umacnia ona swoje poczucie tożsamości i odrębności w stosunku do innych również poprzez rozwój świadomości prawnej. Świadomość prawna jest bowiem częścią składową świadomości społecznej i stanowi zintegrowaną całość poglądów, wartości, idei, postaw oraz przekonań. Emil Durkheim stan ten określił mianem świadomości zbiorowej *collective conscience*³⁴, która jest uzależniona od rodzaju solidarności społeczeństwa. Prawo, czyli reguły działania lub normy tworzone przez władze takie jak państwo, było głównym przedmiotem zainteresowania teoretycznego lub praktycznego wszystkich twórców socjologii. W szczególności na uwagę zasługują poglądy wspomnianego Emil'a Durkheim'a, Max'a Weber'a, Talcott'a Parsons'a, Georg'a Simmel'a, Karola Marksa oraz Leona Petrażyckiego. Faktem jest, iż każdy z nich w sposób mniej lub bardziej szczegółowy, poddawał analizie wszelkie społeczne aspekty prawa. Jednakże największy wkład w rozwój socjologii prawa odegrał Leon Petrażycki.

³⁴ Podrozdz.2.2.

Rozdział 2

Świadomość prawna jako forma świadomości społecznej

2.1. Świadomość prawna w ujęciu Leona Petrażyckiego Motywacyjne działanie prawa

W pracach Leona Petrażyckiego ze względu na problematykę socjologii prawa i świadomości prawnej na szczególną uwagę zasługuje jego koncepcja funkcjonowania prawa. W swoich pracach podkreślał, iż podstawowa funkcja prawa winna przejawiać się nie tylko w rozwiązywaniu konfliktów, lecz także w kierowaniu postępowaniem ludzkim indywidualnym i masowym za pomocą oddziaływania motywacyjnego, jak i oddziaływania wychowawczego. Pierwsze polega na tym, iż prawo wzbudza w psychice określone motywy, skłaniając ludzi do odpowiednich zachowań. Drugie, będące zresztą dalszą konsekwencją pierwszego, wyraża się w kształtowaniu i utrwalaniu przez prawo postaw i przekonań jednostek oraz społeczeństwa jako całości³⁵. Zdolności do motywacyjnego i wychowawczego wpływu na ludzi nie uważał Petrażycki za cechę przysługującą wyłącznie prawu; w jego mniemaniu wpływ taki wywierają także inne systemy normatywne, w szczególności moralność, będąca według niego drugą obok prawa gałęzią etyki. Wykazywał on jednak, że dzięki dwustronnemu, *imperatywno- atrybutywnemu* charakterowi prawa, siła jego oddziaływania jest znacznie większą niż norm moralnych czy estetycznych³⁶.

Petrażycki wyróżnił dwa podstawowe gatunki motywacji prawnej. Pierwszą z nich jest motywacja specyficznie prawna, którą zwykł określać jako bezpośrednią lub

³⁵ L. Petrażycki, *Teoria prawa i państwa w związku z teorią moralności*, t.1, Warszawa 1959, s. 200-257 i nast.

³⁶ L. Petrażycki, *Wstęp do nauki polityki prawa*, Warszawa 1968, s.25.

zasadniczą³⁷. Druga z wyróżnionych motywacji jest motywacją pośrednią, którą z kolei podzielił na kolejne dwie motywacje, tj. pomocniczą, *surogatową* (zastępczą) oraz motywację samodzielną, zwaną również motywacją wolną. Przedstawiony podział motywacji Petrażyckiego jest o tyle istotny, iż adekwatnie do owego podziału motywacji można wyróżnić trzy formy świadomości prawnej: pasywnej, aktywnej oraz neutralnej.

Przez pasywną motywację prawną należy rozumieć podejmowanie działania jednostki na rzecz zaspokojenia cudzego prawa, dostarczania innym nie tylko tego co im się należy, lecz również dostarczanie innym tego, co się im nie należy³⁸. Leon Petrażycki pisze: „Zgodnie z imperatywną naturą emocji prawnych impuls w kierunku wykonania obowiązku prawnego ma charakter nacisku na to, aby drugiej stronie, uprawnionemu, dostarczyć tego, co mu się należy(...)”³⁹.

Bezpośrednia (zasadnicza) motywacja prawna aktywna ma inny charakter. Zachęca i sankcjonuje postępowanie jednostki, zmierzających do urzeczywistnienia jej praw. Ujawnia się tam, gdzie jednostka jest przekonana o posiadanych przez siebie uprawnieniach przy jednoczesnym obarczaniu innych konkretnymi obowiązkami.

Trzecim rodzajem motywacji prawnej bezpośredniej jest motywacja neutralna. Można o niej powiedzieć, że pobudza do podtrzymania uświadamianych sobie praw osób trzecich, do uznania obowiązków i praw innych oraz do odpowiedniego działania na rzecz wykonania obowiązków i praw drugich. Podtrzymuje ona prawidłowe urzeczywistnienie (...) społecznie skoordynowanego postępowania indywidualnego i masowego⁴⁰.

Oprócz omówionej motywacji bezpośredniej istnieje kolejna kategoria motywacji prawnej - motywacja pośrednia. Istota owej motywacji polega na tym, że wywołane przez prawo reakcje fizyczne i psychiczne, albo też przewidywanie ich wystąpienia, same z kolei stanowią „pomocniczy nacisk motywacyjny na rzecz wykonania obowiązku”⁴¹. Stwarza się – pisze Petrażycki - perspektywy różnych korzyści w razie wykonania lub gorliwego wykonania obowiązku (np. nagrody,

³⁷ Zob. A. Kojder, *Godność i siła prawa*. Oficyna Naukowa, Warszawa 2001, s. 140 i nast.

³⁸ J. Licki, *Motywacyjne i wychowawcze działanie prawa*, w: J. Kurczewski (red.), *Prawo w społeczeństwie*. Warszawa 1975.

³⁹ L. Petrażycki, *Teoria prawa i państwa ...t.1*, s.106.

⁴⁰ J. Licki, *Motywacyjne i wychowawcze...*, s. 252.

⁴¹ A. Kojder, *Godność i siła...*, s. 143.

awanse służbowe, emerytury itp.) oraz różnych szkodliwych następstw i strat w razie ich niewykonania”⁴².

Zgodnie z tym co zostało już wcześniej wspomniane Petrażycki ze względu na stosunek owej motywacji do motywacji bezpośredniej wyróżnił dwa gatunki motywacji pośredniej. Są nimi: motywacja pomocnicza, zwana również jako *surogatowa*, uboczna lub zastępczą oraz motywacja samodzielna (wolna). Owe motywacje występują w kolejnych dwóch formach: pozytywnej i negatywnej. Pierwszy rodzaj motywacji pomocniczej autor nazywa pozytywną dodatnią motywacją pomocniczą, drugi - negatywną ujemną.

Pozytywna dodatnia motywacja pomocnicza polega częściowo na ukazywaniu perspektyw prawnych nieprzestrzegania prawa (np. perspektywy procesu i kosztów sądowych). Działanie owej motywacji polega z jednej strony na uprzytamnianiu sobie przez ludzi różnorodnych skutków nieprzestrzegania prawa, z drugiej zaś - korzystanie z korzyści wynikających z wypełniania obowiązków prawnych. Pierwsze z tych działań można nazwać repulsywnym (odstręczającym) drugie – atrakcyjnym, pociągającym, zachęcającym- zapraszającym⁴³.

Istota ujemnej motywacji pomocniczej polega na usuwaniu lub osłabianiu postępowania niezgodnego z jego prawem (jego *imperatywno - atrybutywnymi* właściwościami). Tym samym przyczynia się do osiągnięcia wymaganego przez prawo zachowania⁴⁴. Mówiąc za Jerzym Lickim: ”Z dziedziny prawa prywatnego można w charakterze przykładów ujemnej motywacji pomocniczej wskazać: - normy odnoszące się do bezskuteczności prawnej różnych zabronionych przez prawo aktów prawnych (np. umów lichwiarskich, umów z małoletnimi, psychicznie nienormalnymi itp.); - normy odnoszące się do przywrócenia zmienionego niezgodnie z prawem stanu rzeczy; - normy tzw. ochrony posiadania; - normy zapewniające odebranie osobom, które nieprawnie wzbogaciły się cudzym kosztem, wszystkiego z %%itd.;- normy, nakazujące odszkodowanie za straty poniesione przy wykonywaniu obowiązku prawnego (np. przy zarządzaniu cudzym majątkiem w charakterze opiekuna)⁴⁵.

Pozytywna i negatywna motywacja prawna nawzajem się nie wykluczają, wręcz przeciwnie. „Różne rodzaje motywacji układają się w prawie w stosunku do

⁴² L. Petrażycki, Teoria prawa i państwa w związku z teorią moralności, t.2, Warszawa 1960, s.573.

⁴³ J. Licki, Motywacyjne i wychowawcze..., s. 254.

⁴⁴ A. Kojder, Godność i siła..., s. 144.

⁴⁵ J. Licki, Motywacyjne i wychowawcze..., s. 256.

siebie częściowo w ten sposób, że popierają się wzajemnie, częściowo zaś tak, że procesy motywacyjne płynące z pewnych elementów prawa, np. o ile prowadzą do zjawisk szkodliwych, są paraliżowane przez inne procesy motywacyjne prawne itd.”⁴⁶.

Następnym gatunkiem prawnej motywacji pośredniej jest motywacja samodzielna lub wolna. Wyznacza ona postępowanie, które choć nie jest nakazane jako prawnie obowiązujące, to jednak uchodzi za niezbędne i pożyteczne⁴⁷. Petrażycki podkreśla, iż pod naciskiem motywacji samodzielnej odbywa się wytwarzanie społecznie niezbędnych dóbr gospodarczych, ich dystrybucja i cyrkulacja (obrót) między uczestnikami zdecentralizowanego, kapitalistycznego procesu ekonomicznego⁴⁸.

W celu dokonania pełnej analizy wielopłaszczyznowego rozumienia prawa i świadomości prawnej trudno nie wspomnieć o wychowawczym działaniu prawa.

⁴⁶ L. Petrażycki, Teoria prawa... t.2, s.574.

⁴⁷ A. Kojder, Godność i siła..., s.145.

⁴⁸ Więcej na temat pośredniej motywacji samodzielnej można znaleźć w: . Licki, Motywacyjne i wychowawcze..., s.258. Zob. również A. Kojder, Godność i siła..., s.145- 146.

Wychowawcze działanie prawa

Wychowawcze działanie prawa w ujęciu Leona Petrażyckiego polega na wzmacnianiu i rozwijaniu jednych skłonności i cech charakteru ludzkiego, oraz na osłabianiu i eliminowaniu innych⁴⁹. Normy prawne ze względu na swój *imperatywno-atrybutywny* charakter pełnią dwie funkcje. Po pierwsze „dyscyplinują - pisze Jerzy Licki – charakter ludzi, powstrzymując ich od ulegania chwilowym pociągom emocjonalnym, wdrażając do rozważnego postępowania i kierowania się pewnymi zasadami(...)”⁵⁰. Po drugie normy te wywierają „wpływ pedagogiczny, wychowawczy, kulturalno- wychowawczy”⁵¹. Owa zależność wynika stąd, iż świadomość swego obowiązku czyli mówiąc inaczej, szanowanie i przestrzeganie praw drugiego człowieka dział w kierunku rozwoju poszanowania bliźnich. Ponadto – mówiąc dalej za Jerzym Lickim – świadomość swego prawa stawia człowieka na równi lub ponad tymi, którzy są postawieni wyżej od niego w hierarchii społecznej.

Leon Petrażycki przypisuje prawu wychowawczemu jeszcze inne korzyści w rozwoju pozytywnych cech charakteru jednostki. Jest to możliwe dzięki działaniu trzech praw: prawa ćwiczenia i nie ćwiczenia, prawa przyzwyczajenia oraz prawa retroakcji. Z pierwszego z nich wynika, iż prawo dzięki tłumieniu motywów społecznych a popierając motywy powszechnie akceptowane przez społeczeństwo- „(...)nieustannie ćwiczy, wzmacnia i rozwija jedne skłonności i struny psychiki ludzkiej, osłabia i prowadzi do zaniku innych”⁵². Z drugiego ze wspomnianych praw wynika, iż powtarzanie określonego zachowania czy też postępowania przyczynia się do nabycia przez jednostkę skłonności do automatyzacji w zachowaniu. Tak więc w dziedzinie przyzwyczajzeń społecznych prawo odgrywa dwojaką rolę: jako czynnik wytwarzający przyzwyczajenia i jako zabezpieczający ich ciągłość. Trzecie, znane z psychologii emocjonalnej Petrażyckiego, prawo retroakcji⁵³ polega na zmianie pewnych zachowań i przyzwyczajzeń jednostki w kierunku zachowań bardziej pożądanym i akceptowanym przez społeczeństwo. Za przykład może tutaj służyć resocjalizacja więźniów, którzy w ramach odbywanej kary są motywowani do wykonywania różnych prac społecznych, takich jak np. pomoc przy naprawie szkód

⁴⁹ Licki, *Motywacyjne i wychowawcze...*, s. 263.

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ Tamże.

⁵² Tamże, s. 264.

⁵³ Tamże, s. 265. Zob. K. Motyka, *Wpływ Leona Petrażyckiego na polską teorię i socjologię prawa*, s.95 i nast.

powodziowych. Zatem prawo wychowawcze jest jakby przedłużeniem czy efektem działania prawa motywacyjnego w dłuższej perspektywie czasowej. Prawo dobre jest – zdaniem Petrażyckiego – doskonałym narzędziem pedagogiki społecznej; prawo złe, nieracjonalne- przeciwnie: stanowi źródło moralnej degradacji jednostek i społeczeństw⁵⁴. Dzięki swej *imperatywno - atrybutywnej* naturze prawo pełni ważną funkcję wychowawczą. „Z jednej strony, stwarzając motywację prawną pasywną, dyscyplinuje ludzi, wdraża do panowania nad sobą i kształtuje postawę szacunku dla innych ludzi i ich uprawnień. Po drugie wywołując motywację prawną aktywną, kształtuje osobowość obywatelską, świadomość własnej godności i praw, co z kolei sprzyja wyrobieniu w ludziach zaradności życiowej, pewności siebie, odwagi i przedsiębiorczości, tak niezbędnych do sprawnego funkcjonowania w systemie gospodarki wolnorynkowej”⁵⁵.

Teoria społecznego, motywacyjnego i wychowawczego działania prawa stanowiła niezwykle istotną część teorii Leona Petrażyckiego. Również jego uczniowie przywiązywali dużą wagę do problematyki działania prawa, po części dlatego, że starali się wykazać niezasadność poglądu, według którego psychologiczna teoria prawa redukuje prawo do przeżyć psychicznych. Zwłaszcza Jerzy Lande starał się akcentować socjologiczny wymiar teorii swego mistrza i w tym celu dużo miejsca poświęcił referowaniu jego wywodów o prawie jako czynnika życia społecznego⁵⁶. Nie ulega również wątpliwości fakt, iż stanowisko Leona Petrażyckiego przyczyniło się w dużej mierze do podjęcia przez zwolenników jego poglądów przedmiotowej problematyki, jak i ściśle z nią związanych zagadnień świadomości prawnej. Warto w tym miejscu zasygnalizować⁵⁷, iż prowadzone przez zwolenników poglądów Petrażyckiego badania - mające na celu potwierdzenie ich prawdziwości – wykazały istnienie mocy oddziaływania prawa motywacyjnego i wychowawczego na świadomość prawną jednostki. Jednocześnie podkreśla się, iż w wielu przypadkach mamy do czynienia nie tylko z działaniem motywacyjnym prawa, lecz również z jego działaniem kanalizującym. Owo działanie polega na tym, iż w przypadku takich czynności, jak zawarcie małżeństwa, dokonanie umowy sprzedaży, sporządzenie testamentu, itp. norma prawna nie jest motywem odpowiedniego zachowania, a jedynie ułatwia jednostce podejmować określone przez prawo

⁵⁴ L. Petrażycki, Wstęp...s. 29 i nast.

⁵⁵ K. Motyka, Wpływ...s. 166.

⁵⁶ Tamże. Zob. J. Lande, Socjologia Petrażyckiego, w: Studia z filozofii prawa, Warszawa 1959

⁵⁷ Więcej na temat prowadzonych badań będzie powiedziane w dalszej części pracy.

konwencjonalne czynności⁵⁸.

Trudno zaprzeczyć Petrażyckiej teorii, według której prawo dzięki swej *imperatywno - atrybutywnej* naturze pełni ważną funkcję wychowawczą. Z jednej strony uczy bowiem szacunku dla innych ludzi oraz ich uprawnień, a z drugiej strony kształtuje świadomość własnej godności i praw. Jednakże trudno uznać, iż człowiek z natury chętnie przestrzega cudzych praw. Ową rozbieżność między przestrzeganiem praw drugiego człowieka a instynktem i zmysłowymi wrażeniami Emil Durkheim określił mianem człowieka *homo duplex*.

Człowiek – twierdził Durkheim odznacza się pewną dwoistością (*homo duplex*). Jest on istotą rozdartą między duszę i ciało, zmysły i rozum, instynkt i świadomość. W postępowaniu ludzkim zawsze występują dwa aspekty, przykładowo: aspekt osobowy i bezosobowy, egoistyczny i altruistyczny, indywidualny i uniwersalny, jednostkowy i społeczny. Według Durkheima pomiędzy tymi aspektami występuje trwały antagonizm – aby postępować moralnie, człowiek musi zadawać gwałt swojej zwierzęcej naturze albowiem cech takich, jak moralność i rozum nie można wyprowadzić z cech człowieka jako organizmu biologicznego. Powstaje zasadnicze pytanie, jak to się dzieje, że w człowieku współistnieją zdolności i predyspozycje tak różne? Według Emila Durkheima jest to możliwe dzięki przewadze sfery *sacrum* nad sferą *profanum*⁵⁹. Właśnie dzięki obawie przed tym, co przekracza granice zmysłowe jednostka ogranicza swe naturalne zwierzęce odruchy i rezygnuje z zaspakajania swych potrzeb. Sigmund Freud zjawisko tłumienia instynktów określał mianem sublimacji popędów. Sublimacja według Freuda wymaga wyrzeczenia się bezpośredniego zaspokojenia pragnień człowieka i tym samym wywołuje rodzaj ubóstwa psychologicznego; im wyższy poziom cywilizacji, tym większe to ubóstwo⁶⁰.

Warto w tym miejscu przejść do dalszych dywagacji dotyczących relacji jednostka – społeczeństwo, a dokładniej mówiąc – jednostka a solidarność społeczna.

⁵⁸ Więcej o motywacyjnym działaniu normy prawnej będzie zawarte w dalszej części pracy.

⁵⁹ Zob. podrozdz. 1.2.

⁶⁰ Zob. S. Freud, Człowiek, religia, kultura. Wydawnictwo Książka i Wiedza, Warszawa 1967.

2.2. Świadomość zbiorowa w ujęciu Emil'a Durkheim'a

Solidarność społeczna i jej przemiany

Solidarność społeczna jest jednym z głównych tematów prac Emil'a Durkheim'a i dotyczy źródeł moralnego ładu w społeczeństwie. Durkheim starał się określić związek między jednostką a społeczeństwem w czasach rosnącego indywidualizmu, nieładu społecznego oraz zróżnicowania moralnego. W jego słynnym dziele *O podziale pracy społecznej* poddawał szczegółowej analizie rodzaj więzi (solidarności) społecznej między człowiekiem a społeczeństwem: „Tym, co istnieje naprawdę, są poszczególne formy solidarności: solidarność rodzinna, solidarność zawodowa, solidarność narodowa, solidarność wczorajsza, solidarność dzisiejsza, itd. Każda z nich ma swój własny charakter, dlatego też uogólnienia dają w każdym przypadku tylko niepełne wytłumaczenie zjawiska, odrzucają bowiem to, co konkretne i żywe”⁶¹.

Emil Durkheim dużą wagę przywiązywał do prawa. Prawo traktował jako obiektywny (obserwowalny z zewnątrz) wskaźnik umożliwiający badanie omawianej solidarności społecznej. Stwierdził: „Im bardziej członkowie danego społeczeństwa są solidarni, tym więcej utrzymują różnych stosunków albo z sobą, albo z grupą jako zbiorowością.(...) Z drugiej strony, liczba tych stosunków musi być proporcjonalna do liczby norm prawnych, które je określają. Wszędzie tam, gdzie życie społeczne istnieje trwale, w nieunikniony sposób zmierza do przybrania określonej formy i do zorganizowania się, a prawo to nic innego niż ta organizacja i jej najbardziej trwałe i określone właściwości”⁶².

Poddając analizie prawo Durkheim doszedł do wniosku, iż istnieją dwa różne rodzaje przepisów prawnych, aczkolwiek nie są one jednakowo cenione we wszystkich rodzajach społeczeństw. Jednym z nich są przepisy prawa karnego, które dotyczą wszystkich członków danego społeczeństwa. Drugi rodzaj przepisów dotyczy prawa kooperacyjnego, zwanego również prawem restytucyjnym. Prawo to przewiduje nie tyle ukaranie winnego, ile zobowiązanie go do naprawienia szkody, jaką swym postępowaniem wyrządził innym członkom społeczeństwa. Zasadnicza odmienność tych dwóch rodzajów prawa polega na tym, że pierwszy odnosi się do czynów będących pogwałceniem powszechnie przyjętych w danym społeczeństwie

⁶¹ E. Durkheim, *O podziale...*, s. 87 – 88.

⁶² Tamże, s. 85.

norm, drugi natomiast dotyczy jedynie takich, które są zwrócone przeciwko poszczególnym jednostkom lub jakimś ich wyróżnionym grupom. Emil Durkheim pisze: „(...) Normy o sankcji restytucyjnej albo nie są wcale częścią świadomości zbiorowej, albo są jej słabymi stanami. Prawo represyjne odpowiada temu, co jest sercem centrum świadomości wspólnej; normy często moralne są już mniej centralną jej częścią”⁶³. Według cytowanego autora różnica między prawem represyjnym a prawem restytucyjnym odpowiada różnicom jakie występują między dwoma rodzajami społeczeństw (dwoma rodzajami solidarności społecznej). Emil Durkheim jest zdania, zespół stosunków podporządkowanych regulacjom karnym (prawo represyjne) stanowi najmniejszą część życia ogólnego : „(...) więzi, które łączą nas ze społeczeństwem w wyniku wspólnoty wierzeń i uczuć, jest dużo mniej niż tych, które powstają wskutek podziału pracy. (...), nie cała świadomość wspólna i wytworzona przez nią solidarność znajdują wyraz w prawie karnym; świadomość wspólna wytwarza inne więzi niż te, których zerwanie podtrzymuje prawo. Istnieją słabsze czy też bardziej nieokreślone stany świadomości zbiorowej, które przejawiają się za pośrednictwem obyczajów, opinii publicznej i choć nie wiąże się z nimi żadna sankcja prawna, przyczyniają się do zapewnienia spójności społeczeństwa”⁶⁴. Zatem w toku dziejów maleje rola represyjnego prawa karnego, rośnie natomiast rola prawa restytucyjnego. „Widoczne jest, że – pisze dalej Durkheim – jeśli dany typ społeczny zbliżony jest do naszego typu, to przeważa prawo kooperacyjne; i przeciwnie, w miarę oddalania się od naszej obecnej organizacji społecznej coraz więcej zajmuje prawo karne”⁶⁵.

Posiłkując się koncepcją Emil'a Durkheim'a można wyróżnić społeczeństwa o przewadze prawa karnego, a więc takich w których istnieje względnie jednolity system norm obowiązujących wszystkich członków zbiorowości oraz społeczeństwa o przewadze prawa kooperacyjnego. Zakres świadomości indywidualnej w społeczeństwach pierwszego typu jest tożsamy z zakresem świadomości zbiorowej. Społeczeństwo nie jest wewnętrznie zróżnicowane lub zaledwie w niewielkim stopniu. Charakterystyczną dla niego solidarność można nazwać solidarnością *mechaniczną*. Społeczeństwa nacechowane solidarnością mechaniczną Durkheim

⁶³ Tamże, s. 144.

⁶⁴ Tamże, s. 187.

⁶⁵ Tamże, s. 188.

określał mianem społeczeństw segmentowych, a więc takich w których dominuje wspólnota dóbr, dominacja religii oraz brak podziału pracy.

Zupełnie inną strukturę mają społeczeństwa, w których przeważa solidarność organiczna. Powstały one nie w wyniku naśladowania podobnych do siebie segmentów, ale jako system różnych organów, z których każdy ma swoją specjalną rolę. Ludzi wiąże ze sobą nie to, że są do siebie podobni, lecz to, że są różni i na skutek swego zróżnicowania są sobie potrzebni. Kształtującą się w tych warunkach solidarność Durkheim nazywał świadomością *organiczną*, która jest charakterystyczna dla społeczeństw przemysłowych a nie tradycyjnych. Właśnie w społeczeństwach przemysłowych wierzenia i praktyki religijne zostają zastąpione przez racjonalne myślenie (społeczeństwo nowoczesne Max'a Weber'a)⁶⁶, z kolei indywidualizm uzyskuje społeczną aprobatę.

Omówiona koncepcja podziału społeczeństw oraz rodzajów praw wydaje się być zbliżona do koncepcji Herbert'a Spencer'a. Spencer również był przekonany o wyższości indywidualizmu nad kolektywizmem (krytyka marksizmu). Uważał, że społeczeństwo jest żywym, rozwijającym się organizmem, który w miarę jak staje się coraz bardziej złożony, musi zdobywać samoświadomość i umiejętność kontroli mechanizmów swego własnego postępu. Jednakże Emil Durkheim kwestionował niektóre tezy Spencer'a. Przykładowo, Durkheim nie zgadzał się ze Spencerowską charakterystyką społeczeństw industrialnych jako takich, w których jednostki mają pełną swobodę, a dzięki gry interesów powstaje harmonia społeczna (Darwinowska idea *doboru naturalnego*)⁶⁷. Według Durkheim'a nic nie wskazuje, by postępy solidarności organicznej prowadziły do zaniku regulacyjnych funkcji zbiorowości."Im bardziej pierwotny jest kodeks, tym jest krótszy. I przeciwnie, jest on tym obszerniejszy, im późniejszy.(...) Ale też nie wynika z tego, że sfera działalności indywidualnej zmniejsza się . Nie należy wszak zapominać, że jeśli więcej jest życia regulowanego, więcej jest też życia w ogóle. Jeżeli skutkiem działania społecznego nie jest już narzucenie wszystkich jednolitych praktyk, to za to określa ono i reguluje specyficzne stosunki między funkcjami społecznymi, i nie jest mniejsze, przez to że jest inne"⁶⁸. Należy podkreślić, iż Durkheim wskazywał na bujny rozwój prawa restytucyjnego, na poszerzanie się zakresu działania państwa, a przede wszystkim

⁶⁶ Więcej na temat racjonalizacji Max'a Weber'a w podrozdz. 3.1.3.

⁶⁷ Herbert Spencer sądził, że nieskrępowane stosowanie tej zasady doprowadzi ostatecznie do powstania możliwie najlepszego społeczeństwa.

⁶⁸ E. Durkheim, O podziale..., s. 261.

na powstawanie swoistych kodeksów moralnych nowego społeczeństwa. Kryzys społeczny tłumaczył on jako rezultat nadmiernego rozluźnienia kontroli społecznej nad jednostkami. Tym samym Emil Durkheim odrzucał spencerowską ideologię.

Leon Petrażycki przypisuje prawu działanie wychowawcze oraz motywacyjne. Według jego teorii normy prawne ze względu na swój *imperatywno – atrybutywny charakter* z jednej strony zmuszają ludzi do kierowania się pewnymi zasadami, a z drugiej strony wywierają istotny wpływ kulturalno – wychowawczy i pedagogiczny na rozwój społeczeństwa. Z kolei Emil Durkheim dokonując podziału prawa na prawo restytucyjne oraz karne dokonał podziału społeczeństw na społeczeństwa o solidarności mechanicznej i organicznej. Opisuje świadomość zbiorową (*collective conscience*) jako ogół przekonań i uczuć wspólnych przeciętnym członkom społeczeństwa. Świadomość ta jest uzależniona od rodzaju solidarności. Jak już wiadomo, w społeczeństwie o solidarności mechanicznej świadomość zbiorowa ma szeroki zakres, jest silna, ingeruje dogłębnie we wszystkie sfery życia. Wraz z rozwojem solidarności organicznej zmniejszył się zakres świadomości zbiorowej a władza nad jednostką uległa sekularyzacji.

Bez względu na rodzaj solidarności, czy rodzaj działania prawa można zauważyć pewnego rodzaju analogię z istotnym dla adekwatnego do ustanowionych norm grupy i prawa w ogóle, procesem socjalizacji.

2.3. Socjalizacja prawna

Ogólnie mówiąc, socjalizacja to proces kształtowania się mentalności, postaw i działań ludzi przez społeczeństwo, które zachodzą w drodze spontanicznego naśladownictwa, identyfikacji, wychowania czy też świadomych decyzji samowychowawczych. Oczywistym jest fakt, iż warunkiem zaistnienia owych procesów są komunikacja oraz liczne, wzajemne interakcje między jednostkami będącymi podmiotami życia społecznego. Nie ulega również żadnej wątpliwości, iż procesy socjalizacji trwają przez całe życie jednostki i polegają na rozpoznawaniu i przyswajaniu sobie licznych społecznych oczekiwań, które w zależności od fazy życia i rozwoju są związane z pełnieniem przez nią określonej roli społecznej. W zależności bowiem od wspomnianych faz panuje zgodność wśród socjologów i psychologów, iż jednostka w ciągu całego swojego życia przechodzi kilka etapów socjalizacji, począwszy od wieku dziecięcego, a na wieku średnim kończąc⁶⁹.

Używając terminu socjalizacja należy mieć na uwadze dwie kwestie. Po pierwsze to, czy człowieka bez względu na wiek traktuje się jako bierny, czy raczej jako aktywny, czynny element tego procesu. A po drugie, czy traktować naturę, osobowość jednostki jako zasadniczo pozytywną, czy też negatywną. W sytuacji gdy jednostka wykazuje bierne zachowanie socjalizacja przyjmuje charakter tzw. transmisji kultury w jednostkę. Zjawisko to można ogólnie scharakteryzować jako wyuczenie się pewnych nawyków przy użyciu kar, sankcji za nieodpowiednie zachowanie lub nagród za zachowanie zgodne z oczekiwaniami i panującymi zasadami w grupie. Z kolei jeśli jednostka jest aktywnym podmiotem omawianego procesu, można mówić o socjalizacji jako proces stawania się człowiekiem, gdzie niezwykle ważną rolę odgrywają takie elementy, jak wyposażenie biologiczne jednostki, np. czynniki genetyczne, intelekt, czy też zdolności poznawcze.

Stale zachodzące relacje między jednostką a społecznością można również analizować z punktu widzenia teorii, których głównym założeniem jest analizowanie dobrej lub złej natury człowieka. Orientacja skrajnie negatywna zakłada, iż proces

⁶⁹ Należy zwrócić uwagę, iż w psychologicznej klasyfikacji rozwojowych faz życia człowieka nie ma całkowitej zgodności co do liczby wyróżnianych stadiów, jak i przedziałów między nimi. Granice te stają się płynne ze względu na cechy rozwoju ludzi dorosłych, tj. plastyczność i wielokierunkowość. Nie mniej jednak przyjmuje się następującą periodyzację: okres wczesnego dzieciństwa (do 3 r.ż); okres średniego dzieciństwa (4r.ż.do 6 r.ż); okres późnego dzieciństwa(od 7 do 10 – 12 r.ż), okres adolescencji (od 10 – 12 do 20 – 23r. ż), okres wczesnej dorosłości (od 20 – 23 do 35 – 40 r. ż); okres średniej dorosłości (od 35 – 40 do 55 – 60 r. ż); okres późnej dorosłości(od 55 – 60 r. ż i więcej). Zob. B. Harwas – Napierała, J. Trempała, Psychologia rozwoju człowieka, t.2. PWN, Warszawa 2001.

socjalizacji jest nieustanną walką między społeczeństwem a jednostką. Tutaj za skuteczną socjalizację uznaje się taką, w której ma miejsce zwycięstwo społeczności, przy porażce niesubordynowanej jednostki. W przypadku orientacji krańcowo pozytywnej można mówić o socjalizacji jako naturalnym i względnie łatwym procesie rozwojowym. „W ramach tego procesu wrodzone dziecku tendencje do wzrostu powodują, że dziecko łatwo się adaptuje, a pożądane zachowania realizują się w sposób samoistny. Jeśli socjalizacja jest skuteczna, oznacza to, że nie tylko nikt nie przegrał, lecz wręcz przeciwnie, wygrana przypada zarówno społeczeństwu, jak i jednostce. Socjalizacja dostarczyła jednostkę, która w pełni zrealizowała swe możliwości, a która swoją działalnością ulepsza również społeczeństwo”⁷⁰.

Przy omawianiu procesu socjalizacji trudno nie wspomnieć o istotnym w teoriach socjologicznych i psychologicznych podziale na socjalizację pierwotną i wtórną, która z jednej strony pozostaje w związku z wyżej wyróżnionymi fazami rozwoju życia człowieka, a z drugiej jest możliwa dzięki występowaniu omówionych relacji natury biologicznej między jednostką a społecznością. Zatem warto w tym miejscu dokonać pewnej syntezy tego, co zostało do tej pory powiedziane na temat pojęcia „socjalizacja”, aby w dalszej kolejności scharakteryzować znaczenie socjalizacji prawnej.

Socjalizacja pierwotna, jak sama nazwa wskazuje obejmuje okres dzieciństwa. Co należy przez to rozumieć? Otóż dziecko, które posiada już wrodzone predyspozycje do rozwoju psychicznego i społecznego stale uczy się wzorów zachowań, wartościowania oraz oceniania poprzez zachodzące interakcje jakie początkowo mają miejsce między nim a jego opiekunami oraz innymi, szerszymi kręgami osób. Owe uczenie się odbywa się w drodze naśladownictwa, identyfikacji a następnie w drodze przyjmowania ról innych ludzi ze swego otoczenia. Stąd właśnie pochodzi określenie socjalizacji pierwotnej, która jest możliwa dzięki bliskim kontaktom jednostek w grupach, takich jak rodzina, grupy rówieśnicze czy społeczności lokalne opartych na stosunkach „twarzą w twarz” (*face to face*). W odróżnieniu od socjalizacji pierwotnej, socjalizacja wtórna dokonuje się w wieku dorosłym pod wpływem tzw. uogólnionego innego lub poprzez jej własną działalność. Chcąc wyjaśnić znaczenie pojęcia „uogólniony inny” należy odwołać się do koncepcji George'a Mead'a, według której uogólnionym innym jest „Zorganizowana wspólnota lub grupa społeczna, która daje jednostce jedność osobowości. Postawa

⁷⁰ H. Sęk, Społeczna psychologia kliniczna. PWN, Warszawa 2000, s. 165. Zob. również s. 163, 164.

uogólnionego innego jest postawą całej wspólnoty⁷¹. Zatem według Mead'a socjalizacja jednostki jest możliwa nie tylko poprzez wyłącznie indywidualne działanie ale przede wszystkim poprzez istnienie interakcji jednostki z wieloma podmiotami, którym w tym przypadku jest „uogólniony inny”. Tak rozumiany proces socjalizacji wtórnej polega na uczeniu się poprzez jednostkę wielu różnych ról, takich jak np. ról rodzinnych, zawodowych, ról pełnionych w różnych grupach społecznych lub instytucjach, takich jak szkoła, małżeństwo czy rodzina.

Wspomniane role społeczne⁷² w procesie socjalizacji prowadzą do kolejnego problemu jakim jest pojęcie jaźni (*self*). Według George'a Mead'a człowiek jest określany jako organizm, który jest zdolny „percypować sam siebie, mający określone poglądy na swój temat, świadomie regulujący swe postępowanie za pomocą refleksji, tj. dialogu z samym sobą prowadzącego do zmiany postaw. Jaźń (...) ma cechę polegającą na tym, że jest ona obiektem dla samej siebie; i ta cecha różni ją od innych obiektów i od ciała. Jaźń może być zarówno podmiotem jak i przedmiotem”⁷³. „Jednostka – pisze dalej Mead – doświadcza samej siebie jako takiej nie bezpośrednio, lecz tylko pośrednio, przyjmując punkty widzenia innych członków tej samej grupy społecznej lub uogólniony punkt widzenia grupy społecznej, do której należy. Wkracza ona w swoje własne doświadczenie jako jaźń lub jako jednostka, nie bezpośrednio lub natychmiast, nie stając się dla siebie podmiotem, ale w takiej mierze, w jakiej staje się dla siebie najpierw obiektem, w sposób taki sam, w jaki inne jednostki są dla niej obiektami”⁷⁴. Oznacza to, iż jednostka staje się obiektem dla siebie jedynie poprzez przyjmowanie w stosunku do siebie postawy innych jednostek. Nie dziwi zatem fakt, iż jednostka w Meadeowskim rozumieniu występuje wobec samej siebie w roli innych ludzi. Nieustannie prowadzi ze sobą wewnętrzny dialog na temat tego, co mówią o niej inni, zwłaszcza ci ważni dla niej inni, z którymi się utożsamia i są dla niej punktem odniesienia. Co więcej, George Mead wyróżnił dwie fazy rozwoju jaźni odznaczające się odmiennym sposobem przyjmowania ról. W pierwszej z nich jednostka przyjmuje role konkretnych innych jednostek, z którymi współuczestniczy w określonych działaniach społecznych. Można ją nazwać fazą zabawy. Natomiast w drugiej fazie „innymi” staje się grupa społeczna jako całość, czyli postawy innych jednostek ulegają generalizacji

⁷¹ G.H. Mead, *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. PWN, Warszawa 1975, s. 214.

⁷² Więcej na temat roli społecznej jest zawarte w podrozdz. 3.3.3.

⁷³ G. H. Mead, *Umysł...*, s. 190 - 191.

⁷⁴ Tamże, s. 193 – 194.

i przedstawiają się jednostce jako „wszyscy”, „społeczeństwo”, „naród”, „moralność” czy „Bóg”⁷⁵. Adekwatnie do fazy pierwszej drugą można określić mianem fazy gry, w której jednostka odgrywając konkretne role w określonych grupach społecznych naśladuje, powiela zachowanie danej osoby. W konsekwencji prowadzi to do generalizacji postaw innych ludzi. Owe przyjmowanie ról przez jednostkę jest zbieżne z poglądem Charls'a Horton'a. Cooley'a, wedle którego jednostka posiada tzw. jaźń odzwierciedloną (*looking - glass self*)⁷⁶. Najprościej mówiąc, jaźń odzwierciedlona jest ogólnym wyobrażeniem własnej osoby, które powstaje w wyniku interpretacji spostrzeżeń innych odnośnie nas samych. W związku z powyższym, koncepcja jaźni odzwierciedlonej obejmuje zachodzenie w świadomości jednostki następujących procesów:

- 1) Wyobrażanie sobie przez jednostkę, jak ją widzą inni.
- 2) Wyobrażanie sobie, jak ja oceniają inni.
- 3) Rodzaj samopoczucia, jakie w świadomości jednostki powstaje od dumy do upokorzenia, jeśli te wyobrażenia siebie przez jednostkę odebrane są jako negatywne⁷⁷.

W jaźni odzwierciedlonej raczej dominuje wyobrażenie danej jednostki na temat tego, co inni o niej mówią. Z przedstawionej analizy koncepcji Mead'a oraz Cooley'a można uznać, iż zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku jednostka kształtuje obraz własnej osoby na podstawie nie tylko pełnienia konkretnych ról społecznych ale również poprzez analizowanie oceny czy też opinii innych o niej samej. Warto tutaj również wspomnieć o koncepcji Adama Podgóreckiego, który czyniąc starania w kierunku połączenia obu koncepcji wyróżnił aż cztery rodzaje jaźni, tj. pierwiastkową, odzwierciedloną, fasadową oraz zobiektywizowaną. Według niego jaźń pierwiastkowa jest tożsama z jaźnią subiektywną w ujęciu George'a Mead'a. Druga z wyróżnionych jaźni pokrywa się z jaźnią odzwierciedloną Charles'a Horton'a Cooley'a. Natomiast jaźń zobiektywizowana ma charakter samowiedzy jednostki na temat siebie samej powstałej w wyniku długotrwałego procesu socjalizacji. Źródłem powstania jaźni fasadowej jest natomiast chęć i umiejętność

⁷⁵ G. H. Mead, *Umysł...*, s. 214 – 216.

⁷⁶ Ch.H. Cooley, *Social Organization. A Study of the Larger Mind*. New York 1962, s. 301. Zob. *Human Nature and Social Order*. New York 1964, s. 95, 118 – 119.

⁷⁷ Por. Z. Bokszański, *Tożsamość, interakcja, grupa*. Wydawnictwo Uniwersytetu łódzkiego, Łódź 1989, s. 160.

prezentowania przez jednostkę różnych swych właściwości czy cech, które często nie mają miejsca w rzeczywistości, ale które mogłyby być pozytywnie odbierane przez innych.

Niewątpliwie wyżej wskazane ustalenia nie są bez znaczenia dla omówienia istoty i znaczenia socjalizacji prawnej. Socjalizacja prawna w głównej mierze jest związana z kontrolą prawną, a więc z zastosowaniem przez społeczeństwo wobec jednostki różnego rodzaju sankcji, kar czy też nagród. Ktoś mógłby zadać pytanie, czy w socjalizacji prawnej konieczna jest kontrola społeczna nad funkcjonowaniem jednostki? Otóż socjologowie zajmujący się problematyką kontroli społecznej zdecydowanie podkreślają w swoich rozważaniach i dywagacjach, iż należy w sposób dokładny odróżnić dwie formy, tj. kontrolę zewnętrzną i kontrolę wewnętrzną. Podział ten nawiązuje do koncepcji Emil'a Durkheim'a, który usiłując wyjaśnić sens procesów socjalizacji kształtujących osobowość jednostki mówił o społeczeństwie żyjącym w każdym człowieku i stającym się elementem indywidualnego wyposażenia, przygotowującym jednostkę do udziału w życiu zbiorowym. Normatywne oczekiwania społeczeństwa wbudowane w jednostki stanowią podstawowe elementy indywidualnych osobowości. To one, a nie zewnętrzne naciski na postępowanie zgodne ze społecznymi normami, stanowią najważniejszy element kontroli społecznej⁷⁸. Koncepcja ta wydaje się być w opozycji do wcześniej przedstawionej koncepcji Mead'a czy Cooley'a. Bez względu na to, jak rozumiana jest kontrola społeczna bezsprzecznym wydaje się, iż w procesie przekazywania adekwatnych i oczekiwanych przez społeczeństwo norm i zasad postępowania ogromną rolę odgrywają rodzice, którzy jako grupa pierwotna mają możliwość i obowiązek socjalizacji swoich dzieci. Nie mniej jednak w wyniku późniejszych kontaktów jednostki z innymi grupami społecznymi, powstaje charakterystyczne zjawisko strukturalnego zróżnicowania wzorów socjalizacji. Oznacza to, iż nie ma jedności co do jednego sposobu przestrzegania prawa przez jednostkę. W praktyce, jedna społeczność umacnia respekt dla prawa oparty wyłącznie na strachu przed karą, inna zaś – na jego instrumentalnej użyteczności. Mówiąc bardziej zrozumiale, jedni są uczeni, np. wywiązywać się z zawartych umów sprzedaży, czy też respektowania praw konsumenta w celu zmniejszenia prawdopodobieństwa bycia osądzonym przez wymiar sprawiedliwości. Inni natomiast uczeni są tego, iż poszanowanie praw oraz wywiązywanie się z pewnych

⁷⁸ Zob. E. Durkheim, *O podziale...*, s. 95 – 99.

zobowiązań wobec innych jest cnotą i nie potrzebują sprawowania nad sobą kontroli zewnętrznej.

Niezależnie jednak od rodzaju zabiegów socjalizacyjnych, ludzkie orientacje normatywne czy też ustosunkowanie się jednostki do norm moralnych czy norm prawnych, o których będzie jeszcze mowa, kształtuje się stosunkowo powoli i stanowi on zbiór wielu społecznych doświadczeń. W związku z powyższym powstała, adekwatnie do wcześniej przedstawionej analizy istoty socjalizacji, struktura rozwoju orientacji prawno – moralnej, której twórcą jest Lawrence Kohlberg. Otóż według owej struktury proces socjalizacji prawnej przebiega przez kolejne następujące po sobie poziomy rozwoju jednostki, a w ramach każdego z tych poziomów jednostka przechodzi przez jedno z dwóch stadiów swoistej dojrzałości prawnej. Zatem można wyróżnić następujące poziomy socjalizacji prawnej.

- 1) Poziom prekonwencjonalny.
 - a) posłuszeństwo
 - b) satysfakcja
- 2) Poziom konwencjonalny.
 - a) uznanie prawomocności
 - b) uzasadnianie
- 3) Poziom postkonwencjonalny.
 - a) dostrzeganie wartości moralnych
 - b) wyznawanie racji moralnych⁷⁹.

Poziom prekonwencjonalny, to poziom na którym jednostka uznaje za dobre to, co jest zgodne z oczekiwaniami pewnych autorytetów. Oczywiście rodzaj autorytetu jest przeważnie uzależniony od wieku i rozwoju emocjonalno – poznawczego jednostki. Niewątpliwie, np. dla dzieci autorytetem są rodzice, konkretny opiekun, czy też policjant, nauczyciel, itp. Jednakże w późniejszym okresie dorastania autorytetem dla jednostki staje się grupa, z którą się identyfikuje lub do której pragnie należeć. Zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku zachodzi powszechne zjawisko społecznego podporządkowanie się. Oznacza to, że początkowo dziecko ocenia swoich rówieśników, jak oni są spostrzegani przez osoby reprezentujące społeczny autorytet aby na dalszym etapie rozwoju społecznych relacji z innymi przejść do procesu różnicowania osób będących źródłem autorytetu.

⁷⁹ K. Frieske, Socjologia prawa. Polskie Wydawnictwo Prawnicze IURIS, Warszawa – Poznań 2001, s.238–239.

Stopniowo jednostka uczy się rezygnować ze swoich egocentrycznych przekonań na rzecz przyswajania sobie tego, co konwencjonalne, a więc przez kontrolę swoich odczuć i spostrzeżeń. W efekcie pojawia się tendencja do uzgadniania treści swojej świadomości z przewidywaniami i oczekiwaniami innych. Mówiąc inaczej, jednostka, której celem jest zaspokojenie swych własnych potrzeb, bierze pod uwagę tylko te zachowania, które są aprobowane przez grupę. Jak można się domyślić zachodzi tutaj swego rodzaju zniewolenie w zakresie podporządkowania się normom i ocenom znaczących „innych”. Nie ulega żadnej wątpliwości, iż grupa przekazując jednostce pojęcia normy oraz posłuszeństwa wobec norm jawnych oraz ukrytych uczy ją rozpoznawania oraz realizacji zachowań spełniających daną normę. Wszystkie te zabiegi zmierzające do uspołecznienia jednostki odbywają się w obrębie tzw. kontekstu społecznego, który jest spostrzegany zarówno jako bliska relacja z drugą osobą, jak i współdziałanie z większą liczbą osób. „Kontekst społeczny stanowi zobiektywizowane, zewnętrzne źródło norm, wzorców i oczekiwań, równorzędnych lub nadrzędnych wobec tych, które obowiązują w rodzinie. Otoczenie społeczne oddziałuje na dziecko przez system kar i nagród oraz mechanizmy tzw. wpływu społecznego (przez naśladownictwo, modelowanie i identyfikację”⁸⁰. Zatem w pierwszym stadium poziomu prekonwencjonalnego posłuszeństwo jest konsekwencją obawy, strachu przed karą, a jedną z największych obaw jest obawa przed ostracyzmem czy wykluczeniem z grupy. W odróżnieniu od pierwszego z omówionych stadiów, w stadium drugim występuje nieco bardziej złożona kalkulacja wyboru rodzaju zachowania się jednostki. Otóż zachodzi tutaj współwystępowanie posłuszeństwa wraz oczekiwaniem otrzymania nagrody za odpowiednie zachowanie. Mówiąc za Kazimierzem Frieske „Ten własny interes może być rozumiany prosto – jako satysfakcja płynąca z tego, że udało się uniknąć kary lub w sposób bardziej złożony, np. jako uzasadnienie dla reguł płynących z kooperacji”⁸¹.

Na drugim, konwencjonalnym poziomie dojrzałości prawnej jednostka zaczyna postępować zgodnie z myśleniem w kategoriach reguł czy norm ogólnie aprobowanych i akceptowanych przez społeczeństwo ale nie z obawy przed karą, np. wykluczenia z grupy czy w obawie przed reakcjami autorytetu lecz pod wpływem myślenia w kategoriach reguł czy norm postępowania. Na tym poziomie centralną kwestią staje się to, czy normy lub autorytet będący ich twórcą uznaje się za

⁸⁰ B. Harwas – Napierała, J. Trempała, Psychologia..., t.2, s. 148.

⁸¹ K. Frieske, Socjologia, s. 238.

prawomocny. W pierwszym stadium poziomu konwencjonalnego uznaje się, iż najczęściej prawomocnym jest autorytet konkretnej grupy odniesienia, tj. rodzic, nauczyciel, rówieśnik. Ponadto jednostka zaczyna zgodnie postępować z zasadą wzajemności, jednakże dopiero w drugim stadium owego poziomu ma miejsce uzasadnienie postawy konformistycznej. Jednostka postępuje zgodnie z normami nie tylko dlatego, iż autorytet tego od niej wymaga ale również dlatego, iż zaczyna ona dostrzegać ogólne korzyści o charakterze społecznym jakie płyną z przestrzegania i szanowania obowiązującego prawa. Na tym etapie dojrzałości prawnej jednostka staje się coraz bardziej świadoma swych stanów emocjonalnych i ich wpływu na zachowanie, a więc nadal kształtuje i doskonali samokontrolę. W praktyce oznacza to, iż potrafi ona w coraz lepszym stopniu dostosowywać swoją ekspresję do wymagań społecznych, ukrywać swoje przeżycia przed otoczeniem oraz aktywnie przeciwstawiać się wpływom silnych emocji i pragnień na swoje zachowanie.

Faktem jest również, iż opisany poziom dojrzałości prawnej osiągają już stosunkowo młodzi ludzie ale nie jest regułą, iż w dalszej kolejności wszyscy ci, którzy w swoim postępowaniu kierują się poszanowaniem prawa osiągną kolejny wyższy poziom jakim jest poziom postkonwencjonalny. W odróżnieniu od poziomu konwencjonalnego jednostka nie przestrzega obowiązujących norm w grupie tylko dlatego, iż uznaje je za prawomocne. Otóż respekt dla prawa na poziomie postkonwencjonalnym nie jest rezultatem konformizmu wobec norm lecz jest on raczej wynikiem świadomego namysłu i dostrzeżenia wartości moralnych tkwiących w normach prawnych. Ponadto, jednostka na tym poziomie dojrzałości prawnej może doznawać konfliktu wartości, co z kolei wymusza na niej konieczność budowania ich hierarchii. Zatem można powiedzieć, iż cechą charakterystyczną owego poziomu jest tzw. relatywizm aksjologiczny, który poprzez sam fakt istnienia pozwala jednostce na autonomiczne i twórcze myślenie. Najogólniej rzecz biorąc, poziom ten nie jest wolny od wewnętrznych rozterek oraz podejmowanych prób wypracowania uzasadnienia własnego stanowiska wobec rozmaitych wyzwań moralnych⁸². Rozterki tego rodzaju są charakterystyczne zwłaszcza dla pierwszego stadium poziomu postkonwencjonalnego. Drugie stadium charakteryzuje się odczuwaniem przez jednostkę respektu wobec prawa, który powstaje w wyniku głęboko przemyślanych racji moralnych.

⁸² Tamże, s. 239.

Rekapituluując powyższe dywagacje na temat wychowawczo – motywacyjnej funkcji prawa w ujęciu Leona Petrażyckiego, której wydaje się odpowiada teoria motywacji Lawrence'a Kohlberg'a nasuwa się wniosek, iż świadomość prawna czy też ustosunkowanie się do obowiązujących norm i zasad jest głównie kształtowana w grupie pierwotnej i przechodzi pewnego rodzaju transformacje. Owa przemiana poglądów jednostki na przestrzeganie i szanowanie prawa jest uwarunkowana wieloma czynnikami. Nie mniej jednak do najważniejszych zalicza się przede wszystkim rozwój poznawczy jednostki oraz jej skala doświadczeń społecznych, które z kolei są uzależnione od położenia jednostki w strukturze społecznej.

Mówiąc o położeniu jednostki w strukturze społecznej trudno nie wspomnieć o konstruktywizmie strukturalistycznym francuskiego socjologa Pierre'a Bourdieu. Podmiot w socjologii Bourdieu to klasyczny *homo sociologus*, którego główne cechy są pochodnymi od faktu uczestnictwa w określonych zbiorowościach i podlegania realnym wpływom i przymusom. Świat wewnętrzny jednostki jest rezultatem interioryzacji struktur świata społecznego. Pierre Bourdieu nie dokonuje przeciwstawienia podmiotu – jednostki przedmiotowi -społeczeństwu ale dokonuje przeciwstawienia dwóch form istnienia tego, co społeczne w jednostce i poza nią. Analizie tych form służą najważniejsze w jego teorii pojęcia *habitus* oraz *pole (de champ)*.

Habitus oraz kapitał kulturowy Pierre'a Bourdieu

Koncepcję *habitusu* Bourdieu zaczerpnął z filozofii Arystotelesa oraz Św. Tomasza z Akwinu i nadał mu niezwykłą, specyficzną treść. Pojęcie to pojawia się również w pracach Durkheim'a czy Weber'a⁸³. Jednakże dla Bourdieu *habitus* stanowił główne pojęcie w jego socjologii. Najprościej mówiąc *habitus* to rezultat oddziaływań socjalizacyjnych, jakim jednostka podlega w ciągu życia, to rezultat interioryzowania przez nią społecznych norm i wartości, tj. całokształt nabytych przez nią i utrwalonych dyspozycji do postrzegania, oceniania i reagowania na świat zgodnie z ustalonymi w danym środowisku schematami⁸⁴. Nie chodzi tutaj o coś powtarzalnego, mechanicznego. Pojęcie to sugeruje, iż jednostka nie tyle się przystosowuje do zewnętrznego ładu społecznego, co raczej go nieustannie modyfikują. *Habitus* jest jednocześnie wytworem życia społecznego oraz tym co go jednocześnie wytwarza. Na skutek tego, że jednostka posiada swoisty *habitus*, jej reakcje na bodźce ze świata zewnętrznego zależą w znacznym stopniu od tego, jaki jest jej *habitus*. Upraszczając, nie można przewidzieć zachowanie jednostki jeśli zna się tylko samą sytuację. Zachowanie zależy bowiem od tego, skąd jednostka pochodzi i czego w swoim życiu doświadczyła.

Habitus jest więc zjawiskiem wielowymiarowym, obejmującym to wszystko, co człowiek jednostka przyswoiła sobie żyjąc w określonym miejscu przestrzeni społecznej, mając taką, a nie inną rodzinę, chodząc do takich, a nie innych szkół, obracając się w takim, a nie innym towarzystwie, itd. To swego rodzaju „gramatyka” praktyki ludzkiej, która zazwyczaj obchodzi się bez świadomości kierujących nią reguł⁸⁵.

Pierre Bourdieu przedstawiając swoją koncepcję socjalizacji wychodzi z podwójnego założenia. Przeciwstawia się on po pierwsze, traktowaniu człowieka jako odbicie społeczeństwa, a po drugie przeciwstawia się twierdzeniu, iż społeczeństwo dostarcza pewnego zbioru możliwości, zgodnie z którymi jednostka poprzez odpowiedni ich dobór podejmuje konkretne działania. Upraszczając, Bourdieu sprzeciwia się traktowaniu nabytych dyspozycji jednostki jako przeznaczenia, którego

⁸³ Max Weber posługuje się pojęciem *habitusu* duchowny oraz zewnętrzny.

⁸⁴ Pojęcie interioryzacji zostało dokładnie omówione w podrozdz. 3.3.4.

⁸⁵ Zob. J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*. PWN, Warszawa 2004, s. 895. Pojęcie *habitusu* pojawia się w „*Un art moyen*” z roku 1965, a rozwijana jest w „*Reprodukcji*” z 1970r. Zob. R. Jenkins, Pierre Bourdieu. London and New York, Routledge, 1998.

zmiana jest niemożliwa oraz podważa złudzenie, iż taka odmiana losu mogłaby nie być czymś wyjątkowym, w rzeczywistości bowiem wszystko sprzyja temu, aby owe nabyte dyspozycje ulegały nieustannemu utrwalaniu niezależnie od świadomości i woli jednostki. Według Jerzego Szackiego habitus należy do „kulturowej nieświadomości, nawet podkreślana przez Bourdieu twórczość jednostek nie jest w żadnym razie świadomym dążeniem do realizacji określonych projektów⁸⁶. Ludzie nie są doskonali a podejmowane przez nich działania nie są doskonale racjonalne. „Między systemem prawidłowości obiektywnych, a systemem bezpośrednio obserwowalnych działań lokuje się zawsze czynnik pośredniczących, których jest właśnie habitus (...) Tak, więc habitus klasowy, rozumiany jako system organicznych lub psychicznych dyspozycji i nieświadomych schematów myślowych, postrzeżeń i działań, stanowi właśnie czynnik sprawiający, że osoby działające w poczuciu mocno ugruntowanego poczucia twórczości, nieprzewidywalnej, oryginalnej i swobodnej improwizacji, mogą jednak produkować myśl, postrzeżenia i akty zachowania zgodne z obiektywną prawidłowością. Dzieje się tak, gdyż sam habitus został zrodzony w warunkach obiektywnie określonych tymi prawidłowościami, a zarazem przez te warunki”⁸⁷. W pewnym sensie immanencja habitusu polega na „(...) sterowaniu działaniami zmierzającymi do określonego celu, mimo, że ów cel nie jest, a w każdym razie nie musi być uświadomiony”⁸⁸. Pierre Bourdieu zatem krytykuje teorie racjonalnego wyboru o czym będzie mowa w dalszej części pracy⁸⁹.

Habitus jest częścią składową tzw. *kapitału kulturowego*, którym Bourdieu określa wiedzę, wykształcenie oraz przygotowanie zawodowe (który nazwałabym kapitałem własnym), jakie ludzie nabywają w czasie uczestnictwa w życiu społecznym. Pierre Bourdieu posługuje się szerokim rozumieniem kapitału wyróżniając trzy jego rodzaje: kapitał ekonomiczny, kulturowy i społeczny. Natomiast mówiąc o kapitale symbolicznym określa go „(...) jako formę, którą przybierają trzy zasadnicze kapitały, wyrażają maksymalizację symbolicznego zysku. Kapitałem nazywa wszelkie zasoby materialne i duchowe, które są dziedziczone oraz przynoszą korzyści materialne i symboliczne, zapewniają również reprodukcję,

⁸⁶ J. Szacki, *Historia...*, s. 895.

⁸⁷ P. Bourdieu, L. Boltanski, R. Castel, J-C. Chamboredon, *Un art moyen*. Paryż 1965, s. 23.

⁸⁸ P. Bourdieu, *Choses dites*. Paryż 1987, s. 20 i nast.

⁸⁹ Podrozdz. 3.1.3.

monopol i nierówność w dostępie do nich”⁹⁰. Kapitał kulturowy może być również według Bourdieu nazywany kapitałem informacyjnym, który występuje w trzech formach: ucieleśnionej, zobiiektywizowanej i zinstytucjonalizowanej i jest przekazywany w rodzinie poprzez socjalizację. Ten rodzaj kapitału obejmuje z kolei wykształcenie oraz umiejętności językowe.

Przedstawiona koncepcja francuskiego socjologa dostarcza jeszcze jednej ważnej przy omawianiu socjalizacji kwestii. Dotyczy ona klasowego podziału społeczeństwa i związanym z tym podziałem zróżnicowaniem procesów socjalizacji. Według Bourdieu zróżnicowanie klasowe ma wpływ na wszystkie sfery życia ludzi. Dotyczy to takich sfer, jak styl życia, komunikowanie się z innymi, gusty, upodobania, dietę, uczestnictwo w kulturze czy też stosunki rodzinne. Klasa społeczna to bowiem zbiór ludzi zajmujących podobne pozycje w przestrzeni społecznej, a zarazem „podobne spojrzenie na świat”, „podobne praktyki”, „podobne dyspozycje”, słowem wspólny habitus. O przynależności do klasy nie decyduje posiadanie lub nieposiadanie środków produkcji przez jednostkę, ale całokształt cech społecznych determinujących jej pozycję w społeczeństwie, a więc miejsce w strukturze nadrzędności lub podrzędności. Wśród czynników wpływających na tę pozycję może być płeć, rasa, przynależność etniczna, wiek, czy miejsce zamieszkania. Pierre Bourdieu rozumie klasę społeczną w sposób znacznie wykraczający poza ekonomiczne konotacje marksowskie. Poza tym dla Bourdieu klasy społeczne są konstruktami teoretycznymi, potencjalnościami, a nie realnymi bytami społecznym, jak u Marksa. W obrębie klas społecznych nieustannie zachodzą procesy dystynkcji – odróżniania się i wyróżniania (dystynkcji) od innych klas społecznych, a tym samym konstruowania i reprodukcji struktur właściwych danej klasie.

Reasumując, Bourdieu przedstawia swój punkt widzenia jako „klasowy”. Opisuje on nierówności między ludźmi, hierarchiczny układ pozycji społecznych ale nie przedstawia on społeczeństwa jako układu wyodrębnionych klas społecznych, jak to czynił Karol Marks. Warto podkreślić, iż Bourdieu zastąpił ujmowanie społeczeństwa jako systemu pojęciem przestrzeni społecznej. „(...) zróżnicowane społeczeństwo nie tworzy zwartej całości scalonej funkcjami systemowymi, wspólną kulturą, krzyżującymi się konfliktami czy globalnym autorytetem, ale stanowi zespół

⁹⁰ P. Bourdieu, The school as a Conservative Force. Scholastic and Cultural Inequalities, in: J. Eggeston, Contemporary Research in the Sociology of Education. Londyn 1974, p. 33-47. Cyt. za St. Kozyr-Kowalski, Socjologia, społeczeństwo obywatelskie i państwo. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2000, s. 128-129

względnie autonomicznych obszarów gry, nie dających się podporządkować jednej logice społecznej”⁹¹.

Nawet jeśli przyjąć, iż socjalizacja prawna znajdzie swój większy oddźwięk w grupach składających się z jednostek, które mają większe predyspozycje i warunki do internalizacji wzorów i norm postępowania oraz twórczego rozwoju własnych przemyśleń i przekonań powstaje szereg pytań o to, czy istnieje zależność między położeniem społecznym jednostki (określanym przez Bourdieu jako *pole*, *mikrokosmos społeczny*), a jej umiejętnością odróżniania dobra od zła? Czym różni się świadomość prawna od poczucia prawnego. Czy można utożsamiać - jak to czynił Petrażycki - poczucie prawne ze świadomością prawną?

⁹¹ P. Bourdieu, L.J.D. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*. Oficyna Naukowa, Warszawa 2001, s. 20.

2.4. Świadomość prawna a poczucie prawne (habitus)

Poczucie prawne zupełnie przestało funkcjonować w obiegu terminologicznym współczesnych socjologów prawa. Według Marii Boruckiej - Arctowej⁹² poczucie prawne jest umiejętnością rozpoznawania tego co jest, a co nie jest prawem. W swoich poglądach wyraźnie daje do zrozumienia, iż świadomość prawna i poczucie prawne nie mają ze sobą nic wspólnego. Pogląd ten niejako jest zbieżny z poglądem Anny Turskiej, która ujmuje poczucie prawne jako zirrationalizowane wartościowanie. Poczucie prawne jest charakterystyczne dla postawy uczuciowej wobec faktów nie objętych prawem⁹³.

Nie oznaczało to jednak całkowitej rezygnacji z terminu *poczucie prawne*. Interesującą propozycję w tym zakresie przedstawił Krzysztof Kiciński, który podjął polemikę z Turską proponując traktować poczucie prawne jako pojęcie szersze w stosunku do świadomości prawnej. W tym kontekście świadomość prawna byłaby raczej elementem poczucia prawnego. Poczucie prawne – w jego rozumieniu – zawiera w sobie problematykę emocjonalnych aspektów postawy i uczuć jednostki jako takich. Natomiast świadomość prawna dotyczy przede wszystkim systemu przekonań, w którym wyrażają się postawy poszczególnych jednostek⁹⁴. „Termin świadomość prawna – pisał - zdaje się sugerować, że w ramach interesującego nas zjawiska nie warto badać takich spraw, jak emocje, uczucia, emocjonalne aspekty postaw (...). Byłoby to niewątpliwym zubożeniem problematyki”⁹⁵. Zdaniem Krzysztofa Kicińskiego termin *poczucie prawne* „lepiej oddaje złożony charakter badanego przedmiotu i nie przesądza o strukturze motywacyjnej czyichś zachowań”(jw.).

Warto w tym miejscu dodać, iż Kiciński nawiązując do poglądów Petrażyckiego nie tyle nie odrzucił używane pojęcie *poczucie prawne*, co przedstawił propozycję jego podziału na poczucie prawne i poczucie moralne. W myśl tej propozycji termin *poczucie prawne* odnosi się do przekonań normatywnych jednostki, które aprobuja, uznają za uzasadnione moralnie stosowanie sankcji negatywnej w stosunku do podmiotu zobowiązanego. W tym celu jednostka ma dwie możliwości:

⁹² Więcej na temat poczucia prawnego pisze A. Turska, w: Studia z teorii prawa, S. Ehrlich (red.), Warszawa 1965, s. 197- 226.

⁹³ A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia...s. 175.

⁹⁴ Tamże.

⁹⁵ K. Kiciński, Poczucie prawne a poczucie moralne, w: Prawo w społeczeństwie, s. 468-469.

skłonić ów podmiot do wypełnienia swego obowiązku, bądź ukarać go za jego niespełnienie. Brak tej aprobaty kwalifikowałby przekonanie normatywne jako poczucie moralne⁹⁶.

Pogląd ten w jakimś stopniu nawiązuje do rozważań Św. Tomasza z Akwinu. Dotyczy on bowiem rozważań na temat natury ludzkiej opartej na wewnętrznej autonomii etycznej. Św. Tomasz nawiązując do tradycji scholastycznej, rozróżniał w sumieniu ludzkim dwa elementy pojęciowe: *syndresis* i *conscientia*. Pierwszy z nich pojmował jako wrodzoną rozumowi ludzkiemu zdolność poznawania (*habitus*) podstawowych nakazów prawa naturalnego⁹⁷. Drugi interpretował w sensie przekąźnika tych podstawowych nakazów podczas ich stosowania (*actus*) do konkretnych przypadków. Jeśli w procesie takiego przekazywania pojawi się błąd, niewinnie błędzące sumienie posiada według Akwinata subiektywną moc wiążącą. Prowadziło to oczywiście do radykalnego wniosku: kto na podstawie niewinnie błędzącego sumienia żywi przekonanie, że wiara w Chrystusa jest rzeczą złą, powinien trzymać się z dala od chrześcijaństwa. Nie wdając się tutaj w rozważania o prawie naturalnym warto dodać, iż do zwolenników Petrażyckiej koncepcji świadomości obok Krzysztofa Kicińskiego należy Iwona Jakubowska. Otóż przyjmując Petrażyckie rozumienie świadomości w swojej koncepcji rozwoju etycznego jednostki wyróżniła cztery odrębne stadia jego rozwoju⁹⁸.

Pierwsze stadium określiła mianem regulacji prawnej, dla którego charakterystyczne jest myślenie imperatywno- atrybutywne. Oznacza to, iż jednostka przypisując sobie pewne obowiązki jednocześnie przyznaje innym prawa do roszczeń. Omawiane myślenie występuje również w sytuacji gdy jednostka przyznając sobie prawo do roszczeń nakłada na innych obowiązki wobec siebie. Stadium drugie zwane jako regulacja moralna charakteryzuje się myśleniem wyłącznie imperatywnym. Iwona Jakubowska pisze: „(...) ja mam obowiązek dać innym, lecz ci inni nie mają prawa tego ode mnie oczekiwać, bądź też inni mają obowiązek dać mnie, ale ja nie mam prawa wymagać od tych innych”⁹⁹. Natomiast stadium trzecie to stadium bez regulacji tak prawnej, jak i moralnej. Oznacza to, iż jednostka nie określa siebie w relacji do innych ani za pomocą kategorii uprawnienia,

⁹⁶ K. Motyka, Wpływ....s. 177.

⁹⁷ Zob. podrozdz. 2.5.

⁹⁸ I. Jakubowska, Procesy kształtowania się przekonań i ocen moralnych dzieci i młodzieży. Uniwersytet Warszawski, Instytut Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji. Zakład Socjologii Obyczajów i Prawa, Warszawa 1986, s. 197.

⁹⁹ Tamże, s. 199.

ani za pomocą kategorii obowiązku. Wreszcie stadium czwarte według cytowanej autorki polega na tym, iż jednostka przypisuje sobie lub innym pewne uprawnienia, nie wiążąc z nimi żadnych obowiązków drugiej strony.

Podsumowując, możemy stwierdzić, iż konstrukcje świadomości prawnej stanowią, jak wspomniano, krytyczny punkt wyjścia dla teorii poczucia prawnego (habitusu prawnego), którym zarzuca się, że abstrahują od płaszczyzny pozytywnego systemu prawa, że wychodzą z koncepcji pośredniej społecznej znajomości prawa, której źródła tkwią w naturze społecznego współżycia czy też w swoistych właściwościach umysłu człowieka. Warto zadać pytanie: Co jest przedmiotem świadomości prawnej? Czy jest nim poczucie prawne, prawo pozytywne, znajomość prawa i poglądy na władzę państwową, czy raczej przedmiotem świadomości prawnej są poglądy moralno- polityczne? Odpowiedź na tak postawione pytanie nie jest jednoznaczna. Co więcej, chcąc mówić o przedmiocie świadomości prawnej należałoby w pierwszej kolejności zwrócić się w kierunku fundamentów filozoficznych, a w szczególności w kierunku wspomnianego wcześniej prawa naturalnego. Trudno bowiem pominąć poglądy takich myślicieli czasów nowożytnych, jak Thomas Hobbes, David Hume, Gottfried Wilhelm Leibniz czy John Locke.

2.5. Przedmiot świadomości prawnej

Doktryna prawa naturalnego (*lex naturalis*)

Trudność w przedstawieniu i analizowaniu przedmiotu świadomości prawnej polega na braku zgody socjologów i teoretyków prawa co do jej jednorodnego określenia. Nie mniej jednak istnieje powszechna zgoda co do tego, iż świadomość prawna jako taka mieści się w ramach świadomości społecznej.

Posiłkując się wiedzą słownikową można zdefiniować pojęcie *świadomości prawnej* jako wzajemnie powiązaną i zintegrowaną całość treści życia duchowego, poglądów, wartości, idei, postaw i przekonań charakterystycznych dla danej zbiorowości, grupy społecznej czy też społeczeństwa w całości. Należą do niej także pewne utrwalone, zinstytucjonalizowane przejawy aktywności i wytwory społeczne, nauka, sztuka, prawo, ekonomia itp.¹⁰⁰. Jednakże na potrzeby niniejszej pracy powyższa definicja jest zbyt ogólna i skłania do poszukiwania bardziej szczegółowych dywagacji. Należałoby w tym miejscu przede wszystkim odnieść się do źródeł teorii myśli socjologicznej, a dokładniej do nowożytnej myśli prawnej.

Nowożytną myśl prawną, wyrastającą na gruncie empiryzmu i racjonalizmu, cechuje bowiem mechanistyczna¹⁰¹, indywidualistyczna¹⁰² i kontraktualistyczna¹⁰³ interpretacja prawa. Empiryści (David Hume), kładli nacisk na doświadczenie, jako podstawowe źródło wiedzy ludzkiej i posługiwali się metodą indukcyjną (bardziej wierzyli w prawdopodobieństwo niż w pewność owej wiedzy ludzkiej). Z kolei racjoniści wyprowadzali abstrakcyjne idee z rozumu, opierali się na metodzie dedukcyjnej i wyrażali przekonanie o absolutnej pewności osiągniętej w ten sposób wiedzy. W centrum myśli nowożytnej zajmował człowiek, a pojęcia takie, jak natura człowieka, stan natury, prawa natury nie były już wiązane, jak w myśli średniowiecznej, z koncepcjami praw boskich i filozofią metafizyczną. Jedynie Gottfried Wilhelm Leibniz ujmował teologię jako szczególny rodzaj jurysprudencji. Nie odróżniał prawa od moralności, łącząc je w szeroko pojmowanym pojęciu prawa

¹⁰⁰ K. Olechnicki, P. Załęcki, Słownik Socjologiczny. Wydawnictwo Graffiti BC, Toruń, s. 215.

¹⁰¹ Mechanicyzm został przeniesiony do nauk społecznych z nauk przyrodniczych, głównie z fizyki (wszystkie substancje i ich cechy są materialne i podlegają określonej kolejności następujących po sobie stanów i procesów)

¹⁰² Społeczeństwo stanowi zbiór jednostek zaabsorbowanych troską o własne potrzeby, prawa i wolności.

¹⁰³ Umowa społeczna (zawarcie umowy z innymi ludźmi w kwestii ustanowienia autorytetu mającego strzec ich uprawnień indywidualnych).

naturalnego. Według Leibniz'a najwyższe prawa¹⁰⁴ pochodzą od Boga i określają pobożność (*pietas*) z ich fundamentalnym nakazem *honeste vivere*.

Za wiedzę godną zaufania, przedstawiciele myśli nowożytnej, uznawali wiedzę ufundowaną na faktach i obserwacji. Racjoniści dostrzegali w rozumnej naturze człowieka nie tylko zdolności poznawcze, ale i bogate źródło idei moralnych i prawnych. Najprościej mówiąc, myśl nowożytna zmierzała przede wszystkim do obrony i ochrony naturalnych uprawnień człowieka. Nie winien dziwić zatem fakt, iż z myśli tej wyrosły nowożytne teorie praw podmiotowych, uprawnień indywidualnych oraz deklaracje praw człowieka i obywatela¹⁰⁵.

Przedstawiony ogólny zarys doktryny prawnonaturalnej nie u wszystkich jej przedstawicieli był wyraźnie eksponowany. Najpełniejszej krytyki doktryny średniowiecznej dokonał niewątpliwie autor książki *Lewiatan*, Thomas Hobbes. W swoich teoriach tłumaczył, iż „prawem natury (*lex naturalis*) jest przepis lub reguła ogólna, którą znajduje rozum i która człowiekowi zabrania czynić to, co jest niszczące dla jego życia (...)”¹⁰⁶. Według Hobbes'a, w przedpaństwowym stanie natury istniały jedynie uprawnienia naturalne ludzi, bez żadnego zabezpieczenia instytucjonalnego i nie ciążyły na nich żadne obowiązki. Przechodząc do stanu państwowego ludzie zrzekli się znacznej części swych uprawnień w zamian za cenę uzyskania bezpieczeństwa osobistego, niezbędnego dla wygodnego i szczęśliwego życia. W ten sposób Hobbes tłumaczy wyższość uprawnień o prawnonaturalnym charakterze w stosunku do późniejszego, podrzędnego prawa stanowionego. Koncepcja ta została skrytykowana przez John'a Locke'a. Przedpaństwowy stan natury, według Hobbesa, był okresem wojen, nędzy, strachu i nieszczęść ludzkich. Według natomiast Locke'a wręcz przeciwnie – był epoką pokoju, pomyślności, równości i wolności. Stan natury mógł zapewnić panowanie dobra, ponieważ dzięki rozumowi niezdemoralizowanego człowieka obowiązywało prawo natury. Owo prawo natury, które jest nierozłącznie związane z naturą człowieka określa niezbywalne prawa podmiotowe. Jednakże pomimo zalet stanu natury, ludzie zdecydowali się na

¹⁰⁴ G.W. Leibniz wyróżniał trzy stopnie prawa naturalnego. Na pierwszym stopniu usytuował sprawiedliwość, na drugim słuszność opartej na arystotelesowskiej idei sprawiedliwości rozdzielczej. Zob. G.W. Leibniz, Korespondencja z Antoiem'em Arnauldem. PWN, Warszawa 1998. *Monadologia*, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń 1991.

¹⁰⁵ Zob. podrozdz. 4.1.

¹⁰⁶ Th. Hobbes, *Lewiatan czyli Materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*. PWN, Warszawa 1954, s. 113.

przejście do stanu państwowego. Najważniejszy jednak spór dotyczył umowy społecznej.

W świetle Hobbesowskiej filozofii prawa *umowa społeczna*, zaznaczająca przejście od stanu natury do stanu państwowego, jednoczyła w sobie dwa akty. Pierwszym z nich było narodziny społeczeństwa, a drugim z kolei było powstanie władz. W świetle filozofii prawa Locke'a, umowa społeczna również składała się z dwóch aktów. W pierwszej kolejności utworzyło się społeczeństwo przez „umawiające się” jednostki ludzkie (*pactum unionis*), a następnie powstawała umowa społeczna z władzą dotycząca utworzenia państwa i podporządkowanie jego prawom stanowionym (*pactum subiectionis*). Jednakże, w odróżnieniu od Hobbes'a pogląd Locke'a wskazuje, że zerwanie *pactum subiectionis* nie unicestwia *pactum unionis*. W liberalnej filozofii prawa Locke'a jednostka ludzka stoi przed społeczeństwem, a społeczeństwo przed państwem¹⁰⁷.

Należałoby zatem uznać, iż w nowożytnej doktrynie prawnonaturalnej współistniały ze sobą dwie różne „socjologie”. Jedna z nich zakładała konieczność tworzenia ludzkiej wspólnoty od podstaw, albowiem z natury ludzie są całkowicie niezależnymi atomami, druga natomiast opierała się na założeniu, iż jakaś wspólnota istnieje z natury i problem polega na tym, aby ją chronić i utrwalić przez stworzenie społeczeństwa obywatelskiego, czyli państwa. Zarówno pierwsza, jak i druga „socjologia” przykładały wielką wagę do władzy politycznej, uznając iż rozwinięte w pełni życie społeczne możliwe jest tylko w państwie¹⁰⁸.

Reasumując, można wyróżnić dwa zasadnicze typy koncepcji stanu naturalnego, odpowiadające dwóm różnym koncepcjom natury ludzkiej oraz dwóm różnym „socjologiom”. Pierwszy typ został zaproponowany przez Thomas'a Hobbes'a, według którego stan naturalny jest stanem bez jakichkolwiek więzi między jednostkami. Typ drugi zaproponował John Locke. Wykluczał on istnienie w owym hipotetycznym stanie dość rozwiniętych stosunków społecznych, przesuwając granicę między nim a stanem w pełni społecznym (społeczeństwem obywatelskim) do punktu powstania politycznych gwarancji stosunków społecznych spontanicznie ukształtowanych dużo wcześniej na podstawie zasad prawa naturalnego¹⁰⁹.

¹⁰⁷ R. Tokarczyk, *Filozofia prawa*. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 117.

¹⁰⁸ Zob. J. Szaczki, *Historia...*, s. 65.

¹⁰⁹ Tamże, s.66-67.

Pierwszy typ koncepcji ujmuje człowieka jako istotę z natury aspołeczną (tradycja epikurejska). Jednakże z uwagi na fakt, iż jednostki mają takie same uprawnienia naturalne powstają między nimi rywalizacja i walka. „Stan naturalny jest więc stanem wojny wszystkich ze wszystkimi. Jedynie władza zwierzchnia uzyskuje posłuch, głównie dlatego, iż jest ona zagwarantować bezpieczeństwo życia i własności. Tylko taki rodzaj władzy jest w stanie zagwarantować obowiązywanie zakazów prawa naturalnego i nakazów”¹¹⁰.

Również u podstaw koncepcji drugiego typu widoczna jest antropologia indywidualistyczna. Jednakże w tym przypadku zakłada, iż człowiek jest *homo socius*, istotą społeczną, która dąży do współpracy z innymi ludźmi w celu osiągnięcia wspólnych korzyści. Niewątpliwie pogląd ten nawiązuje do arystotelesowskich i tomistycznych poglądów, według których jedną z cech właściwych człowiekowi jest popęd społeczny (*appetitus societatis*). Oznacza to, iż stan naturalny nie musi być stanem wojny, lecz może być stanem pokoju, dobrej woli, wzajemnej pomocy i zachowania¹¹¹. Należy dodać, iż Locke traktował stan naturalny jako stan społeczny, który co prawda nie jest tak doskonały jak stan społeczeństwa obywatelskiego, ale umożliwia on zarówno współpracę, jak i ochronę życia, wolności i majątku. Przyznaje jednakże rację Hobbesowi, iż występuje między ludźmi rywalizacja - ale tylko w sytuacji pojawienia się pieniądza. To pieniądz prowadzi do powstania nierówności społecznej. Jedynie tylko stworzenie społeczeństwa obywatelskiego (*civil society*) daje bezpieczeństwo wszystkim ludziom¹¹².

Poruszając problem natury jednostki warto odnieść się do poglądów szkockiego filozofa i historyka David'a Hume'a. W *Traktacie o naturze ludzkiej* pisze: "(...) natura ludzka pozostaje zawsze co do swych pierwiastków (*principles*) i działań taka sama. Te same motywy wywołują zawsze te same czyny, te same skutki wynikają z tych samych przyczyn (...). Ludzie są tak dalece, bez względu na czas i miejsce, tacy sami, że historia nie powie nam w tej materii nic nowego ani niezwykłego. Główny jej pożytek wyłącznie polega na tym, że wykrywa ona stałe i powszechne pierwiastki natury ludzkiej, ukazując człowieka w najróżniejszych okolicznościach i warunkach, i że dostarcza materiału, na podstawie którego możemy obserwować i poznawać trwale mechanizmy postępowania i zachowania się

¹¹⁰ Th. Hobbes, *Lewiatan*, ..., s. 5-6.

¹¹¹ Por. Z. Ogonowski, Locke. PWN, Warszawa 1972.

¹¹² Zob. D. Pietrzyk – Reeves, *Idea społeczeństwa obywatelskiego. Współczesna debata i jej źródła*. UW. Wrocław, 2004.

ludzi. Te opowiadania o wojnach, intrygach, walkach stronnictw i rewolucjach są zbiorami tyluż doświadczeń, za pomocą których polityk albo filozof ustala zasady swej nauki, podobnie jak fizyk lub przyrodnik zapoznaje się z naturą roślin, minerałów albo innych przedmiotów zewnętrznych dzięki doświadczeniom, które gromadzi”¹¹³.

Według Hume'a natura to wielość zjawisk i procesów poznawczych powstałych na skutek obserwacji i doświadczeniu, nie zaś norma, która mogłaby służyć do oceniania, co jest dobre, a co złe. David Hume rozważał również nad problemem, dlaczego ludzie poddają się społecznym regułom, nawet jeśli nie przynoszą one im bezpośrednio korzyści? Według Hume'a człowiek nie posiada jasną świadomość długofalowego interesu. Natomiast ma on szczególną zdolność psychiczną, którą nazwał *oddźwiękiem uczuciowym*, czyli sympatią. Zdolność ta polega na na zwyczajnym udzielaniu uczuć: "(...) na kierowaniu się w swym postępowaniu nie tylko tym, na co ma się ochotę lub co przynosi bezpośrednią korzyść, ale i tym, jak na to postępowanie reagują inni. Nie chodzi przy tym o obawę przed innymi, lecz o należącą do ludzkiej natury skłonność do stawiania się w położeniu drugiego człowieka, która na przykład nie pozwala wyrządzić mu krzywdy bez doświadczenia samemu przykrości równie niekiedy intensywnej jak przykrość wywołana przez krzywdę, jakiej doznało się samemu”¹¹⁴.

Przedstawione filozoficzne rozważania na temat prawa naturalnego, pozwoliły poznać różne koncepcje opisujące naturę człowieka, stan natury czy zasady działania prawa natury. Pomimo wielu różnic, jakie występują pomiędzy empirystami i racjonalistami, łączy ich w pewnym sensie przekonanie, iż jednostka staje się bezbronna wobec społeczeństwa a jej prawa mogłyby być zagrożone. Jedynie państwo jest w stanie skłonić obywateli do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa. Stąd właśnie zainteresowanie świadomością prawną wśród socjologów.

Powstaje zasadnicze pytanie: Czy można utożsamiać świadomość prawną ze świadomością społeczną?

Samo pojęcie „świadomość prawna” trudno zaliczyć do udanych. Sugeruje ono bowiem, że jest to jakaś forma świadomości w znaczeniu psychologicznym. Tymczasem pojęcie świadomości prawnej jest zakresowo szersze od świadomości jako pewnej kategorii psychologicznej. Podobnego zdania jest również Anna Turska, Otóż w jej przekonaniu można przyjąć, iż świadomość prawna jest częścią składową

¹¹³ D. Hume, Traktat o naturze ludzkiej, t. 2, w: O uczuciach. PWN, Warszawa 1963, s. 172-173.

¹¹⁴ Tamże, s. 121-122

świadomości społecznej. Zawiera się ona bowiem zarówno w społecznie zróżnicowanej ideologii państwa i prawa, jak i w określonych zjawiskach psychiki społecznej. Do owych zjawisk Turska zalicza po pierwsze - percepcję porządku prawnego według różnych modeli poznania racjonalnego z bezpośrednich i pośrednich źródeł obowiązującego prawa oraz dzięki poznaniu irracjonalnemu. Po drugie – ocenę obowiązującego porządku prawno- politycznego oraz ocenę moralną, logiczną i prakseologiczną. Wreszcie trzecim zjawiskiem jest postawa dążeń jednostki. Do sfery tych zjawisk Turska dodatkowo zaliczyła motywację działania oraz wpływ usytuowania państwa i prawa w hierarchii innych regulatorów społecznych¹¹⁵. Wydawałoby się, iż „W tych wymiarach – pisze Turska - zjawisko świadomości prawnej mieściłoby się w ramach psychologii społecznej, która zdaniem jednego z twórców tej dyscypliny, Allport'a, jest badaniem społecznego zachowania się i społecznej świadomości jednostki”¹¹⁶.

Jednakże niezbędna w tym zakresie analiza pozytywnego prawa, a zwłaszcza wpływ określonego stanu świadomości prawnej na sprawne funkcjonowanie obowiązujących instytucji prawnych, wychodzi już daleko poza zainteresowania psychologii społecznej.

Mówiąc dalej za Turską „ (...) samo zjawisko świadomości prawnej przez swe zakotwiczenie w psychice jest zjawiskiem ideologicznym, uwarunkowanym treścią i siłą motywacyjną nadbudowy polityczno- prawnej”¹¹⁷. Traktując świadomość prawną jako formę świadomości społecznej trudno nie wspomnieć co na ten temat pisał W. Wundt¹¹⁸. Tym bardziej, iż jego twórczość odnośnie rozumienia świadomości prawnej wpłynęła w dużym stopniu na poglądy cytowanej autorki.

Wundt przedstawił różny sposób pojmowania świadomości prawnej przez prawników i psychologów. Według jego teorii „Prawnicy (...) wychodzą z popularnego pojęcia świadomości, odrywając pojęcie świadomości i samoświadomości, znajomości od treści świadomości”¹¹⁹. Dodatkowo istotę świadomości prawnej można przedstawić na dwa sposoby. Otóż może to być świadomość rozumiana jako „(...) sztywna budowla, jak inne funkcje świadomości; bądź rozumiana jako związek

¹¹⁵ A. Turska, Problemy teorii opinii publicznej w związku z psychologiczną i społeczną analizą prawa, w: Studia z teorii prawa (red). S. Ehrlich. PAN, Warszawa 1965, s.263-264.

¹¹⁶ Tamże, s. 264.

¹¹⁷ Tamże, s. 265.

¹¹⁸ Zob. E. Konig, Wilhelm Wundt jako psycholog i jako filozof. Warszawa, 1904.

¹¹⁹ Tamże, s. 267.

płynnych duchowych procesów opartych na instynkcie, popędzie, poczuciu”¹²⁰.

Zatem, nie można trafnie zdefiniować świadomości prawnej bez starannej analizy owych zewnętrznych przyczyn, w których mechanizmy działania instytucji polityczno- prawnych stanowią problem centralny.

Zbieżne ze stanowiskiem Anny Turskiej odnośnie przedmiotu świadomości prawnej wydaje się być również stanowisko Stanisława Ehrlich’a. Definiuje on świadomość prawną jako „całokształt ocen odnoszących się do obowiązujących lub postulowanych instytucji politycznych i prawnych, ocen które opierają się na pewnej znajomości prawa, znajomości jego zastosowania oraz co najmniej elementarnym rozeznaniu w funkcjonowaniu instytucji politycznych”¹²¹. Oznacza to, iż przedmiotu świadomości prawnej nie można tylko i wyłącznie ograniczyć do prawa. Zawiera się ona bowiem również w poglądach na władzę państwową czy też na organy władzy państwowej. W związku z powyższym charakterystycznym dla koncepcji przedmiotu świadomości prawnej staje się świadomość prawno – polityczna. Interesujące jest to, iż Ehrlich dostrzegając złożoność zjawisk składających się na omawiane pojęcie, definiuje świadomość prawną jako całokształt ocen odnoszących się do obowiązujących lub postulowanych instytucji politycznych i prawnych. Natomiast oceny te są poparte znajomością elementarnych podstaw funkcjonowania prawa.

Wydaje się, iż spośród przedstawionych koncepcji przedmiotu świadomości prawnej Maria Borucka – Arctowa prezentuje stanowisko pośrednie. Za przedmiot świadomości prawnej uznaje ona normy prawne¹²². Dokładna analiza istoty funkcjonowania i oddziaływania norm prawnych na świadomość jednostki zostanie przedstawiona w dalszej części pracy. Warto tutaj jedynie zasygnalizować, iż są to zarówno normy prawne pojedyncze, jak też tworzące instytucje prawno – polityczne, pod warunkiem że są one uregulowane normami prawnymi. Przedmiotem tym mogą być również zachowania się, a w szczególności- decyzje stosujących prawo¹²³.

Przedstawione konstrukcje świadomości prawnej stosunkowo różnią się od siebie. Nie ulega jednak wątpliwości fakt ,iż świadomość prawna będąca formą świadomości społecznej musi pozostawać w ścisłym związku z jej innymi formami

¹²⁰ Tamże, s. 268-269.

¹²¹ Zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia...,s. 175.

¹²² Dokładny opis poglądów M. Boruckiej – Arctowej znajdzie czytelnik w :O społecznym działaniu prawa. PAN, Warszawa 1967.

¹²³ Zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia...tamże.

„(...) przede wszystkim zaś ze świadomością moralną”¹²⁴. Trudność jednakże tkwi w tym, iż świadomość prawna ze względu na swój przedmiot nie może być utożsamiana ze wspomnianą świadomością moralną. Przedmiotem świadomości prawnej może być - zgodnie z tym co zostało wcześniej powiedziane – prawo pozytywne, świadomość prawno – polityczna, czy też normy prawne. Natomiast przedmiotem świadomości moralnej są „(...)działające w społeczeństwie liczne porządki moralne”.¹²⁵

Reasumując można uznać, iż świadomość prawna przez sam fakt związku z psychiką jest zjawiskiem psychologii społecznej. Z drugiej jednak strony – mówiąc za Turską¹²⁶ - świadomość prawna jest „zjawiskiem ideologicznym, uwarunkowanym treścią i siłą motywacyjną nadbudowy polityczno – prawnej. Nie powinien zatem dziwić fakt, iż teoretyczna problematyka świadomości prawnej ma tak wszechstronne powiązania z różnymi dyscyplinami naukowymi. Źródłem jednakże wszelkich dociekań socjologiczno – prawnych (a także psychologicznych) są bez wątpienia poglądy nowożytnych przedstawicieli empiryzmu i racjonalizmu. To w ich rozważaniach (po okresie antycznych poglądów na temat prawa), człowiek stał się głównym obiektem zainteresowania. (W rozdziale czwartym został poruszony problem człowieka jako źródła wolności i praw).

Podjmując dywagacje na temat przedmiotu świadomości prawnej, a więc i prawa naturalnego należałoby przejść do bardziej szczegółowego omówienia rozwoju teorii podmiotowości.

¹²⁴ Tamże,s.8.

¹²⁵ Tamże

¹²⁶ A. Turska, Problemy teorii...,s. 265.

2.6 Podmiot świadomości prawnej

Kształtowanie się podmiotowości

Zanim zostanie przedstawiona analiza kształtowania się podmiotowości należy, w ramach wstępu przedstawić ogólną koncepcję podmiotu świadomości prawnej *sensu stricto*.

Świadomość prawna, jak już wiadomo oznacza pewne treści wyobrazeniowe, dotyczące państwa i prawa, które można przypisać określonej grupie społecznej, przy czym rzeczywistymi podmiotami tych treści są tylko poszczególni ludzie. Anna Gryniuk, twierdzi, iż większość występujących określeń świadomości prawnej zawiera elementy podmiotowe. Jest to związane z używaniem określeń typu: świadomość prawna jednostki, grupy społecznej, klasy, warstwy społecznej czy też społeczeństwa¹²⁷. Jednakże – na co zwraca Turska – „Świadomość prawna (...) oznacza pewne treści wyobrazeniowe, dotyczące państwa i prawa, które można przypisać określonej grupie społecznej, przy czym rzeczywistymi podmiotami tych treści są tylko poszczególni ludzie”¹²⁸

Skoro podmiotem świadomości prawnej są konkretni ludzie (nawet jeśli mówimy o świadomości prawnej grupy społecznej), to w jaki sposób przebiegało rozciągnięcie idei podmiotowości na wszystkich ludzi, a nie tylko na nielicznych wybrańców?

Chcąc udzielić rzetelnej odpowiedzi na tak postawione pytanie należałoby sięgnąć do źródeł kształtowania się podmiotowości, która podlegała stopniowej sekularyzacji, humanizacji a w ostateczności socjalizacji. Nie ulega żadnej wątpliwości, iż początkowo podmiotowość traktowano jako coś ponadnaturalnego, a więc umiejscawiano ją poza ludzkim i społecznym światem. Przypisywano ją siłom animistycznym, personifikowano bogów – owa metafizyczna moc była czymś zewnętrznym, czymś niedostrzeganym przez śmiertelników. W kolejnej fazie, co prawda podmiotowość „zeszła na ziemię” ale jeszcze nie została przypisana ludziom. Utożsamiano ją z siłami natury, to jak funkcjonuje społeczeństwo, jak kształtuje się jego historia, itp. Było determinowane przez fizykę, astronomię czy biologię. Po okresie przyrodniczej fascynacji nadszedł czas ulokowania podmiotowości w ludziach ale nie przeciętnych tylko w prorokach, odkrywcach, wodzach a więc podmiotowość przysługiwała tylko Wielkim Jednostkom, którzy posiadając moc

¹²⁷ A. Gryniuk, Świadomość prawna...,s. 9.

¹²⁸ A. Turska, Problemy teorii...,s. 264.

wrodzoną, a nie nabytą moc charyzmatyczną przyczynili się do rozwoju społeczeństwa. W tym przypadku można mówić o humanizacji, a nie socjalizacji podmiotowości. Przeciwną koncepcję przedstawił Ralf Gustav Dahrendorf. W zaproponowanym przez niego „konfliktowym modelu” społeczeństwa, pisał: „Społeczeństwo ma dwa równie rzeczywiste oblicza: oblicze stabilności, harmonii i zgody oraz oblicze zmiany, konfliktu i przymusu”¹²⁹. Tylko konflikt społeczny prowadzi do zmiany społecznej. Tutaj zmianę społeczną (ale nie zmianę w społeczeństwie) Dahrendorf upatruje w działalności dewiantów, a nie bohaterów.

Wraz z narodzinami socjologii podmiotowość uległa socjalizacji ale jednocześnie została ulokowana w społeczeństwie. Jednakże społeczeństwo było postrzegane w ujęciu organicznym, jako samoregulująca i samoprzekształcająca się całość. Podmiotowość była traktowana jako przyrodzona moc organizmu społecznego (ewolucjonizm, progresywizm). Wiek XX był okresem kiedy podmiotowość ulegając humanizacji i socjalizacji odnalazła się w działaniach podmiotów społecznych. Wybitne jednostki, którym wcześniej przypisywaną nadprzyrodzoną inteligencję i charyzmę wrócili do roli podmiotów, a ich cechy zostały uznane jako następstwo społecznego oddziaływania. Ich przewodnictwo przybrało charakter przedstawicielstwa aktywności realizowanej w imieniu ludzi.

Kolejna zmiana zaszła z pojawieniem się socjologicznego myślenia o podmiotowości. Przedmiotem badań zaczęły być role społeczne, a nie osobowe przymioty. Szczególnym zainteresowaniem cieszyły się te role, które miały prerogatywy do wprowadzania zmian. Na pierwszy plan wysunął się problem legitymizacji urzędów i osób w nich pracujących¹³⁰. Niewątpliwie był to przełomowy moment w dziejach rozwoju podmiotowości, który w dalszej kolejności przyczynił się na rozciągnięcie idei podmiotowości na wszystkich ludzi, na wszystkie role społeczne. Faktem jest, iż działania (w sensie dystrybucyjnym) pojedynczej jednostki są praktycznie niezauważalne na tle całego społeczeństwa, ale zmianę traktowano jako łączny rezultat działań wszystkich ludzi. Socjologia do swoich rozważań zapożyczyła niektóre pojęcia (np. metafora rynku gospodarczego) z nauk ekonomicznych. Dzięki temu możliwe było wytłumaczenie, istotnych dla niniejszej rozprawy, motywów decyzji podejmowanych przez konsumentów, producentów,

¹²⁹ R. Dahrendorf, Teoria konfliktu w społeczeństwie przemysłowym, w: Współczesne teorie socjologiczne, t.1. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006, s. 456.

¹³⁰ P. Sztompka, Socjologia zmian...,s. 184.

kupujących oraz sprzedających. Duże znaczenie odegrały koncepcje cytowanego wcześniej Roberta Merton'a o niezamierzonych i ukrytych efektów ludzkiego zachowania. Jednakże we współczesnym społeczeństwie nie wszystkie zmiany społeczne mają niezamierzony charakter i nie wszyscy ludzie działają w odosobnieniu. Według współczesnych socjologów¹³¹, mamy do czynienia z kompilacją indywidualnych i spontanicznych zmian wraz z zamierzonym, zbiorowym działaniem. Warto zatem przejść do rozważań na temat nowoczesnego rozumienia podmiotowości.

¹³¹ Będzie o nich mowa w dalszej części pracy.

Nowoczesne teorie podmiotowości

Genealogia współczesnej podmiotowości wywodzi z 1967 wraz z pojawieniem się pojęcia *morfogenezy* opisanej w książce *Sociology and Modern Systems Theory* autorstwa Walter'a Buckley'a. W jego poglądach przebijał model systemowy (funkcjonalizm Talcott'a Parsons'a). Buckley trwał w przekonaniu, iż model systemowy posiada potencjał do zsyntetyzowania modeli interakcyjnych w spójny system pojęciowy – teorię elementarną procesów społeczno – kulturowych. Model ten zakłada istnienie systemu wchodzących ze sobą w interakcje komponentów z wewnętrznym źródłem napięcia, a całość jest zaangażowana w ciągłą wymianę ze zmieniającym się środowiskiem zewnętrznym i wewnętrznym. W konsekwencji środowisko wewnętrzne zostaje odwzorowywane w strukturze¹³². Buckleyowskie pojęcie morfogenezy dotyczy rozwijania lub zmieniania danej formy czy systemu społecznego. Owa zmiana, rozwój dokonuje się automatycznie, samoistnie (związek z modelem organicznym). Według Buckley'a podmiotowość nie została wyzwolona z owej systemowej „klatki”.

Nieco odmienną koncepcję głoszą zwolennicy społeczeństwa aktywnego. Przykładowo, Amitai Etzioni w *The Active Society: A Theory of Societal and Political Processes*¹³³ wyraża pogląd, iż tak naprawdę istnieje społeczeństwo aktywne (teoria samoierowania), a więc takie w którym uwidacznia się *makroskopowy* i *społeczny ruch*. Społeczeństwo jest zaangażowane w procesy samoprzekształcania, tym samym odrzuca on pogląd „społecznej klatki” Buckley'a. Podobnego zdania był francuski socjolog Alain Touraine, który jest zwolennikiem *samotworzącego się społeczeństwa*. Socjolog ten upatrywał rozwój społeczeństwa w *ruchach społecznych*: „Osobiście uczestniczyłem w tej transformacji, stale podkreślając znaczenie *aktorów społecznych* i zastępując ideę klasy społecznej ideą *ruchu społecznego*. Idea aktora społecznego nie da się oddzielić od idei podmiotu. (...) ta choroba cywilizacyjna często nas dotyka. Z jednej strony żyjemy pod urokami narcystycznego indywidualizmu, z drugiej – dopada nas często nostalgia bycia podmiotem (w dawnym znaczeniu tego słowa, a my sami przydajemy mu nowy wymiar estetyczny bądź religijny), z trzeciej wreszcie strony, robimy co do nas

¹³² Zob. W. Buckley, *Sociology and Modern Systems Theory*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, 1967, s. 81, 128.

¹³³ A. Etzioni, *The Active Society: A theory of Societal and Political Processes*. Free Press, New York 1968. Zob. www.amitaietzioni.org.

należy, odgrywamy nasze role, konsumując, głosując i podróżując, tak jak się od nas tego oczekuje. Wiedziemy kilka żywotów (...)"¹³⁴. Alain Touraine sądził, iż ruch społeczny jest najważniejszym z podmiotów działających, ponieważ rzeczywistość historyczna jest tworzona przez konflikty i negocjacje ruchów społecznych, które nadają orientacjom kulturowym specyficzną społeczną formę¹³⁵.

Odrzucenie ewolucjonizmu na rzecz ruchów społecznych jako kluczowych podmiotów działających Touraine łączy z powstaniem społeczeństwa postindustrialnego (*post – industrial society*). Tym samym nawiązuje on do poglądów Daniela Bell'a zawartych w książce *The Coming of the Post-industrial Society*. Zdaniem amerykańskiego socjologa wiedza zastępuje własność jako główny przedmiot zabiegów oraz jako najważniejsze źródło władzy i dynamizmu społecznego¹³⁶.

Dalszy rozkwit podmiotowości widoczny jest w pracach socjologów organizacji, których obiektem zainteresowania są zależności między działającymi jednostkami a systemami. Poglądy te nawiązują do strukturalno – funkcjonalistycznej teorii działania Talcott'a Parsons'a. Twierdził on, iż organizacja społeczna musi spełniać takie same wymogi jak wszystkie systemy społeczne. Oznacza to że zarówno w systemach, jak i organizacjach musi występować adaptacja, osiąganie celu, integracja oraz utrzymanie procedur (Weberowskie studium biurokracji).

Michel Crozier oraz Erhard Friedberg, podobnie zresztą jak Touraine, odrzucając automatyzm, finalizm i nieuchronność (prawa historii) zaproponowali wizję zmiany społecznej jako nieustannej strukturalizacji, restrukturalizacji areny, na której ludzie podejmują działania w odpowiedzi na problemy i wyzwania, z którymi muszą się zmierzyć.

Zmiana społeczna ma charakter narastający, wyłania się z toczonych przez nich społecznych gier, negocjacji, pertraktacji, konfliktów i kooperacji. Działania zbiorowe tego rodzaju są w naturalny sposób twórcze za sprawą mechanizmu zbiorowego uczenia się, w którym jednostkowe odkrycia i innowacje przeobrażają się we wspólne praktyki społeczne i zostają wbudowane w system¹³⁷. Jest to swego rodzaju odejście personalizacji organizacji, która była postrzegana jako istota ludzka. Organizacje

¹³⁴ A. Touraine, *Critique de la modernité*. Fayard, Paris 1992, s. 259 – 262. Zob. s. 264 – 286.

¹³⁵ Zob. A. Touraine, *Social movements and social change*, w: O. Fals Borda, *The Challenge of Social Change*. Sage, London 1985, s. 77-79.

¹³⁶ D. Bell, *The Coming of the Post-industrial Society*. Heinemann, London 1974.

¹³⁷ Zob. P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 187.

zaczęto postrzegać jako rezultat prób rozwiązania swoich problemów przez ludzi mających określone motywacje. Są one społecznie konstruowane przez indywidualne działania członków, którzy żywią wobec siebie jakieś oczekiwania.

Można uznać, iż pod koniec XX wieku socjologowie zaczęli głosić pogląd, iż zbiorowe uczenie się (*uczące się społeczeństwo*) jest jednym z fundamentalnych mechanizmów samoprzekształcania się społeczeństwa i to wydaje się stanowić zasadniczy wkład w poszukiwaniu podmiotowości.

Poruszając problem strukturalizacji trudno nie odwołać się do poglądów Anthon'ego Giddens'a oraz jego idei *strukturalizacji*.

Fundamentem teorii socjologicznej Giddens'a jest niewątpliwie koncepcja podmiotowości, w której jednostki jawią się jako twórcy i wcześniejsi aniżeli socjologowie interpretatorzy tworzonego przez siebie ładu społecznego. Swoją teorię najpełniej przedstawił w *Stanowienie społeczeństwa*. Dążył do stworzenia takiej teorii socjologicznej, w której zostałaby zniesiona antynomia *agency and structure* – jednostki i społeczeństwa, wolności i przymusu, działania i systemu społecznego. Jak już wiadomo system i struktura w ujęciu organicyzmu i funkcjonalizmu zakłada zupełnie inną filozofię działania systemu i jednostki (społeczna rzeczywistość *sui generis*, wywiera zniewalający wpływ na jednostkę, określając tym samym rodzaj postępowania). Giddens musiał zatem odrzucić taką ortodoksyjną wizję społeczeństwa, przyjmując uzależnienie działania jednostek od reguł, które są analogiczne do reguł, jakim podlegają akty mowy. Proponuje przekształcić statyczne pojęcie struktury w dynamiczną kategorię *strukturalizacji* jako opisu zbiorowych zachowań ludzkich. „Struktura jako powtarzalnie zorganizowany zbiór reguł i zasobów jest czymś ponadczasowym i nieprzestrzennym, jest trwała w swych przejawach i koordynacjach jako ślady pamięci, odznacza się nieobecnością podmiotu. Systemy społeczne, w które struktura jest uwikłana obejmują natomiast reprodukowane w czasie i przestrzeni usytuowane czynności podmiotu. Analizowanie strukturalizacji systemów społecznych to tyle, co badanie sposobów , w jakie są one wytwarzane i odtwarzane”¹³⁸. Reguły i zasoby, których używają działające jednostki, są przekształcane przez sam proces ich używania.

Dwoistość struktury polega na tym, iż reguły i zasoby, których używają działające jednostki, są przekształcane przez sam proces ich używania. Stają się zarówno środkiem, jak i wynikiem praktyk, które konstytuują te systemy. Według

¹³⁸ A. Giddens, *Stanowienie społeczeństwa*. Zysk i S-ka, Poznań 2003, s. 64.

Giddensowskiej koncepcji strukturacji głównym jej elementem jest wiedza lub refleksyjność podmiotów (aktorów społecznych). "Aktorzy społeczni mają znaczną wiedzę o warunkach i konsekwencjach tego, co robią w życiu społecznym"¹³⁹.

Giddens wyróżnia trzy rodzaje czy też poziomy wiedzy, którą kierują się wszyscy uczestnicy życia społecznego. Jest to, po pierwsze, wiedza dyskursywna, czyli taka, którą jej posiadacze potrafią ująć w słowa, objaśniając ro, co robią. Jest to, po drugie, wiedza praktyczna, niezwykle ważna w podejmowaniu działania. Jest to, po trzecie, podświadomość, która wydawałoby się nie odgrywa poważniejszej roli, jednakże jest niezwykle ważna jako czynnik, od którego zależy poczucie „ontologicznego bezpieczeństwa”¹⁴⁰. Owa szczegółowa analiza „świadomości praktycznej” i „świadomości dyskursywnej” działających jednostek ludzkich wychodzi znacznie poza wcześniejsze „socjologie interpretatywne”.

Podmiotowość w ujęciu Giddens'a znajduje swe ostateczne ucieleśnienie w jednostkowych istotach ludzkich. Nie jest tendencją systemu ani też nieokreślonym dążeniem zorientowanym na zmianę zbiorowości, klas, ruchów. Podmiotowość jest ujawnia się w codziennym zachowaniu zwykłych ludzi.

Teoria podmiotowości stała się centralnym obszarem rozważań współczesnej socjologii. Rzeczywistość społeczna zaczęła być postrzegana przez pryzmat współczynnika podmiotowego. Należy zatem rozumieć, iż społeczeństwo jest procesem, którego zmiana jest determinowana przez moc podmiotową jednostek ludzkich i zbiorowości społecznych (endogeny charakter). Działanie zachodzi w kontekście zastanych struktur, natomiast wymiana między działaniem a strukturą odbywa się w czasie, na drodze naprzemiennych faz podmiotowej kreatywności i strukturalnej determinacji¹⁴¹.

Warto zasygnalizować, iż Anthony Giddens, jak i również Francis Fukuyama, Samuel Huntington, Ulrich Beck czy Zygmunt Bauman podjęli temat społeczeństwa nowoczesnego, zwanego również społeczeństwem *ryzyka*. Według Giddens'a w pełni rozwiniętą nowoczesność znamionuje rozpowszechnione zwątpienie w opatrność. Istota sprawy polega na tym, iż zmiany te wykraczają poza wszelkie oczekiwania człowieka i wymykają się jego kontroli. Natomiast nadzieje człowieka na coraz skuteczniejsze podporządkowanie sobie społecznego i naturalnego

¹³⁹ Tamże, s. 331.

¹⁴⁰ A. Giddens nawiązuje tutaj do Freudowskiej koncepcji Id, Ego i Superego.

¹⁴¹ Por. P. Sztomka, Socjologia..., s. 191.

środowiska okazują się bezzasadne. W przekonaniu angielskiego socjologa, los w warunkach nowoczesności nadal bywa pojmowany na sposób tradycyjny, ale zasadniczo nie przystaje do orientacji, która fundamentalne znaczenie przypisuje ryzyku. Uznanie istnienia ryzyka jako takiego, do czego w jakimś stopniu zmuszają nas abstrakcyjne systemy nowoczesności, oznacza przyjęcie do wiadomości i akceptację tego, że nasza działania w żadnej mierze nie układają się w określony z góry przebieg i zawsze pozostają otwarte na przygodne zdarzenia¹⁴².

W tym sensie właściwa jest charakterystyka nowoczesności, jaką proponuje Ulrich Beck w dziele *Spółeczeństwo ryzyka*. Określenie to nie ogranicza się wyłącznie do stwierdzenia faktu, iż nowoczesne społeczeństwo niesie nowe zagrożenia, którym ludzkość musi położyć kres. Mówiąc za Beckiem – „(...) idzie nie tylko o konsekwencje zdrowotne dla człowieka i natury, lecz także o społeczne, gospodarcze, polityczne konsekwencje skutków ubocznych tych skutków ubocznych; należą do nich: załamanie rynku, dewaluacja kapitału, biurokratyczne kontrole decyzji przedsiębiorstw, otwarcie nowych rynków, gigantyczne koszty, procesy sądowe, utrata twarzy. W społeczeństwie ryzyka (...) powstaje *polityczny potencjał katastrof*. Obrona przed nimi i sprawowanie kontroli mogą obejmować *reorganizację władzy i kompetencji*”¹⁴³. Zatem dla Ulrich'a Beck'a społeczeństwo ryzyka jest społeczeństwem katastrof, a jego głównym zagrożeniem jest to, iż stany wyjątkowe stają się dla ludzi stanami normalnymi. Według cytowanego socjologa, o ile kiedyś „widzieliśmy” pewne zagrożenia, tak w chwili obecnej nie jesteśmy świadomi istniejącego ryzyka, ponieważ nie potrafimy go dostrzec. W konsekwencji jednostka podejmuje swoje działania w oparciu o opinie wydawane przez „specjalistów”. Słynne powiedzenie Zygmunta Baumana: „Spółeczeństwo ryzyka jest więc rajem dla oszustów i kłamców. (...) Specje mogą, bez wielkiego ryzyka, nie bojąc się przyłapania na kłamstwie, bagatelizować ryzyka realne oraz wyolbrzymiać te minimalne, czy całkiem urojone”¹⁴⁴.

W oparciu o definicje społeczeństwa nowoczesnego można uznać, iż żyjąca w nim jednostka traktowana przyjmuje rolę *racjonalnego aktora* o nastawieniu liberalnym i demokratycznym. Proszę zważyć, iż z końcem XX i początkiem XX

¹⁴² Zob. A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. Ja i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. PWN, Warszawa 2001, s. 22 – 49.

¹⁴³ U. Beck, *Spółeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2004, s. 33.

¹⁴⁴ Zob. Zygmunt Bauman, *Dyktatura ekspertów w społeczeństwa ryzyka*, w: www.wiadomoci24.pl

wieku społeczeństwo przybrało nazwę społeczeństwa konsumpcyjnego, nastawionego na czerpanie radości z konsumowania, szeroko pojmowanych, wytworów współczesnej cywilizacji. Człowiek chcąc przetrwać w stale zmieniających się warunkach musi wykazywać umiejętność szybkiego reagowania na zmiany. Czym zatem charakteryzuje się nowoczesna osobowość?

Osobowość nowoczesna

Wielu socjologów, począwszy od Agust'a Comte'a, Max'a Weber'a czy Talcott'a Parsons'a prowadziło rozważania na temat swoistości nowoczesności. Nie wdając się tutaj w ich szczegółową analizę można je przedstawić jakby w pięciu głównych filarach. Pierwszy dotyczy *indywidualizmu*. Jednostka w społeczeństwie nowoczesnym przestaje być uzależniona od narzuconych więzi grupowych, a obdarzona prawami (obywatelskimi, konsumenckimi), sama może decydować o kształcie swojej indywidualnej historii. Co więcej, sama jest odpowiedzialna za podejmowane przez nią decyzje. Drugi filar nawiązuje do zasady *dyferencjacji* czyli odnosi się do zróżnicowania i wielości opcji we wszystkich dziedzinach życia. Dyferencjacja dotyczy przede wszystkim pracy, gdzie występuje wielkie zróżnicowanie specjalizacyjne, wielość wymaganych kompetencji, umiejętności. Max Weber mówiłby o rosnącej sile szans życiowych (*Lebenschancen*): „Najbardziej podstawowym faktem ekonomicznym jest to, że sposób podziału rozporządzenia posiadaniem dóbr pośród wielu ludzi spotykających się i konkurujących na rynku w celu wymiany już sam w sobie tworzy swoiste szanse życiowe”¹⁴⁵. Ze względu na temat niniejszej rozprawy koniecznym wydaje się podkreślenie, iż omawiana dyferencjacja dotyczy sfery konsumpcji, gdzie możliwości wyboru towarów czy usług są praktycznie nieograniczone¹⁴⁶.

Sytuacja człowieka nowoczesnego dzięki indywidualizmowi oraz dyferencjacji daje jednostce faktyczną wolność, autonomię, czy też Weberowskie szanse życiowe. Wszystko jednak za cenę konieczności podejmowania decyzji i ponoszenia za nie odpowiedzialności. W konsekwencji zmusza to jednostkę do podejmowania racjonalnych działań. O racjonalnym podejmowaniu decyzji będzie jeszcze mowa w podrozdziale dotyczącym norm prawnych¹⁴⁷. W tym miejscu rozważania dotyczą racjonalizacji w odniesieniu do instytucji i organizacji.

Racjonalizm, jako trzeci filar nowoczesności oznacza dla Max'a Weber'a dominację struktur biurokratycznych, eliminujących życie osobiste i emocjonalne jednostek w miejscu pracy. Cenne natomiast są według niemieckiego socjologa umiejętności i kompetencje jednostki. Tylko wówczas możliwe będzie sprawne

¹⁴⁵ M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*. PWN, Warszawa 2002, s. 671.

¹⁴⁶ Zob. rozdz. 4.

¹⁴⁷ Podrozdz. 3.1.3.

rozwiązywanie problemów. Stanowisko to wyraża się również w rygorystycznym przestrzeganiu prawnych reguł organizacji. Racjonalność jest tutaj tożsama z sekularyzacją, a więc ze schyłkiem religijności (*racjonalizacja społeczeństwa*).

Czwartym filarem opisywanego społeczeństwa to ekonomizm, który nadaje swoisty styl życia społeczeństwu. Zjawisko to już nie odnosi się do marksistowskiej strategii politycznej eksponującej rolę związków zawodowych. Dziś terminem tym określa się redukcjonizm ekonomiczny w teorii społeczeństwa. Oznacza to, iż wartość jednostki jest mierzona tym, jaką ilość dóbr i pieniędzy zdoła zgromadzić, zanim odejdzie do świata zmarłych.

Wreszcie piąty filar dotyczy ekspansywności (globalizacji) kultury, konsumpcji, czy też stylu życia. Kultura globalna jest konsekwencją oddziaływania różnego rodzaju zjawisk o charakterze społecznym i kulturowym, takich jak stworzenie światowego systemu informacyjnego działającego za pośrednictwem satelitów oraz internetu. Wyróżnione filary, czy też mówiąc inaczej, zasady społeczeństwa nowoczesnego ukształtowały człowieka nowoczesnego w *Teatrze życia codziennego* (Erving Manual Goffman).

Z początkiem lat siedemdziesiątych amerykański socjolog Alex Inkeles przeprowadził badania osobowości człowieka nowoczesnego. Zgodnie z jego koncepcją nowoczesność należy traktować jako proces zmiany sposobów postrzegania, wyrażania i oceniania¹⁴⁸. Natomiast na osobowość ludzi żyjących w społeczeństwie nowoczesnym wpływają cztery czynniki. Są to: urbanizacja, industrializacja, ruchliwość społeczna oraz masowa komunikacja i oczywiście kultura. To właśnie Inkeles opisał *syndrom osobowości nowoczesnej*, którego realizacja zależy od społeczeństwa nowoczesnego.

Wspomniany model teoretyczny obejmuje dziewięć cech charakterystycznych dla osobowości nowoczesnej. Cechy te pozwolą na określenie podmiotu świadomości prawnej, jakim jest konsument XXI wieku. Co więcej adoptowanie koncepcji Inkeles'a ułatwi w dalszej części pracy określenie typu konsumenta oraz jego postawy wobec obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego.

Według Alex'a Inkeles'a jednostka o osobowości nowoczesnej musi przede wszystkim wykazywać potrzebę nowych doświadczeń, otwartość na innowacje i zmianę. Kwestia otwartości na innowację jest zbieżna z teorią Everett'a Hagen'a.

¹⁴⁸ I. Alex. Nowoczesność indywidualna – problemy i nieporozumienia, w: J. Kurczewska, J. Szacki, Tradycja i nowoczesność. Czytelnik, Warszawa 1984, s. 434.

Otóż Hagen wprowadził pojęcie osobowości innowacyjnej jako warunku wstępnego dla wzrostu gospodarczego, rozprzestrzeniania się przedsiębiorczości i formacji kapitalistycznej. Dla niego jednostka innowacyjna to przede wszystkim osoba pełna ciekawości, poszukująca lepszych rozwiązań problemów. To również osoba kreatywna o wysokim stopniu tolerancji. Według Everett'a Hagen'a za początek innowacyjności należy uznać zwiększenie mobilności społeczeństwa i otwarcie hierarchii klasowych i stratyfikacyjnych¹⁴⁹.

Kolejną cechą osobowości to świadomość wielości opinii i poglądów. Jednostka respektuje cudze opinie ale także uzasadnia swoje (asertywność). Tutaj nie chodzi o walkę z opiniami innych na dany temat, w tym przypadku istotne jest, nie kto to mówi, ale co mówi. Racjonalne rozwiązywanie problemów wyparło emocjonalny i tradycyjny dogmatyzm. Owa racjonalność wynika z kolejnej cechy jaką jest orientacja jednostki na przyszłość a nie na przeszłość (prospektywna orientacja). Jednostka nowoczesna przewiduje konsekwencje podejmowanych działań i stara się zapobiec możliwości popełnienia błędu. Niezwykle pomocne w tej kwestii jest poczucie mocy podmiotowej. Dotyczy ona przede wszystkim wyzwań ze strony natury, a w zasadzie jej ochrony (Ruch Zielonych, Green Peace) ale także porusza ona problemy ekonomiczne i polityczne, których sama jednostka nie jest w stanie rozwiązać.

Trudno mówić, że jednostka ma cechy osobowości nowoczesnej jeśli nie potrafi ona antycypować oraz planować przyszłych wydarzeń. Nie byłoby to jednak możliwe bez obiektywnych, w stosunku do jednostki, warunków polityczno – gospodarczych oraz moralno – prawnych. Siódma cecha osobowości nowoczesnej to poczucie arystotelesowskiej sprawiedliwości rozdzielczej. Nawiązując do filozofii Arystotelesa, sprawiedliwość rozdzielcza zakłada, że każdy kto uczestniczył w produkcji tego towaru musi dostać jakąś część zysku, która jest proporcjonalna do jego wkładu pracy. Zasada ta jest związana z zasadą merytokratyczną, postulującą nierówne wynagradzanie nierównych zasług.

Ósmym wyznacznikiem osobowości nowoczesnej jest dążenie do samodoskonalenia się. Wreszcie dziewiątą cechą charakterystyczną opisywanej osobowości jest szanowanie godności innych, nawet tych którzy zajmują niższą pozycję społeczną. Wyróżnione przez Inkeles'a właściwości nowoczesnej

¹⁴⁹ E. Hagen, *On the Theory of Social Change*. Dorsey Press, Homewood, II. Por. P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 224 – 225. Zob. Cz. Piecuch, *Kondycja człowieka współczesnego*. Universitas, Kraków 2006.

osobowości nie powinny stanowić listy lecz całokształt osobowości *sensu stricto*. To one właśnie wchodzi w skład wspomnianego syndromu osobowości nowoczesnej.

Wszystkie wyróżnione cechy osobowości nowoczesnej można przełożyć na podmiot świadomości prawnej, jakim jest indywidualny konsument lub grupa konsumentów. Przykładowo, innowacyjność polegałaby tutaj na chęci konsumentów do korzystania z szeroko pojmowanych nowości. Konsument nie zastanawia się nad tym, co było kiedyś, jakie dobra materialne były dla niego osiągalne. W czasach współczesnych, konsumenta cechuje przede wszystkim perspektywna orientacja, chęć nadążania za nowością, za tym co jest trendy. Należy również wierzyć w poczucie mocy podmiotowej konsumentów¹⁵⁰, bez której trudno ubiegać się o przysługujące konsumentowi prawa. Nie bez znaczenia jest również zaufanie konsumentów do porządku społecznego, w tym przypadku – zaufanie konsumentów do wymiaru sprawiedliwości¹⁵¹. Co więcej trudno mówić o osobowości nowoczesnej konsumenta bez jego woli do samodoskonalenia, zdobywania informacji o przysługujących mu prawach czy funkcjonowania instytucji chroniących jego interesy¹⁵². To, jaki jest naprawdę współczesny konsument, jaką wykazuje postawę w stosunku do prawa oraz czy jest świadom ich obowiązywania, dowiemy się w rozdziale zawierającym analizę materiału badawczego. Teraz należy zastanowić się nad elementami składowymi Giddensowskiej *świadomości praktycznej*. - w tym przypadku *świadomości prawnej (konsumenckiej)*.

¹⁵⁰ Zob. analizę wyników badań, rozdz. 6.

¹⁵¹ Tamże.

¹⁵² Tamże.

Rozdział 3

Elementy składowe świadomości prawnej

3.1. Znajomość prawa – zbiór hipotez

W socjologii współczesnej, a zwłaszcza w socjologii prawa, tak obcej, jak i zagranicznej, zdecydowanie dominuje pogląd, iż występują cztery elementy składowe świadomości prawnej, które również określają świadomość konsumencką. Zalicza się do nich: znajomość (wiedzę o prawie, w tym również wiedzę o prawie konsumenckim), ocenę prawa, postawy wobec prawa oraz postulaty wobec obowiązującego prawa¹⁵³. Co ciekawe spośród wszystkich wyróżnionych elementów najwięcej kontrowersji i zastrzeżeń budzi jednak przynależność postulatów do świadomości prawnej. Nie mniej jednak owe elementy są łatwe do zoperacjonalizowania i dzięki temu stanowią dogodny punkt wyjścia do badań empirycznych.

Znajomość prawa niewątpliwie należy do najważniejszych i najmniej budzących wątpliwości elementów składowych świadomości prawnej. Jednakże, jak słusznie zauważa Stanisław Ehrlich, przy omawianiu znajomości prawa należy wyróżnić organ państwowy, który dzięki posiadaniu grona specjalistów tworzy prawo, oraz organ stosujący prawo, który stanowią ludzie zawodowo mającymi z nim do czynienia, tj. specjaliści oferujący usługi doradcze¹⁵⁴.

Inaczej przedstawia się sprawa znajomości prawa przez adresatów przestrzegających norm prawa. „Nie mogą oni, nie będąc w przygniatającej większości przypadków wykwalifikowanymi prawnikami, posiadać tej wiedzy z zakresu prawa, co organ państwowy czy osoby o specjalnym prawniczym przygotowaniu”¹⁵⁵.

Zatem, problematyka z zakresu wiedzy prawa występuje w ścisłym związku z problematyką informacyjną prawa. Nie ulega wątpliwości fakt, iż największe zasługi w ustaleniu zakresu społecznej wiedzy o prawie przypisuje się Franciszkowi

¹⁵³ Zob. podrozdz. 4.3.

¹⁵⁴ S. Ehrlich, Wstęp do nauki o państwie i prawie. PWN, Warszawa 1979, s. 196.

¹⁵⁵ Tamże.

Studnickiemu oraz Adamowi Podgóreckiemu, którzy są twórcami istotnych i ważnych dla analizy pojęcia świadomości prawnej hipotez.

Pierwszą ze wspomnianych hipotez, której autorem jest Franciszek Studnicki, określa się mianem hipotezy optymalizacyjnej znajomości społecznej prawa. W myśl tej hipotezy zakłada się, iż każda dorosła, nieupośledzona umysłowo osoba dysponuje wiedzą o prawie, na którą składają się:

- a) informacje podstawowe,
- b) informacje, które są niezbędne ze względu na wymagania określonych ról społecznych,
- c) informacje potrzebne do bieżącego podejmowania decyzji. Ten rodzaj wiadomości Studnicki określa mianem „wiadomości *ad hoc*”¹⁵⁶.

Informacje podstawowe zawierają w sobie zasadnicze wiadomości o normach kształtujących ustrój państwa, najbardziej ogólną orientację o zasadach ważniejszych działów prawa, informacje o podstawowych procedurach i sposobach dotarcia do informacji szczegółowych. „Wiadomości, o których mowa, to nie tylko wiadomości zwerbalizowane, tj. takie, które jednostka ludzka potrafi odtworzyć posługując się usystematyzowanymi i spójnymi wypowiedziami. Stan owych wiadomości można uważać za zadowalający już wtedy, gdy umożliwiają one wstępną orientację (...)”¹⁵⁷

Kolejny element omawianej hipotezy wymaga omówienia pojęcia roli społecznej. W literaturze socjologicznej przyjmuje się pogląd, iż teoria roli jest ujęciem funkcjonalnym, dynamicznym, wyjaśnia zachowania jednostki za pomocą przyjętych bądź narzuconych jej „ról”. Zatem jednostka może spełniać kolejno, na przemian czy nawet równocześnie kilka jednocześnie ról społecznych. Każda z owych ról wyznaczona jest przez pewne oczekiwania. Owa różnorodność „ról” w jakich występuje jednostka, związana jest oczywiście z jej przynależnością do różnych grup społecznych, a to z kolei może wywoływać konflikty ról. Co ciekawe, omawiane pojęcie występuje w tak bardzo wielu teoretycznych modelach, schematach nauk społecznych, iż nie ma jednej zgodnej dla niego definicji. Nie mniej jednak, większość sformułowań sprowadza się do określenia „roli” czy też częściej

¹⁵⁶ F. Studnicki, *Cybernetyka i prawo*. Wiedza Powszechna, Warszawa 1969, s. 75- 87., zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, *Socjologia...*s. 176-177 i nast.

¹⁵⁷ Tamże, s. 77.

„roli społecznej” jako „(...)całości kształtu oczekiwań w stosunku do postępowania jednostki, jakie zarówno sama jednostka, jak i inne osoby wiążą z jej pozycją społeczną”¹⁵⁸. Innymi słowy, pojęcie „roli” sprowadza się w tym przypadku do zespołu norm, których przestrzegania oczekuje się od osoby zajmująca określoną pozycję społeczną¹⁵⁹. Przedstawiony w sposób ogólny zespół oczekiwań wyznacza minimum rolowe, czyli niezbędną wiedzę o prawie, której posiadanie pozwala na pełnienie określonej roli. Wymogi wspomnianego minimum rolowego są szczególnie wysokie w odniesieniu do zawodów prawniczych- adwokata, sędziego, notariusza, radcy prawnego, itp.¹⁶⁰ Więcej na temat społecznej roli prawnika zostanie omówione w dalszej części pracy.

Charakterystyka trzeciego elementu składowego hipotezy Studnickiego wygląda następująco. Otóż jednostka w procesie uczenia się dokonuje selekcji docierających do niej faktów i informacji. Wobec nadmiernej ilości istniejących przepisów prawnych jednostka z naturalnych przyczyn ograniczeń poznawczych dąży do percepcji tych informacji, które są jej w danym momencie potrzebne. „Stąd optymalne rozwiązanie – pisze Studnicki – polega nie na przekazywaniu, lecz na należytych udostępnianiu owych wiadomości, tj. takim zorganizowaniu sieci ich przepływu, przy którym będą one zmagazynowane (...) i łatwo dostępne dla odbioru w razie potrzeby”¹⁶¹.

Omawiana konstrukcja, zgodnie z intencją autora, zachowuje sens przy założeniu, że przedstawiony podział wiadomości o normach prawnych zostanie zrelatywizowany do adresatów o konkretnych cechach. Oznacza to, iż np. wiadomości docierając do adresata o cechach x zostaną zakwalifikowane do innej kategorii niż wiadomości docierające do adresata o cechach y. Przykładowo, przepisy prawa cywilnego w odniesieniu do notariusza należą do grupy drugiej, w stosunku do osoby, która nabywa spadek do grupy trzeciej, tj. grupy wiadomości ad hoc. Należy tutaj podkreślić, iż cytowany autor omawianej hipotezy zwraca uwagę na związek formy przekazu wiadomości z zakresu prawa z konkretnymi odbiorcami. Otóż, w jego przekonaniu, tylko w niewielkiej części ogółu przypadków adresaci norm (duża ilość bliżej nie zidentyfikowanych odbiorców) otrzymują wiadomości o normach bezpośrednio z urzędzeń publikacyjnych. W olbrzymiej większości przypadków

¹⁵⁸ M. Borucka- Arctowa, O społecznym działaniu prawa. PWN, Warszawa 1967, s. 218-219.

¹⁵⁹ Problematyka norm została poruszona w podrozdz.3.1.1.

¹⁶⁰ A. Gryniuk, Świadomość prawna...,s. 17.

¹⁶¹ F. Studnicki, Cybernetyka...s. 78.

wiadomości te – o ile w ogóle docierają do adresatów norm – dochodzą do nich pośrednio, tj. za pomocą środków masowego przekazu.

Drugą z hipotez, odnośnie społecznej znajomości prawa, jest hipoteza minimalistyczna. Adam Podgórecki, będący jej twórcą dokonał rozróżnienia znajomości przepisów od zasad prawnych. Jego koncepcja zakłada, iż społeczna wiedza o prawie sprowadza się do znajomości jedynie zasad prawnych. Natomiast znajomość przepisów prawnych jest domeną prawników – specjalistów.

Adam Podgórecki dokonał owego rozróżnienia, wychodząc z założenia, że wśród przeciętnych ludzi znajomość przepisów prawa jest nikła. Pogląd ten spotkał się z krytyką. Otóż zarówno Maria Borucka – Arctowa, jak i Franciszek Studnicki podkreślają, iż zakres wiedzy o prawie jest w sposób istotny uwarunkowany rolą społeczną jednostki, a nie jak zakłada Podgórecki – z tradycyjnymi zawodami prawniczymi¹⁶². Bowiem nawet zakres wiedzy prawniczej w obrębie samych specjalistów – prawników jest zróżnicowany. Trudno zaprzeczyć, iż wiedza sędziego orzekającego w sprawach cywilnych jest nieco większa w dziedzinie prawa cywilnego niż, przykładowo, w dziedzinie prawa karnego. Wynika to z faktu, iż zakres specjalizacji prawnej jest stosunkowo wąski. Nie ulega jednak wątpliwości, iż z zawodami stricte prawniczymi wiąże się wymóg dużej znajomości prawa. Jednakże istniejący szereg dziedzin prawa przyczynia się do tego, iż prawnik staje się specjalistą w jednej z nich, a w drugiej pozostaje laikiem (analiza stopnia znajomości prawa prawników i laików zostanie przedstawiona w dalszej części pracy).

Nasuwa się pytanie, czym różni się zasada prawna od przepisów prawnych? Ogólnie można powiedzieć, iż zasada prawna łączy się z mniej lub bardziej ściśle utrwalonymi w społeczeństwie wartościami społeczno – moralnymi. Posiada ona wprawdzie postać przepisów prawnych, równocześnie jednak zawiera szereg wspierających ją norm obyczajowych, etycznych, społecznych, itp. Stosunek między tak rozumianymi zasadami prawnymi a przepisami prawnymi sprowadza się do tego, iż przepisy prawne stwarzają konstrukcje prawne, w których zasady prawa zawarte są jako elementy nadające im sens. Stąd zasada w odróżnieniu od przepisu ma charakter względnie stabilny, rzadko bowiem ulega zmianom, co nie oznacza, że jej interpretacja i stosowanie są zmienne.

Znajomość zasad prawnych jest mniej więcej zbieżna z wyróżnionym przez Franciszka Studnickiego drugim elementem składowym jego hipotezy, tj.

¹⁶² Zob. A. Gryniuk, Świadomość prawna...,s.18.

podstawowymi wiadomościami o normach prawnych. Wyznaczają one granice akceptowanego zachowania jednostki. Określają one co wolno i czego nie wolno, wskazują, w jakim zakresie i pod jakimi warunkami określone zachowanie jest dozwolone¹⁶³.

Trudno nie zgodzić się z poglądem Anny Gryniuk, według której z obu przedstawionych hipotez najbardziej odpowiednią do badań nad znajomością prawa społeczeństwa globalnego stanowi hipoteza Franciszka Studnickiego. „Autor słusznie akcentuje niejednolity charakter tej wiedzy przez stwierdzenie, iż przedstawiony przez niego podział zachowuje swój sens jedynie, gdy, gdy odniesie się go do odpowiednio scharakteryzowanych adresatów(...)”¹⁶⁴.

Reasumując można stwierdzić, iż po pierwsze znajomość prawa zawiera, zgodnie z przedstawioną hipotezą Studnickiego, wiadomości podstawowe, wiadomości niezbędne dla pełnienia konkretnej roli społecznej (minimum rolowe) oraz pozostałe wiadomości, potrzebne do bieżącego podejmowania decyzji. Po drugie znajomość prawa jest zróżnicowana z uwagi na pełnione role społeczne. Wiedza specjalistów- prawników jest czerpana z przepisów prawa, natomiast wiedza „laików” – z zasad prawnych. Wreszcie po trzecie, zakłada się, iż na znajomość prawa istotny wpływ wywiera przebieg procesów komunikacyjnych.

¹⁶³ A. Podgórecki, Zjawiska prawne w opinii publicznej. Studia prawne w opinii publicznej. Studia socjologiczno – prawne. Warszawa 1964, s. 36.

¹⁶⁴ A. Gryniuk, Świadomość prawna..., s. 19-20.

3.1.1. Procesy komunikacyjne a znajomość norm prawa

Znajomość prawa jest ściśle sprzężona zarówno z wcześniej omówioną rolą społeczną, jak i z procesem komunikacyjnym norm prawnych. Zanim jednak zostaną omówione dość skomplikowane procesy komunikacyjne należałoby wpięrow wyjaśnić znaczenie kluczowych terminów związanych z polityką prawa, tj. norma prawna, wypowiedź normatywna oraz przepis prawny.

Naukowa polityka prawa była centralnym problemem w systemie naukowym Leona Petrażyckiego, gdyż właśnie tę dziedzinę uważa on za ukoronowanie nauki o prawie¹⁶⁵. Cała wypracowana przez Petrażyckiego teoria prawa miała stanowić podwaliny dla naukowej polityki prawa, którą opisywał w następujący sposób:

„Istota zagadnień polityki prawa polega na uzasadnionym naukowo przewidywaniu następstw, jakich spodziewać się należy w razie wprowadzenia pewnych przepisów prawnych, oraz na opracowaniu takich zasad, których wprowadzenie do systemu prawa obowiązującego drogą ustawodawczą (lub inną, np. w dziedzinie międzynarodowej) wywołałoby pewne pożądane skutki”¹⁶⁶. Ponieważ prawo może pełnić funkcje zarówno motywacyjne, jak i wychowawcze¹⁶⁷ „(...) zadanie polityki prawa polega 1) na racjonalnym kierowaniu postępowaniem jednostkowym i masowym za pomocą odpowiedniej motywacji prawnej; 2) na doskonaleniu psychiki ludzkiej, oczyszczaniu jej od skłonności złych, antyspołecznych, a zaszczepianiu i utrwalaniu skłonności przeciwnych”¹⁶⁸. Petrażycki trwał w przekonaniu, iż istotę tak rozumianej polityki prawa winna stanowić naukowa wiedza o właściwościach przyczynowych, przyczynowym działaniu prawa oraz różnych jego odmian i składników¹⁶⁹. Zatem nauka prawa zawiera w sobie następujące treści: nauka o celach polityki prawa, nauka o przyczynowym działaniu prawa oraz nauka o metodzie polityki prawa. Píše dalej: „(...) znając pożądany cel prawa i charakter rozporządzanych środków do osiągnięcia

¹⁶⁵ U Petrażyckiego zagadnienie polityki prawa występuje niemal we wszystkich jego pracach, w szczególności jednak w: Wstęp do nauki prawa i moralności. Warszawa 1959; O nauce, prawie i moralności. Pisma wybrane. Wybór: Licki J., Kojder A. PWN Warszawa 1985.

¹⁶⁶ L. Petrażycki, Wstęp do nauki prawa i moralności. PAN, Warszawa 1959, s. 13.

¹⁶⁷ Zob. podrozdz. 2.1.

¹⁶⁸ Tamże, s. 14.

¹⁶⁹ Tamże.

tego celu, znamy już wszystko co jest konieczne do rozumnego i świadomego rozstrzygnięcia powstających zagadnień polityki prawa. (...)”¹⁷⁰.

Zadaniem polityki prawa miało być – według Petrażyckiego – wykorzystane wiedzy teoretyczne do badań nad tym, czy określone przepisy prawne są dobrze dobranymi środkami do osiągnięcia zamierzonego celu społecznego. „(...) jak medycyna zaleca lekarstwa, tak samo polityka prawa zaleca wprowadzenie pewnych przepisów prawnych dotychczasowych, aby osiągnąć przez to skutki społeczne”¹⁷¹. Dzięki takiemu założeniu, polityka prawa wykorzystuje metody innych nauk społecznych do szeroko zakrojonych badań nad społecznymi skutkami normy prawnej, jej wpływem na zachowanie się ludzi oraz nad kształtowaniem się świadomości prawnej.

Cytowane stwierdzenia stanowią właściwie wyczerpującą listę podstawowych założeń Petrażyckiej koncepcji polityki prawa. Również i w późniejszym okresie były podejmowane próby, chociażby przez Jerzego Landego, Adama Podgóreckiego czy też Marii Boruckiej – Arctowej, zmierzające do sprecyzowania założeń polityki prawa. Jednakże są one zbieżne z poglądami Petrażyckiego. Maria Borucka – Arctowa pisze: „Cały szereg wysuniętych przez Petrażyckiego hipotez uderza trafnością i śmiałością sformułowań, a co ciekawsze – zbieżnością z kierunkami i problematyką współczesnych badań nad zachowaniem ludzkim, jego motywami, procesem kształtowania się ocen i społeczną funkcją prawa”¹⁷². „Największy wkład Petrażyckiego w dziedzinie rozwoju polityki prawa leży w bardzo jasnym sprecyzowaniu charakteru tej dyscypliny jako nauki praktycznej, posługującymi się zdaniem praktyczno – celowościowymi, oraz w położeniu nacisku na możliwość wykorzystania teoretycznych wiadomości w zakresie procesów ludzkiej motywacji do badań nad przepisami prawa jako środkami realizacji pewnych świadomie nakreślonych przez ustawodawcę celów”¹⁷³.

Specjalnym działem polityki prawa, i to o bardzo dużej doniosłości, jest zagadnienie techniki legislacyjnej, dyrektyw samego konstruowania aktów normatywnych, ich języka i sposobu ogłaszania. Wydawałoby się, iż nie ma rozbieżności w poglądach na zadania i cele tak rozumianej polityki prawa. Jednakże warto tutaj zasygnalizować, iż na przestrzeni wieków problem rozumienia prawa

¹⁷⁰ L. Petrażycki, Wstęp do nauki polityki prawa. Warszawa 1959, s. 55.

¹⁷¹ J. Lande, Studia z filozofii prawa. Warszawa 1959, s. 391.

¹⁷² M. Borucka – Arctowa, O społecznym działaniu prawa. Warszawa, PWN 1967, s. 34.

¹⁷³ Tamże, s. 14.

przyczynił się do powstania wielu odmiennych od Petrażyckiego koncepcji spostrzegania omawianego problemu. Otóż jak już wiadomo Leon Petrażycki postulował aby polityka prawa zajmowała się zagadnieniami legislacji, uznając że podjęcie właściwych dla tej dziedziny problemów „przekracza siły jurysprudencji praktyczno – dogmatycznej, trudniące się interpretacją i systematyzacją obowiązującego prawa pozytywnego dla celów praktyki”¹⁷⁴. Zadaniem tak rozumianej polityki prawa byłoby więc prognozowanie skutków prawa w oparciu o zbadanie „właściwości przyczynowych, przyczynowego działania prawa w ogóle raz różnych jego odmian i składników w szczególności”¹⁷⁵. Z kolei Jerzy Lande akcentował przede wszystkim teologiczne aspekty polityki prawa podkreślając, iż powinna ona oceniać prawo z punktu widzenia zamierzonych skutków społecznych, zalecając „wprowadzenie pewnych przepisów prawnych lub zachowanie przepisów dotychczasowych, aby osiągnąć przez to pewne skutki społeczne”¹⁷⁶. Tego rodzaju techniczne w zasadzie ujęcie zagadnień polityki prawa znajduje wyraz w poglądach Adama Podgóreckiego, który traktuje politykę prawa jako praktyczne zastosowanie socjologii, a regulację prawną jako środek socjotechniki.

Niewątpliwie charakterystyczną cechą ogólnie przedstawionych koncepcji rozumienia polityki prawa jest jej utożsamianie z tworzeniem ustawodawstwa, a w szczególności z dążeniem do istnienia pełnej zgodności prawa i programu rozwoju społecznego. Nie mniej jednak chcąc dokonać globalnej syntezy elementów składowych świadomości prawnej z elementami polityki prawnej, a w tym przekazywaniu o nich informacji należy kolejno omówić takie pojęcia, jak: norma prawna, wypowiedź normatywna, przepis prawny oraz istotę znajomości norm.

Norma prawna, mówiąc ogólnie, to rodzaj normy społecznej (grupowej decyzji normatywnej). Należy podkreślić, iż generalnie normy różnią się od siebie pod względem podmiotowym, co oznacza iż podmiotem normy prawnej jest decyzja organów państwowych i nie jest skierowana do indywidualnych adresatów. To przesądza o jej abstrakcyjnym charakterze. Mówiąc za Stanisławem Ehrlichem¹⁷⁷ „norma prawna, jak każda decyzja społeczna (grupowa), musi przewidywać możliwość jej wymuszenia, inaczej będzie ją trzeba zakwalifikować jako deklarację, postulat lub informację o poglądzie organu państwowego. Przymus zaś w przypadku

¹⁷⁴ R. Piotrowski, Spór o model tworzenia prawa. PWN, Warszawa 1988, s. 166.

¹⁷⁵ Tamże.

¹⁷⁶ Tamże. Cytowany autor dokonuje również szczegółowej analizy pojęcia legislacji, s. 167 i nast.

¹⁷⁷ S. Ehrlich, Wstęp do nauki..., s. 100.

norm prawnych stosują organy państwowe, wyodrębnione w ramach organizacji państwowej. Normy prawne więc tworzą i wymuszają organy państwowe”. Ważne jest również to, iż norma ta nie przypisuje jakiś konkretnych zachowań, wręcz przeciwnie – przypisuje zachowania powtarzalne, dzięki czemu decyzje te nabierają trwałości.

Przy rozumowaniu normy prawnej jako decyzji społecznej należy wyróżnić wypowiedź normatywną, poprzez którą organ państwowy przypisuje abstrakcyjnie oznaczonym adresatom wymagane zachowanie. Co więcej, przez normę prawną należy rozumieć spełnianą wypowiedź normatywną organu państwowego, a nie tylko samą tą wypowiedź¹⁷⁸. Problem tkwi w tym, iż przy formułowaniu wypowiedzi prawnej organ państwowy nie jest w stanie przewidzieć w jakim stopniu zostanie ona spełniona, tzn. ilu adresatów spełni ją, a ilu naruszy. „(...) żadna wypowiedź normatywna - założywszy najbardziej pozytywną motywację adresatów, zbieżną z motywacją normodawcy – bez reszty nie może być spełniona (...), (...) zawsze zachodzą jakieś niemożliwe do przewidzenia obiektywne przeszkody spełnienia normy”¹⁷⁹. Różne mogą być tego przyczyny. Może to być na przykład brak zrozumienia wypowiedzi normatywnej, czy też brak możliwości z jej zapoznaniem się. Może się zdarzyć, iż zakłóceniem w spełnieniu wypowiedzi normatywnej są świadome, bądź nieświadome jej naruszenie (normy prawnej).

Nasuwa się pytanie, kiedy możemy mówić o zachowaniu zgodnym z normą? Niepodważalnym faktem jest, iż o postępowaniu zgodnym z normą możemy mówić wtedy, kiedy działaniu jednostki towarzyszy świadomość istnienia reguły i reguła ta jest wzorem postępowania. Warto podkreślić, iż norma nabiera społecznego charakteru, staje się społecznie doniosłą wtedy, kiedy dana społeczność popiera wymagany sposób zachowania się oraz krytykuje i karze zachowanie nieakceptowane. Nieprzestrzeganie, bądź złamanie normy wiąże się ze społeczną dezaprobatą, która wyraża się w formie subiektywnej oraz obiektywnej. Od strony obiektywnej dezaprobata wyraża się w różnego rodzaju sankcjach, o których mowa będzie w dalszej części pracy. Natomiast od strony subiektywnej – w specyficznym poczuciu obowiązku, winy czy też uczucia skrępowania. Z tego też względu warto wspomnieć o psychologicznym rozumieniu prawa w teorii Petrażyckiego¹⁸⁰. Traktuje

¹⁷⁸ Tamże, s.101.

¹⁷⁹ Tamże.

¹⁸⁰ Analiza rozumienia wielopłaszczyznowego prawa przez Petrażyckiego została przedstawiona w rozdz. 1 niniejszej pracy.

on bowiem prawo jako określonego rodzaju przeżycia psychiczne. Przeżycia te noszą miano emocji, przy czym cechą wyróżniającą emocje prawne jest ich imperatywno – atrybutywny charakter (zobowiązująco – uprawniający), o którym była już mowa w rozdziale pierwszym. Najkrócej mówiąc, norma prawna była tu rozumiana jako osobny fakt, niezależny od tego, co stanowią teksty prawa oficjalnego. Obowiązki i normy prawne są „odbiciem i wyrazem (projekcjami) subiektywnych stanów psychicznych (...) jednostek”¹⁸¹. Społecznej presji aktualizującej się w przeżyciach indywidualnych jednostek przez długi okres czasu nie umiano wytłumaczyć w sposób naukowy. Odwoływano się do różnych wyjaśnień mitologicznych, w rodzaju głosu demona, duszy, bogów itp.¹⁸² Zatem norma społeczna wyznacza pewien stosunek pomiędzy jednostkami a daną społecznością, która staje się niejako bytem obiektywnym, czymś odrębnym.

W świetle tego, co zostało powiedziane o normie i jej socjologicznym aspekcie, wynika, iż sankcja jest nieodłącznym elementem jej struktury. Co zatem wchodzi w skład normy społecznej, jaka jest jej struktura?

Problem struktury wiąże się z najbardziej węzłowymi zagadnieniami normy prawnej. Ogólnie można podzielić teoretyków na zwolenników tradycyjnej trójczłonowej struktury normy prawnej i na jej przeciwników. Ci ostatni trwają w przekonaniu, iż istnieje wyłącznie struktura jedno lub dwuelementowa. W przypadku struktury jednoelementowej norma prawna określa się wypowiedź, która tylko wskazuje sposób należytego postępowania. Za punkt wyjścia swojego rozumowania przyjmują następujące założenie: skoro każda norma jest regułą zachowania, to normą prawną jest każda wypowiedź zaczerpnięta z tekstu prawnego, która wskazuje sposób wymaganego zachowania się. Inne elementy, są traktowane tylko jako atrybuty norm prawnych¹⁸³. W literaturze polskiej na szczególną uwagę zasługują poglądy Jerzego Landego. Według jego koncepcji, odnośnie elementów normy prawnej, głównym jej elementem jest dyspozycja. Hipoteza może, lecz nie musi występować. Natomiast to, co zostało nazwane sankcją, jest w gruncie rzeczy – jego zdaniem oddzielną normą zwaną sankcjonującą. Pogląd ten zakwestionował Stanisław Ehrlich, pisząc: „(...) jest to nieporozumienie, bo jeżeli nawet w tekście

¹⁸¹ L. Petrażycki, *Teoria prawa...*t.1, s. 239- 240. Koncepcja Petrażyckiego odnośnie przeżyć prawnych została skrytykowana, m.in. przez A. Podgóreckiego. Zob. *Zarys socjologii prawa*. PWN, Warszawa 1971, s. 361.

¹⁸² J. Kowalski, *Socjologiczny aspekt problemu struktury normy prawnej*, w: *Studia z teorii prawa*, S. Ehrlich (red.). PWN, Warszawa 1965, s. 275-298.

¹⁸³ J. Nowacki, Z. Tobar, *Wstęp do prawoznawstwa*. PWN, Warszawa 1994, s. 63.

przepisów prawnych hipoteza nie jest wyraźnie czy odrębnie sformułowana, to należy ją założyć, ponieważ nie może być decyzji (a taka jest przecież wypowiedź normatywna) poza czasem i przestrzenią, muszą istnieć ramy fizyczne i społeczne jej realizacji. Organ państwowy, od którego pochodzi wypowiedź normatywna, musiał podjąć tę decyzję w jakiejś rzeczywistości społecznej¹⁸⁴. Również Kowalski¹⁸⁵ twierdzi, iż pogląd Landego na strukturę normy jest, ze względu na swą prostotę, niewłaściwy. Przede wszystkim różnica normy prawnej od innych norm społecznych ujawnia się w tym, iż jest ona sankcjonowana przez państwo. Oznacza to, iż każda jej dyspozycja współwystępuje z przymusem państwowym. W przeciwnym razie, dyspozycja ta nie byłaby normą. Sankcja, jeśli chodzi o jej treść, występuje tu nie jako zasada postępowania, lecz jako groźba zastosowania siły państwa w wypadku nieprzestrzegania jego woli wyrażonej w normie.

Pogląd ten najwyraźniej nawiązuje do dwuelementowej struktury normy. Zwolennicy struktury dwuelementowej uważają, iż wszystkie konstruowane w ten sposób normy są wypowiedziami typu: „Jeżeli...to...”, „skoro”, „gdy”, itd. Warunki te mogą dotyczyć cech osób, np. wiek oraz innych faktów i okoliczności, jak czas i miejsce, z którymi ta część wypowiedzi normatywnej wiąże pewne następstwa prawne. Ten człon w wypowiedzi normatywnej w nauce prawa nazywa się hipotezą, łącznie z którą występuje sankcja. Stanowi ona drugie ogniwo struktury. Spotyka się również poglądy głoszące, iż sankcja nie jest koniecznym elementem struktury prawnej. Elementami koniecznymi są hipoteza i dyspozycja. Tutaj sankcja może ale nie musi występować. Podkreśla się jednak, iż nawet jeśli sankcja nie występuje to wypowiedź nie może być pozbawiona cech normy prawnej. Zatem przez dyspozycję rozumie się sformułowanie samej reguły zachowania się¹⁸⁶. Charakterystycznymi dla dyspozycji są wyrażenia przyzwalające: „można”, „ma prawo”, oraz wyrażenia formułujące powinność, takie jak: „musi”, „należy”, „jest zobowiązany”¹⁸⁷.

Reasumując możemy powiedzieć, iż w skład dwuelementowej struktury może wchodzić hipoteza – dyspozycja, która najczęściej jest zawarta w prawie cywilnym lub hipoteza – sankcja – występująca w częściach szczególnych kodeksów karnych. Wreszcie zwolennicy trójelementowej struktury łączą ze sobą wszystkie, wyżej

¹⁸⁴ S. Ehrlich, Wstęp do nauki..., s.102.

¹⁸⁵ J. Kowalski, Socjologiczny...,s. 281.

¹⁸⁶ Warto więcej na ten temat przeczytać w: O.S. Joffe, M.D. Szargorodski, Zagadnienia teorii prawa. PWN Warszawa 1963, s. 125 – 131.Podany jest tam przykład normy dwuelementowej, tj. hipotezy bez sankcji: „Jeśli osoba jest właścicielem, ma prawo posiadania, używania i rozporządzania swym mieniem”, s. 131.

¹⁸⁷ S. Ehrlich, Wstęp do nauki..., s.103.

wspomniane, elementy wypowiedzi normatywnej, tj. hipotezę, dyspozycję oraz sankcję.

Jest ona kierowana do dwóch kręgów adresatów, tj. kręgu szerokiego i wąskiego. Pierwszy z nich dotyczy wszystkich tych osób, do których została skierowana wypowiedź normatywna, drugi – organy państwowe, które zostały powołane w celu zastosowania ewentualnego przymusu. Warto zasygnalizować, iż w przypadku ingerencji organów państwa w spełnianiu wypowiedzi normatywnej główną rolę odgrywają sankcje represyjne, restytucyjne oraz tzw. nieważność czynności prawnej. Ogólnie mówiąc, sankcje represyjne w odróżnieniu od restytucyjnych mają swe zastosowanie w prawie karnym. Z kolei sankcje restytucyjne, zwane również sankcjami egzekucyjnymi są stosowane w prawie cywilnym, administracyjnym czy handlowym. Sankcje prawa karnego różnią się od sankcji w innych gałęziach prawa „(...) swoją dotkliwością, wyższym stopniem dezaprobaty moralnej społeczeństwa wobec jednostki ukaranej sądownie, możliwością łącznie prewencji szczególnej z generalną (...), wreszcie możliwością łączenia kar (...)”¹⁸⁸. Natomiast celem stosowania sankcji restytucyjnych jest zmuszenie adresata zachowującego się niezgodnie z nakazami lub zakazami przepisu prawa do osiągnięcia takiego stanu rzeczy, jaki powinien mieć miejsce w wyniku dobrowolnego zastosowania się do postanowień owego przepisu¹⁸⁹. Szczególnym zaś rodzajem sankcji jest wspomniana nieważność czynności prawnej. Oznacza to, iż dokonana czynność nie rodzi skutków prawnych. Występuje ona bowiem w sferze stosunków osobisto – majątkowych. „Przymus organów państwowych polega więc na tym, że pozbawiają one adresata wypowiedzi normatywnej korzyści, jakie by osiągnął, gdyby przepisanej formy dochował”¹⁹⁰. Nasuwa się pytanie, czy zawsze niezgodne z normą zachowanie musi współwystępować z pewnym rodzajem sankcji? Odpowiedź kryje się za pojęciem *lex imperfecta*, którym określa się pozbawione sankcji zachowania niezgodne z wypowiedzią normatywną. „Są bowiem dziedziny stosunków, gdzie wystarczy tylko ustanowić normę, aby była przestrzegana, i gdzie sporadyczne przypadki jej nieprzestrzegania nie wywołują większych ujemnie społecznych skutków”¹⁹¹. Oczywiście zdarzają się przypadki, iż *lex imperfecta* nie jest wypowiedzią

¹⁸⁸ Tamże, s. 108.

¹⁸⁹ J. Nowacki, Z. Tobor, Wstęp..., s. 31.

¹⁹⁰ S. Ehrlich, Wstęp do nauki..., s.109.

¹⁹¹ A. Łopatka, Wstęp do prawoznawstwa. PWN, Warszawa 1968, s. 187.

normatywną zupełnie pozbawioną sankcji. Dzieję się tak w sytuacji gdy przykładowo jednostka straci zaufanie elektoratu, wówczas nie zostanie ona ponownie wybrana na stanowisko kierownicze. Wówczas można mówić o sankcji ale w innym wymiarze. Albowiem będzie to sankcja o charakterze politycznym a nie - przymusu państwowego.

Pozostaje jeszcze kwestia omówienia przepisu prawnego. Dotyczyć to będzie próby udzielenia odpowiedzi, czy istnieje jakaś różnica między normą prawną a przepisem prawnym? Zapewne dla większości osób, którzy na co dzień nie stykają się z terminologią prawniczą, owe rozróżnienie nie ma większego znaczenia. Jednakże, sięgając do fachowej literatury¹⁹² może się okazać, iż nie tylko istnieją liczne opracowania na ten temat. Co więcej, zarysowała się w tej materii wyraźna różnica poglądów. Otóż można wyróżnić aż pięć odmiennych koncepcji, które – nie wdając się w bardziej szczegółowe rozważania – zostaną omówione. Pierwszym ze stanowisk jest pogląd zakładający, iż pojęcie „norma prawna” powinna zostać wyłączona z obiegu nazewnictwa prawniczego. „Przepis prawa” jest określeniem za pomocą którego możliwe jest rozwiązywanie wszelkich problemów prawnych. Przemawia za tym fakt, iż w dzienniku ustaw stale są obecne sformułowania o „właściwych przepisach”, „o obowiązujących przepisach”, „o przepisach kodeksu, np. karnego, cywilnego”. Postanawia się, że coś ma działać „stosownie do przepisów”, „na podstawie przepisów”, itd. Mówiąc za Stanisławem Ehrlichem: „Przez przepis prawny rozumie się gramatyczną jednostkę zdaniową wyodrębnioną graficznie w tekście aktu normatywnego, pochodzącego od powołanego organu państwowego i ogłoszonego we właściwej publikacji urzędowej”¹⁹³. Mówiąc o graficznym wyodrębnieniu należy mieć na myśli wszelkie zawarte w języku ustaw artykuły, paragrafy, ustępy i punkty. Owy aparat pojęciowy jest w pełni wystarczający dla orzecznictwa w rozwiązywaniu wszystkich bez wyjątku problemów. W judykaturze oraz w przeważającej części nauki prawa, określenie „norma prawna” występuje niezwykle rzadko. Natomiast drugie stanowisko, w odróżnieniu od pierwszego, zakłada wręcz równoznaczność określenia „norma prawna” – „przepis prawny”. Wynika to z przekonania, iż zarówno norma, jak i przepis prawny dotyczy wyodrębnionej w tekście prawnym za pomocą artykułu czy paragrafu reguły

¹⁹² Zob. np. J. Nowacki, Przepis prawny a norma prawna. Katowice 1988; B. Wróblewski, Język prawny i prawniczy. Kraków 1948; K. Opalek, J. Wróblewski, Zagadnienia teorii prawa. Warszawa 1969.

¹⁹³ S. Ehrlich, Wstęp do nauki..., s.110-111.

zachowania się. Faktem jest również to, iż literatura prawnicza nie posiada żadnych argumentów rzeczowych, które przemawiałyby przeciw możliwości takiego właśnie zamiennego posługiwania się omawianymi pojęciami. Cechą trzeciego stanowiska jest rozumienie normy prawnej jako „znaczenia” przepisu prawa. W uproszczeniu oznacza to, iż „Zwrot prawny, np. zwrot zawarty w pewnym egzemplarzu dziennika ustaw pod pewną pozycją i pewną liczbą artykułu (...) można nazwać przepisem. Najdogodniejsze (...) pojmowanie związku między tekstem ustawy a normą polega na przyjęciu, że normą jest znaczenie zwrotu, o którym wiemy, że jest zwrotem prawnym (...). Ujęcie takie odpowiada intuicyjnemu pojmowaniu normy, pozwala bowiem na utrzymanie jej jedności, bez względu na ilość wypowiedających ją napisów. Przez normę prawną rozumie się więc tutaj „znaczenie zwrotów prawnych zawartych w obowiązujących aktach normatywnych”¹⁹⁴. Jak nietrudno zauważyć omawiane stanowisko wydaje się być dość skomplikowaną próbą wyjaśnienia stosunku pojęć „norma – przepis prawny”. Warto dodać, iż owa propozycja terminologiczna spotkała się z zarzutem, iż „(...) termin <norma> jest tutaj zbędny, skoro mniejszymi nieporozumieniami grozi posługiwanie się terminem <znaczenie przepisu> niż <norma>”¹⁹⁵. Wydaje się, iż najmniej wątpliwości i zastrzeżeń budzi koncepcja zwolenników czwartego stanowiska. Otóż, posługując się encyklopedyczną wiedzą prawa¹⁹⁶, pojęcie „przepis prawny” oznacza część aktu prawnego, który został wyodrębniony przez prawodawcę jako np. artykuł czy paragraf. Natomiast „norma prawna” jest regułą zawierającą elementy zawarte w przepisach prawa. Zatem każdy przepis prawa jest stanowiony przez wypowiedź ustanowiona przez określony organ. Norma prawna zaś wywodzi się z przepisów prawa jako osobna wypowiedź. Jednakże ma ona spełniać reguły postępowania. „Przepisy prawne stanowią materiał, surowiec, z którego konstruujemy normy prawne”¹⁹⁷. Wreszcie piątą, wartą wyróżnienia, grupą poglądów rozumienia przepisów prawa stanowią zwolennicy następującej koncepcji. Otóż przepis prawa jest scharakteryzowany jako: „stanowiący całość gramatyczną (...) zwrot językowy zawarty w tekście aktu normatywnego. Jednocześnie dodaje się, iż „poszczególne artykuły, lub paragrafy aktu normatywnego zawiera jeden albo kilka przepisów

¹⁹⁴ J. Nowacki, Z. Tobor, Wstęp..., s. 51.

¹⁹⁵ Tamże.

¹⁹⁶ Mała encyklopedia prawa. Warszawa 1959, s. 545

¹⁹⁷ J. Kowalski, Socjologiczny..., s. 288.

prawa”¹⁹⁸. Co ciekawe, obecnie przedstawiane jest założenie, iż „porządek prawny (prawo obowiązujące) nie składa się jednak z przepisów prawa, lecz z norm prawnych, zawierających reguły prawne. Przepisy prawne są jedynie technicznym środkiem służącym do wyrażania norm prawnych”¹⁹⁹.

Rekapitulując można najwyraźniej stwierdzić, iż fakt braku jednolitości w aparacie pojęciowym prawoznawstwa wymusił omówienie różnych poglądów i koncepcji na ważne z punktu widzenia znajomości prawa pojęcia normy i przepisu prawnego. Niewątpliwie spośród wszystkich owych teorii należałoby określić najbardziej dogodny sposób rozumienia omawianych pojęć. Przyjąć zatem należy, iż „przepis prawa” i „norma prawna” są terminami równoznacznymi, używanymi zamiennie gdyż nie pretenduje to do hipostazowania samego pojęcia „norma prawna”. Tak więc jeśli w dalszej części niniejszej pracy zostanie użyte określenie „przepis prawa” lub „norma prawna”, to w obu przypadkach będzie oznaczać regułę zachowania, stanowiącą określony fragment tekstu prawnego.

Wracając do wcześniej omówionej hipotezy Franciszka Studnickiego, należałoby jeszcze omówić kwestię procesów komunikacyjnych, które wywierają istotny wpływ na znajomość prawa jednostki.

¹⁹⁸ S. Grzybowski, Prawo cywilne. Zarys części ogólnej. Warszawa 1974, s. 54

¹⁹⁹ Zob. J. Nowacki, Z. Tobor, Wstęp..., s. 56.

3.1.2. Proces przekazywania informacji o normie

Nie ulega wątpliwości, iż podstawowym warunkiem działania normy prawnej jest przede wszystkim jej znajomość. Na czym miałyby polegać owa znajomość? Otóż znajomość normy prawnej oznacza sytuację, w której po pierwsze adresat normy przed dokonaniem wyboru określonego zachowania jest świadomy wzoru postępowania zalecanego przez normę. Po drugie jest świadom charakteru tegoż zalecenia. Zdaje sobie sprawę, iż zalecone postępowanie ma charakter prawny, a nie wynika z pozaprawnych systemów normatywnych, takich jak religia, moralność czy tradycja²⁰⁰. Sytuacja ta może mieć miejsce wówczas gdy pomiędzy prawodawcą a adresatem normy zachodzi proces przekazywania informacji o prawie. Należy podkreślić, iż proces ten ma jest również procesem oddziaływania na oceny, postawy czy też postępowanie adresata. Jednakże aspekt ten zostanie omówiony w dalszej części pracy.

Największe zasługi w analizie procesów komunikacyjnych w przekazywaniu informacji o prawie należą do prac F. Studnickiego²⁰¹. Autor ten traktuje normę prawną jako jedno z narzędzi do kształtowania stosunków społecznych. Proces informacji jest przez niego rozpatrywany zarówno z punktu widzenia normodawcy, jak i założeń maksymalnych skuteczności działania. Według niego, normodawca przed wydaniem wypowiedzi normatywnej musi przede wszystkim określić a) do kogo skierować komunikat o normie, b) jakimi środkami przekazywania informacji się posłużyć oraz c) jakie sformułowanie nadać komunikatowi. Należy zasygnalizować, iż problemy te wymagające uwzględnienia przez normodawcę pozostają w ścisłym związku z polityką prawa, która (mowa o niej była w rozdz. 3.1.1.) jako wiedza praktyczna wykorzystuje normy prawne do realizacji celów społecznych. Jednakże bez względu na to, czy zawarte w wyróżnionych pytaniach problemy są zbieżne z problemami polityki prawnej, dla skuteczności przekazywania informacji o normach istotne są dwie kwestie: kto przekazuje owe informacje oraz jaki jest rodzaj przekazywanych informacji. Zanim jednak zostaną one poddane szczegółowej analizie koniecznym wydaje się chociażby zasygnalizowanie, co powinno się rozumieć przez elementarny proces komunikacyjny. Należy jednak podkreślić, iż owy

²⁰⁰ M. Borucka – Arctowa, *O społecznym...*, s. 97.

²⁰¹ F. Studnicki, *Przepływ wiadomości o normach prawa*. Kraków 1965. Zob. F. Studnicki, *Cybernetyka i prawo*. Wiedza Powszechna, Warszawa 1969.

proces wyłącznie będzie dotyczyć przepływu wiadomości o normach prawa. Otóż według Franciszka Studnickiego elementarnym procesem komunikacyjnym jest proces, w którym między nadawcą a odbiorcą włączony jest tylko jeden kanał komunikacyjny. Natomiast w sytuacji gdy między nadawcą a odbiorcą zostaną włączone więcej niż jeden kanał komunikacyjny i przynajmniej jeden przekaźnik winno określać się mianem łańcuchowego procesu komunikacyjnego. Przez przekaźnik rozumie się osobę lub urządzenie, która po otrzymaniu komunikatu przekazuje go dalej.

Procesy przepływu wiadomości o normach są najczęściej procesami łańcuchowymi, które mają swoje wady i zalety. Niewątpliwie korzystnymi i oczekiwanymi następstwami łańcuchowości są te, które ułatwiają sterowanie za pomocą norm prawa. Z kolei szkodliwe następstwa to takie, które owe sterowanie utrudniają. Jak nietrudno się domyślić, zjawisko to ma swe podłoże w tzw. zakłóceniach (szumach), które praktycznie występują w każdym procesie komunikacyjnym. Warto zasygnalizować, iż zakłócenia dzieli się zazwyczaj na techniczne i semantyczne. Do tych pierwszych zalicza się zakłócenia zmieniające kształt i właściwości formalne przekazywanych sygnałów. Z kolei zakłócenia semantyczne są przyczyną niepożądanych różnic w ich rozumieniu. W praktyce, zakłócenia techniczne sprowadzają się wyłącznie do opuszczeń i zniekształceń, pojawiających się przy rozpowszechnianiu oryginału ustawy czy rozporządzenia. Natomiast zakłócenia semantyczne dotyczą błędnego czy też niedokładnego przekazywania tekstu normatywnego przez jednostki. Niestety rozumienie odebranego komunikatu przez człowieka zwykle wpływa na dalszy przebieg procesu łańcuchowego. Wydawałoby się, iż takie rozumienie przepływu wiadomości o normach mogłoby wywołać chaos, dezorganizację i brak oczekiwanej znajomości przekazywanych norm. Franciszek Studnicki podkreśla, iż „Pewien stopień wierności społecznego odbioru wiadomości o normach prawa zagwarantowany jest tym, że odbiorcy włączeni są zwykle równocześnie w większą ilość sieci przepływu wiadomości. Odbierają oni przeto – a przynajmniej mogą w razie potrzeby odbierać – owe wiadomości z wielu źródeł. Okoliczność ta zmniejsza następstwa technicznych i semantycznych zakłóceń, występujących w poszczególnych procesach komunikacyjnych, daje bowiem odbiorcom okazję do porównania odbieranych

wiadomości i korygowania odchyłań²⁰².

Mówiąc o procesie przekazywania wiadomości o normach nie można pominąć wyróżnionych przez cytowanego autora siedmiu typów procesu owego przekazu. Wspólną cechą, na podstawie której zostały one wyróżnione jest charakterystyczna dla każdego z nich właściwość odbioru informacji. Pierwszym typem jest Typ „P” i dotyczy on procesów, w których odbiorca odbiera wiadomości o normie prawa bezpośrednio z urządzenia publikacyjnego, np. z Dziennika Ustaw. Kolejnym typem jest Typ „M” i wiąże się on z tymi procesami, w których odbiorca odbiera wiadomości o normie bezpośrednio z urządzenia do masowego przekazywania wiadomości. Można tu mówić o prasie, radiu, telewizji, itp. W sytuacji gdy wiadomość o normie jest przekazana, np. w szkole, podczas trwania kursu czy szkolenia – Typ „S”. Czwartym typem jest Typ „R” i charakteryzuje się tym, iż wiadomość o normie jest dostarczana jednostce w trakcie indywidualnego rozstrzygnięcia, np. podczas rozprawy sądowej. Kolejnym, wyróżnionym ze względu na swój proces przekazu, to Typ „U”. Tutaj odbiorca odbiera wiadomości o normie podczas swego uczestnictwa w np. wydawaniu decyzji administracyjnej. Natomiast w Typie „E” dostarczane są informacje o normie w drodze kontaktu z ekspertami – prawnikami. Wreszcie ostatni Typ „O”, to proces kiedy odbiorca odbiera wiadomości o normie w drodze nieformalnych kontaktów międzyosobowych. Należą do nich kontakty z rodziną, przyjaciółmi, itp.²⁰³

Mając na uwadze powyższe procesy przekazywania wiadomości o prawie należałoby również dokonać podziału owych przekazywanych treści na podstawie rozwiniętego przez Marię Borucką – Arctową schematu Izraelskiego socjologa Shmuel'a Eisenstadta²⁰⁴. W schemacie tym wyróżnia się informacje normatywne, techniczne, poznawcze oraz aksjologiczne. Informacje czysto normatywne zawierają wzory dozwolonych lub niedozwolonych zachowań i określają postępowanie jednostek pełniących różne role społeczne. Informacje te są zgodne z oryginałem tekstu prawnego i regulując zachowania w sytuacjach konfliktowych najczęściej są kierowane do specjalistów – prawników. Jeżeli treścią informacji prawnej są nie tylko określone przepisy i instytucje prawne, które zawierają dozwolone lub niedozwolone zachowania, lecz również zawierają sposób ich wyjaśnienia dostosowany do

²⁰² F. Studnicki, *Cybernetyka...*, s. 86.

²⁰³ Tamże, s. 86 – 87.

²⁰⁴ S. Eisenstadt, *Communication Systems and Social Structure*. *Public Opinion Quarterly*, 2/1965; M. Borucko – Arctowa, *O społecznym...*, s. 115 i nast.

poziomu stopnia znajomości prawa przez odbiorców, informacja taka łączy w sobie elementy informacji technicznej i normatywnej. Zawiera bowiem zarówno wzoru akceptowanych i nieakceptowanych zachowań oraz praktyczną wiedzę w zakresie przepisów proceduralnych. Istnieją również takie informacje prawne, które zawierają poza treścią odpowiednich przepisów i instytucji wyjaśnienia pewnych pojęć, np. umowa, odszkodowanie, zobowiązanie, spadek, itp. Informacja normatywna zawiera w tym przypadku pewnych cech informacji poznawczej, gdyż przekazuje pewien zasób wiedzy prawniczej z określonego działu nauki prawa. Wreszcie informacja normatywna bywa czasem uzupełniana o dodatkową argumentacją normodawcy w związku z treścią przekazywanych przepisów. Może to być odwołanie się do pewnych ogólnych zasad odpowiadającym określonym systemom wartości, takim jak sprawiedliwie, niesprawiedliwie, uczciwie, nieuczciwie czy też słusznie bądź niesłusznie. Tego rodzaju informacja ma niewątpliwie cechy przekazu perswazyjnego, gdyż jest najczęściej wykorzystywana przez osoby pośredniczące w przekazywaniu informacji normatywnej. Osoby te, jak np. adwokat czy radca prawny w swych wypowiedziach i podjętych działaniach zwykle zwracają do wykazania słuszności i celowości danej regulacji prawnej.

Przedstawione schematy podziału przekazu i treści informacji prawnej nie wyczerpują w pełni złożoności omawianego problemu. Otóż wydaje się słusznym przyjąć jeszcze szerszą typologię na informacje o prawie: a) nieobowiązującym, b) obowiązującym (*de lege lata*) oraz c) informacje o prawie, jakie będą obowiązywać (*de lege ferenda*)²⁰⁵. W pierwszym przypadku przekazywane informacje przez konkretnych pośredników są zdezaktualizowane. Często sytuacja ta miejsce np. w przepisach ochrony praw konsumenta, o których będzie jeszcze mowa. Natomiast informacje typu *de lege ferenda* zawierają wprawdzie przepisy, które jeszcze nie obowiązują, lecz wywołują zainteresowanie zarówno ze strony ekspertów – prawników, jak i laików. Dzieje się tak najczęściej w sytuacjach regulacji prawnej, która zmienia sytuację odbiorców na bardziej korzystną. Przykładowo, przed uchwaleniem zmian w zakresie przydzielania stypendiów również dla studentów studiów doktoranckich, zaczęły się liczne z ich strony pytania do władz uczelnianych.

W omawianym problemie przekazywania informacji o normach prawnych, szczególnego znaczenia nabierają pojęcia „normodawca” oraz „adresaci” normy. Warto zatem przejść do ich omówienia.

²⁰⁵ Zob. F. Studnicki, *Cybernetyka...*, s. 140 – 144.

Termin „normodawca” odnosi się do osoby lub kilku osób, którzy są twórcami norm prawa. Oznacza to, iż przepis prawny może być ustanowiony zarówno przez parlament, jak i przez tzw. organ jednoosobowy, np. ministra. Istotne jest to, iż normodawca ma możliwość rozporządzania poważną siłą argumentacji, którą może i powinien wykorzystać w tym procesie. Dysponuje on lepszą znajomością zagadnień publicznych niż przeciętny obywatel. Warto przytoczyć *in extenso*, to co na ten temat pisze Z. Ziemiński: „(...)normodawca ma, chociażby ze względu na swoją pozycję społeczną większą znajomość zagadnień publicznych niż przeciętny obywatel i rozporządza poważną siłą argumentacji co do słuszności ustanowionych norm prawnych poprzez informowanie o stanie spraw państwowych. Chodzi tu nie tylko o zorganizowanie informacji o zagadnieniach, które stoją przed ustawodawcą, ale i o zdobycie zaufania dla państwowej informacji, o umiejętne przeciwstawienie obrazu całości spraw państwowych obrazowi widzianemu z perspektywy wąskiego wycinka spraw poszczególnego obywatela²⁰⁶. Pojawia się pytanie, do kogo normodawca kieruje swój komunikat o normie? Niestety w teorii prawa trudno jest określić kto jest bezpośrednim, a kto pośrednim adresatem normy. Za powszechny pogląd uznaje się, iż wypowiedź normatywna jest bezpośrednio kierowana do organów wymiaru sprawiedliwości. Z teoretycznego punktu widzenia trudno temu zaprzeczyć. Jednakże ze społecznego widzenia oddziaływania prawa bezpośrednim adresatem jest raczej ogół obywateli i ich określone grupy społeczne, np. konsumenci, aniżeli podmioty stosujące prawo. Nie ulega wątpliwości, iż najbardziej oczekiwanym stanem byłaby sytuacja, w której każda jednostka zachowywałaby się zgodnie z istniejącymi wzorami zawartymi w normach prawnych bez konieczności korzystania z aparatu wymiaru sprawiedliwości. Co ciekawe, z punktu widzenia motywacyjnego działania prawa normodawca winien brać pod uwagę właściwości i pewne cechy występujące w wielu, a nie jednej grupie społecznej. Te powtarzające się właściwości określa się mianem wspólnych charakterystyk. Franciszek Studnicki podkreśla, iż normodawca w celu zrozumienia wypowiedzi normatywnej powinien kierować swój komunikat do adresatów poszczególnych grup.

Niewątpliwie za idealnie sformułowany komunikat można uznać taki, który zostałby całkowicie zrozumiały dla adresatów należących do wszystkich grup. Jednakże, pisze dalej Studnicki, w konkretnych sytuacjach normodawca może przywiązywać większą uwagę do zrozumienia komunikatu o normie pewnych

²⁰⁶ Z. Ziemiński, Normy moralne a normy prawne. Poznań 1963, s. 176.

określonych grup adresatów; w praktyce dostosowuje on często komunikat do grupy „kontrolerów”, a więc członków aparatu wymiaru sprawiedliwości, starając się mu nadać takie sformułowanie, aby stał się on możliwie w największym stopniu zrozumiały dla tych osób których zadaniem jest porównywanie zachowania innych z wzorami zawartymi w normach prawnych oraz orzekanie o sankcjach(...). Kosztem ograniczenia kręgu adresatów, dla których tekst normy jest dostatecznie zrozumiały, normodawca zyskuje jednak na precyzji sformułowanie, zwięzłości, dokładności oraz na możliwości posługiwania się terminami fachowymi, wchodzącymi w skład języka prawnego²⁰⁷.

Ktoś mógłby, zresztą słusznie, zadać pytanie czy tekst normatywny ma być dostępny dla wszystkich i dla wszystkich jednakowo zrozumiały? Czy może jako tekst pisany fachowym językiem ma być dostępny tylko dla prawników?. Czyniono wiele starań w celu rozstrzygnięcia owego dylematu. Warto tutaj chociażby wspomnieć o koncepcji głównego przedstawiciela utilitaryzmu angielskiego Jerem'iego Bentham'a. Sformułował on – dla niektórych niedorzeczny – postulat tworzenia jasnych i zrozumiałych dla wszystkich tekstów aktów normatywnych. Celem tak pojmowanej koncepcji było wyeliminowanie sytuacji, w której jednostka nie mogąc się odnaleźć w gąszczu przepisów proceduralnych jest zmuszona korzystać z fachowej pomocy adwokatów, doradców prawnych, itp.²⁰⁸. Oczywistym jest fakt, iż w praktyce jest to niemożliwe do wykonania. Otóż kwalifikacje, nabyte przez prawników w toku trwania studiów prawniczych, a także dzięki licznym praktykom i aplikacjom, świadczą o zawłościach i sporej wiedzy z zakresu prawa, której nie sposób nabyć w inny sposób. Nie mniej jednak stale jest prowadzona kodyfikacja prawa, która w znaczny sposób ułatwia ogólną orientację w obowiązujących wzorach zachowania i znajomości terminów prawnych.

Problem znajomości przez społeczeństwo terminów prawnych jest oddzielnym zagadnieniem łączącym się z jakością procesu przekazywania informacji o normie. Występują tu bowiem zależności, o których warto wspomnieć. Przede wszystkim należy podkreślić, iż w zakresie stykania się społeczeństwa z terminami prawnymi ważną rolę odgrywa nie tylko jego kultura prawna ale również rodzaj prawa, z którym są związane określone terminy. Nie ulega jednak wątpliwości fakt, iż właściwością współczesnych ustawodawstw jest umiejętne docieranie do większego kręgu osób,

²⁰⁷ F. Studnicki, *Z teorii...*, s. 204 i nast.

²⁰⁸ Zob. M. Borucka – Arctowa, *O społecznym...*, s. 104.

które na co dzień stykają się z obowiązującym prawem. Wynika to głównie z często nadmiernej ingerencji aktów normatywnych w życie społeczne oraz z rosnącego udziału społeczeństwa w działalności państwa. W związku z powyższym oddziaływanie na zachowanie jednostki za pomocą prawa, siłą rzeczy musi się rozszerzać z indywidualnych osób na różne instytucje i organy państwowe. Tutaj niezbędna jest wspomniana wiedza fachowa poszczególnych jednostek, dzięki którym możliwe jest interpretowanie przepisów czy też treści norm prawnych. Mówiąc za Marią Borucką – Arctową: „(...) wzrost poziomu wykształcenia, rozwój różnorodnych form masowego przekazywania informacji – są to czynniki, które skłaniają normodawcę do formułowania norm prawnych w języku zrozumiałym i dostępnym dla bezpośrednich adresatów, z drugiej strony jednak złożoność przedmiotu regulacji, postulat oszczędności tekstu, jego precyzji, tradycje praktyki prawniczej przemawiają za posługiwaniem się fachowym językiem prawniczym”²⁰⁹. Wydawać by się mogło, iż owa rozbieżność legislacyjna przybiera postać antynomii. Sprowadza się to w dużej mierze do rodzaju norm, które w zależności od dziedziny prawa mogą zbliżać się albo w kierunku „benthamowskich” postulatów albo w stronę fachowej wiedzy prawników. W pierwszym przypadku mielibyśmy do czynienia z bezpośrednim działaniem normy prawnej, który z oczywistych względów, niesie za sobą pewne ograniczenia w znajomości prawa. Bezpośrednie działanie informacyjne prawa ma miejsce wówczas gdy adresat normy prawnej czerpie jej znajomość za pośrednictwem, między innymi, Dziennika Ustaw, Monitora Polskiego, kodeksów, czy też środków masowego przekazu (radio, telewizji, internetu). Natomiast pośrednie działanie normy prawnej występuje podczas udzielania porad prawnych przez prawników -fachowców, trwania dyskusji, komentarza czy też sprawozdania.

Z powyższych dociekań można wysunąć kilka wniosków. Przede wszystkim normodawca nie jest w stanie całkowicie przewidzieć czy określona norma prawna dotarła do adresata w sposób pośredni lub bezpośredni. Informacyjne działanie bezpośrednie jest w dużej mierze uzależnione od problemu komunikatywności normy prawnej, a więc od stopnia i precyzji w jej sformułowaniu oraz od poziomu intelektualnego adresata normy i jego umiejętności przyswajania nowych wzorów zachowania. W przypadku bezpośredniego działania normy, oprócz wspomnianej komunikatywności dochodzi szereg dodatkowych czynników. Najważniejszym z nich jest zróżnicowanie świadomości prawnej osób pośredniczących w tym procesie. W

²⁰⁹ Tamże, s. 107.

uproszczeniu, norma prawna może szybko dotrzeć do adresata jeśli ma ona powszechny charakter. Natomiast jeśli dotyczy ona wąskiego kręgu adresatów, adresat normy prawnej jest świadomy jej treści wyłącznie za pośrednictwem działalności osób pośredniczących.

3.1.3. Znajomość norm a racjonalne podejmowanie decyzji

Teoria racjonalnego wyboru

Niezaprzeczalnym faktem jest, iż normodawca nie otrzyma stuprocentowej gwarancji, że normy będą przestrzegane przez ich adresatów. Jednakże zwiększa się prawdopodobieństwo, iż dzięki znajomości norm zmniejszy się liczbę wykroczeń i konieczność stosowania ewentualnych sankcji, o których była już wcześniej mowa. Okoliczność ta nie dyskwalifikuje konieczności docierania do adresatów dyrektywy z wiadomościami o normach postępowania. Oczywiście wyklucza się tutaj konieczność docierania wszelkich wiadomości do wszystkich adresatów. W praktyce, normodawcy dążąc do pełnej komunikatywności tekstu dokonują klasyfikacji grup, do których ma on być skierowany. Trudno bowiem przekazać szczegółowo rozpisany tekst normatywny zawierający dyrektywy, np. z prawa bankowego ekspertom z prawa karnego. W przeciwnym razie mogłoby to wywołać ogólny chaos i spowolnienie ustosunkowania się do wypowiedzi normatywnej. Nie oznacza to jednak, iż treści zawarte w oryginalnym tekście nie mogą również docierać do pozostałych adresatów norm. Z oczywistych względów, informacje te docierają do owych adresatów, ale głównie w wyniku łańcuchowych procesów komunikacyjnych. Zatem za najbardziej oczekiwaną dyrektywę można uznać taki stan rzeczy, przy którym wszyscy adresaci norm prawa mogliby najłatwiej odbierać potrzebne im wiadomości o normach²¹⁰.

Czasem jednak, pomimo starań normodawcy może wystąpić problem zrozumienia tekstu przez odbiorcę. Sytuacja ta może mieć miejsce wówczas gdy zainteresowany odbiera zakodowane tekstowo wiadomości o normach. Przykładowo może nim być tekst Dziennika Ustaw lub tekst pochodzący z doniesień środków masowego przekazu. Odebranie takiego komunikatu stawia odbiorcę wobec problemu zrozumienia komunikatu. Musi on bowiem przyporządkować otrzymany komunikat zwrotom językowym, pewnym znaczeniom, z których się składa. U odbiorcy, który czyni starania ku rozwiązaniu tego problemu zachodzi tzw. proces rozumienia tekstu. Jeżeli proces ten odnosi się do rozumienia tekstu oryginalnego, np. ustawy czy aktu normatywnego, jest tzw. procesem wykładni. Zatem proces rozumienia tekstu przepisów prawnych określany jest jako proces wykładni prawa. O procesie wykładni można mówić zarówno w takich przypadkach, kiedy znaczenie przepisu narzuca się odbiorcy w sposób oczywisty, jak i w przypadkach, kiedy

²¹⁰ Por. F. Studnicki, *Z teorii...*, s. 117.

ustalenie określonego znaczenia wymaga złożonych zabiegów myślowych²¹¹.

Upraszczając, odbiorca dokonał wykładni przepisu, tj. zrozumiał przepis prawny z chwilą, gdy przyporządkował mu swe własne zachowanie. Franciszek Studnicki dokonuje tutaj pewnej klasyfikacji zachowań. Otóż wyodrębnił on zachowanie odbiorcy, które jest zgodne lub niezgodne z obowiązującym przepisem oraz zachowanie charakteryzujące się obojętnością wobec owego przepisu. Co ciekawe, według Marii Boruckiej – Arctowej sytuacja ta ma ścisły związek z racjonalnym dokonaniem wyboru działania, czy też podejmowania decyzji przez jednostkę. Warto zasygnalizować, iż od wieków trwa gorąca dyskusja na temat źródeł zachowań człowieka. Otóż zwolennicy utilitaryzmu i klasycznych teorii ekonomicznych posługują się modelem „człowieka ekonomicznego”. Otóż klasyczna teoria ekonomiczna oparta na modelu „racjonalnego aktora”²¹² wychodzi z założenia, że ludzie działają na rzecz maksymalizacji zysku, minimalizacji straty i skutecznej alokacji swych zasobów. Stanowi to podstawę modelu normatywnego, czyli takiego który mówi w jaki sposób powinni zachowywać się racjonalni ludzie w idealnym świecie.

Stanowisko to spotyka się ze zdecydowanym sprzeciwem zwolenników drugiej koncepcji, według której decydującą rolę w postępowaniu ludzkim odgrywają czynniki pozaracjonalne. Nie mniej jednak zarówno pierwsza, jak i druga koncepcja pozwala spojrzeć z zupełnie innej perspektywy na omawiany problem.

Czym jest racjonalne postępowanie? Czy istnieje jakiś związek z racjonalizacją decyzji a przekazywaniem informacji o normie? Te i inne pytania skłaniają do ogólnej refleksji nad pojęciem „racjonalność”.

Teoria racjonalnego wyboru stała się w ostatnich dekadach XX wieku i początku XXI wieku podstawą teoretyczną głównego nurtu tej orientacji socjologii, która uznaje siebie za naukę w ścisłym tego słowa znaczeniu. Głównym zadaniem teorii jest wyjaśnianie i przewidywanie działań aktorów społecznych, zarówno indywidualnych, jak i grupowych (przedsiębiorstw). Podstawowym założeniem jest z kolei przekonanie, iż działania jednostki lub grupy są działaniami racjonalnymi. W swoim postępowaniu kierują się zasadą maksymalizacji korzyści lub użyteczności, a

²¹¹ F. Studnicki, *Przeptyw informacji...*, s. 94. W literaturze prawniczej zagadnienia rozumienia tekstów prawnych były i są rozważane głównie w związku z wykładnią prawa, prowadzoną bądź przez organy stosujące prawo (głównie wykładnia sądowa), bądź przez naukę (wykładnia doktrynalna). Zob. M. Borucka – Arctowa, *O społecznym...*, s. 105- 106.

²¹² Zob. podrozdz. 4.1

co najważniejsze minimalizacja kosztów. Teoria racjonalnego wyboru tworzy model optymalnego osiągnięcia w ustalonych warunkach określonego celu przez racjonalnego aktora społecznego.

Pojęcie racjonalnego działania wywodzi się od Max'a Weber'a. Autor *Gospodarki i społeczeństwa* głosił ideał naukowej ścisłości, nakazujący dążyć do wyzwolenia nauk społecznych spod presji języka potocznego i tworzyć pojęcia teoretyczne o najszerszym zastosowaniu. Przyczyniło się to do stworzenia „form” społecznych, które w języku Weber'a nazywały się *czystymi typami*. Istotnym tutaj jest pojęcie *działania* społecznego. Dla niemieckiego socjologa działaniami społecznymi nie są wszystkie zachowania jednostek. Aby można mówić o działaniach społecznych w Weberowskim znaczeniu, niezbędne jest minimum świadomości, dzięki któremu zachowanie się zostaje wyposażone w tak zwane subiektywne znaczenie²¹³. Max Weber wyróżnił cztery rodzaje działań społecznych. Są to działania tradycyjne (*traditional*), afektywne (*affectuell*), racjonalne, które zostały z kolei podzielone na celoworacjonalne (*zweckrational*) i wartościoworacjonalne (*wertrational*). Ścisłe tradycyjne zachowanie jest podejmowane pod wpływem utrwalonych nawyków: „Masa utartych, powszednich działań zbliża się do tego typu, który należy do systematyki nie tylko jako przypadek graniczny, ale także z tej racji, że trzymanie się przyzwyczajzeń może być w różnym stopniu i sensie świadome (...)”²¹⁴. Podstawą zaś działań emocjonalnych są przemożne uczucia nakazujące postępować w dany sposób bez względu na skutki. Oba te rodzaje działań społecznych graniczą z jednej strony z zachowaniami czysto odruchowymi, a z drugiej - z działaniami racjonalnymi (jeśli mamy do czynienia z racjonalnym dobrem środków). W tym sensie, działania tradycyjne oraz afektywne zbliżają się do działań wartościoworacjonalnych. Weber pisze: „Z czysto wartościoworacjonalnym działaniem mamy do czynienia wtedy, gdy ktoś, bez względu na dające się przewidzieć następstwa, działa w myśl swego przekonania, o tym, co nakazuje obowiązek, godność, piękno (...). Działanie wartościujące jest zawsze działaniem wedle przykazań lub wymagań (...)”²¹⁵. Działania celoworacjonalne to takie działania społeczne, w których ma miejsce świadomy wybór zarówno celów, jak i prowadzących do niego środków.

²¹³ Zob. M. Weber, *Społeczeństwo...*, s., 17.

²¹⁴ Tamże, s. 19.

²¹⁵ Tamże.

Warto zasygnalizować, iż w podręcznikach socjologii teorie racjonalnego wyboru często są wiązane z teoriami zachowania i wymiany społecznej Homasa'a, Blau'a i Emerson'a. Wydaje się jednak, iż szczególne znaczenie dla socjologii miały prace Gary Becker'a (laureata nagrody Nobla)²¹⁶, w których opisuje on zastosowanie mikroekonomicznych modeli racjonalnego wyboru. Trudno nie wspomnieć o dorobku James'a Coleman'a. Jego najważniejszym dziełem jest *Wstęp do socjologii matematycznej*, w którym na podstawie założeń teorii racjonalnego działania poszukiwał wyjaśnień powstawania społecznych norm, władzy, organizacji, ruchów społecznych. Dokonał próby rozwiązania problemu przejścia od mikroanalizy działań jednostkowych do makroanalizy struktury systemu społecznego.

Również filozofia dostarcza wiele teorii na temat podziału i znaczeń racjonalizmu wyznawanych przez wielkich myślicieli od starożytności po nowożytność, np. Platona, Arystotelesa, Descartes'a, Leibniz'a, Kanta czy Husserl'a.

Omawiana teoria znalazła swoich krytyków. Krytyka racjonalnego wyboru dotyczy przede wszystkim założenia o racjonalności jednostek. Przedstawiciele neointytucjonalizmu, do których należą między innymi Douglass North, Victor Nee, James March, Johan Olsen, Walter Powell, wyrażają zbieżny pogląd, iż wyjaśnienia zmian makrostruktur społecznych w kategoriach racjonalnego wyboru są nadmiernie upraszczające. Nie będziemy się tutaj rozwodzić na temat instytucji jako podstawy porządku społecznego i ukierunkowanie przemian. Wykracza to bowiem ramy teoretyczne niniejszej rozprawy.

Wracając do wcześniej postawionego pytania, o to, czym jest racjonalne postępowanie należy przede wszystkim podkreślić, iż postępowanie racjonalne zwykle wiąże się z pojęciem postępowania celowego. Jego istota polega na dążeniu do osiągnięcia wybranego celu przy użyciu wszelkich dostępnych i adekwatnych środków.

Postępowanie racjonalne występuje w opozycji do postępowania irracjonalnego, impulsywnego czy też instynktownego, będącego reakcją na pewne wewnętrzne lub zewnętrzne bodźce. Niezaprzeczalnym faktem jest również to, iż po pierwsze w wyborze owych celów towarzyszy ich wartościowanie, po drugie – cele pośrednie są jedynie środkami do realizacji celów naczelných. Maria Borucka – Arctowa pisze: „(...) wybór postępowania z uwagi na jego racjonalność może być rozpatrywany jedynie w ramach pewnej hierarchii celów i przyjętego systemu

²¹⁶ Zob. G.S. Becker, *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*. PWN, Warszawa 1990.

wartości, według których możemy ocenić konsekwencje obranego postępowania. Ten system wartości może być różny dla poszczególnych jednostek, grup społecznych, organizacji. Z punktu widzenia subiektywnego, postępowanie racjonalne jest to postępowanie, które dana jednostka woli od innych możliwych, dokonując wyboru, a którego konsekwencje mogą być oceniane w ramach przyjętego przez nią systemu wartości²¹⁷. Nasuwa się pytanie, czy rzeczywiście jest tak, iż w postępowaniu racjonalnym jednostka zawsze dokonuje świadomego i przemyślanego wyboru? Nawet jeśli adresat normy dostosowuje swe zachowanie do przekazanej mu wypowiedzi normatywnej, nie zawsze musi to wynikać z jego racjonalnego myślenia. Zachowanie adresata normy może również wynikać z jego wyuczonych wzorów zachowania. W społeczeństwie o wysoko rozwiniętej kulturze przeważająca liczba zachowań polega właśnie na automatycznym i wyuczonym stosowaniu pewnych wzorów postępowania, albowiem w przeciwnym razie nie byłoby możliwe jego sprawne funkcjonowanie. W tej sytuacji trudno mówić, iż każde zachowanie racjonalne jest równoznaczne z jego świadomym i dokładnie przemyślanym wyborem.

W toku rozważań należy również wyjaśnić kwestię zachowania się jednostki, które co prawda jest niezgodne z przyjętymi normami prawa, ale wynika z otrzymania fałszywych informacji. Czy możemy odmówić cech racjonalności postępowania osobie, której np. sprzedawca odmówił przyjęcia wadliwego towaru, twierdząc że po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględni się lub, że może skorzystać tylko i wyłącznie z prawa gwarancji.

Oczywistym faktem jest, iż trudno odmówić racjonalności osobie, która podjęła działania w kierunku zwrotu towaru, jednakże w opisanych przypadkach będzie to raczej postępowanie racjonalne subiektywnie. Chcąc bowiem mówić o czysto racjonalnym postępowaniu należy dokonać jego zrelatywizowania do stanu posiadanej wiedzy. W związku z powyższym postuluje się używanie obok terminu „racjonalny” subiektywny, obiektywny, przemyślany w danym momencie, przyswojony i zaadaptowany uprzednio, racjonalny z uwagi na cele jednostki bądź zorganizowanej grupy²¹⁸. Bez względu na to czy będzie mowa o racjonalności subiektywnej czy np. obiektywnej zawsze zachowaniom tym towarzyszy hierarchizacja celów. Zjawisko to jest niezwykle istotne w integrowaniu

²¹⁷ M. Borucka – Arctowa, O społecznym..., s. 135.

²¹⁸ Tamże, s. 136.

dokonywanych wyborów i sprzyja wyciąganiu z nich konsekwencji. Jak nietrudno się domyślić wykorzystanie wszystkich alternatyw i celów pośrednich bywa czasem, z różnych przyczyn, niewykonalne. Mianowicie obecność czynników ograniczających racjonalność wyboru, takich jak wewnętrzne konflikty czy też trudność w doborze środków do ich realizacji i błędy w przewidywaniu zdecydowanie obniżają sprawne ich wykorzystanie.

Ciekawą analizę psychologiczno – socjologiczną procesu podejmowania decyzji przedstawił Simon. Otóż wspomniane ograniczenia wynikają z braku możliwości objęcia przez jednostkę wszystkich ważnych dla tej decyzji czynników. Wiąże się to z pewnymi właściwościami psychicznej struktury człowieka. Jednostka dokonująca wyboru działa w granicach zakreślonych przez tzw. psychologiczne środowisko, dzięki któremu dokonuje selekcji czynników, na podstawie których opiera swą decyzję. W tej sytuacji trudno przyjąć, iż dokonuje ona wyboru między pewnymi. Raczej przyjmuje ona już gotowy schemat działania. Pogląd ten jest zbieżny z tym co zostało wcześniej powiedziane na temat wyuczonych schematów postępowania w nowoczesnym społeczeństwie. Wszystkie te zabiegi pozwalają jednostce nie tylko na podjęcie decyzji ku szerzej zakreślonym celom ale również sprzyjają w przyswojeniu sobie pewnych wzorów niezbędnych do życia w określonej grupie społecznej²¹⁹.

W procesie tym można zauważyć pewną analogię z przekazywaniem informacji o normach prawa. Jak wiadomo z wcześniejszych dywagacji normy prawne mogą być przekazywane poszczególnym adresatom za pomocą takich środków, jak np. Dziennik Ustaw, media czy też dzięki nieformalnym kontaktom międzyosobowym w szkole, pracy, itp. Przekazywanie norm jest procesem złożonym i wymaga współpracy zarówno normodawcy, jak i adresata od którego wymaga się przestrzegania otrzymanych dyrektyw zachowania się. Ponadto dzięki normom jednostka jest świadoma swoich praw i obowiązków jakie na niej spoczywają wobec innych. Ma ona możliwość osiągania wybranych przez siebie celów, których realizacja jest w dużej mierze również uzależniona od znajomości norm, przepisów i ograniczeń, których nieprzestrzeganie wiąże się z pewnymi sankcjami i restrykcjami. Oczywiście istnieje wiele licznych zakłóceń i przeszkód (zwłaszcza emocjonalnych) w funkcjonowaniu procesu komunikacyjnego, a tak naprawdę od niego zależy stopień znajomość prawa. Pomimo, iż jednostka podejmuje starania w celu racjonalnego

²¹⁹ Zob. Ph. G. Zimbardo, Psychologia i życie. PWN, Warszawa 2001, s. 27, 414 i 427.

rozwiązywania problemów i zgodnego z obowiązującymi normami funkcjonowania w społeczeństwie nie może sobie pozwolić na szczegółowe analizowanie każdej alternatywy. Musi ona stale korzystać ze społecznie narzuconych schematów typu: „bodziec – reakcja”. Zawarte w nich wzory zdecydowanie ułatwiają jednostce dostosować swe zachowanie do panujących zasad w grupie społecznej. Pozwalają na szybkie i sprawne działanie w często nieoczekiwanych sytuacjach, takich jak np. kradzież, wypadek czy przemoc wobec dzieci. Zatem normy prawne poprzez dostarczanie wzorów postępowania zwalniają jednostkę od każdorazowego podejmowania decyzji w kwestii oczekiwanego działania. Te określone dyrektywy mogą być, jak wskazywał Franciszek Studnicki, motywem określonego zachowania się jednostki.

W świetle tego co zostało do tej pory powiedziane na temat znajomości prawa należałoby zastanowić się nad kolejnym elementem składowym świadomości prawnej, jaką jest ocena prawa.

3.2. Ocena prawa

We wcześniej omówionym rozdziale został w sposób dość szczegółowy przedstawiony proces przepływu informacji prawnej od nadawcy do odbiorcy, ze szczególnym uwzględnieniem dwóch zjawisk, tj. przekazywania informacji o normach prawa dla ekspertów – prawników i laików oraz złożoność racjonalnego podejmowania decyzji przez jednostkę. Można zatem uznać, iż najbardziej adekwatnym schematem obiegu informacji o prawie byłby taki schemat, który zawierałby w sobie pięć elementów składowych, tj. nadawcę – przekaz – kanał – odbiorcę – efekt. Faktem jest, iż schemat ten został zaczerpnięty z psychologicznego modelu komunikowania Vorweg'a i Lasswel'a, jednakże jest on najbardziej adekwatny w uporządkowaniu omawianego problemu i pozwala na lepsze zrozumienie mechanizmu funkcjonowania świadomości prawnej jednostek.

Z uwagi na fakt, iż została już omówiona kwestia znaczenia nadawcy, przekazu, kanału i odbiorcy w uzyskiwaniu wiedzy prawnej przez jednostkę warto się zastanowić nad efektami odbioru owych informacji.

Do efektów odbioru uzyskanych przez odbiorcę informacji zalicza się przede wszystkim opinie²²⁰ czyli oceny oraz postawy. Upraszczając, efekt przekazu stanowią te treści, które zostały przez odbiorcę komunikatu zapamiętane. W ramach wstępnych informacji na temat omawianego schematu nie można pominąć faktu, iż czasem może on przybierać dwukierunkowy charakter. Oznacza to, iż istnieje możliwość wpływu określonych ocen prawa bądź instytucji prawno – politycznych na stopień zainteresowania się prawem przy jednoczesnym wzroście wiedzy o prawie. Ponadto, zgodnie z ustaleniami psychologii społecznej i socjologii komunikowania odbiorcy przekazu informacji o prawie są często nastawieni na selektywny ich odbiór. Wynika to stąd, iż istnieje większe prawdopodobieństwo zapamiętania przez odbiorcę tych informacji, które są zgodne właśnie z jego zainteresowaniami, postawami, czy też z przekonaniami.

Najwięcej kontrowersji przy omawianiu świadomości prawnej budzi kwestia rodzaju posiadanej przez jednostkę wiedzy i ocen prawa. Wiadomo bowiem, iż postępowanie odbiorcy informacji prawnej może być uzależnione od wielu czynników. W głównej mierze dotyczyć ono będzie rodzaju posiadanej przez niego

²²⁰ Według słownika języka polskiego opinia to „sąd, pogląd, przekonanie(...), ocena. Mały Słownik Języka Polskiego. PWN, Warszawa 1968, s. 511.

wiedzy a to z kolei przyczyniać się będzie do powstania wielu pytań o rodzaj wiedzy, który należałoby brać pod uwagę, mówiąc o świadomości prawnej.

Czy winno się uwzględnić każdą wiedzę, bez względu na to czy jest ona wiedzą racjonalną czy też wiedzą uproszczoną i powierzchowną? Czy najbardziej odpowiednim kryterium w ocenie stopnia świadomości prawnej, w tym również świadomości konsumenckiej byłaby tylko i wyłącznie wiedza racjonalna? Pytania te są o tyle istotne, gdyż z rodzajem posiadanej przez jednostkę wiedzy wiążą się oceny prawa.

Bezsprzeczne i najbardziej oczekiwane wydaje się wyróżnienie dwóch sposobów rozumienia świadomości prawnej, tj. rozumienia szerokiego i wąskiego. W pierwszym przypadku świadomość prawna obejmowałaby dwa rodzaje wiedzy i oparte na niej oceny z możliwością występowania stereotypów. Natomiast wąskie rozumienie świadomości to takie, które wyrażałoby się w wiedzy racjonalnej i związanej z nią ocenach czy też sądach.

Również Zygmunt Ziemiński zauważył pewną analogię pomiędzy obu wyróżnionymi elementami świadomości prawnej. Według niego niezwykle istotny jest tutaj zasób wiedzy o prawie posiadany przez jednostkę. Wynika to stąd, że im jest on większy tym ocena ma zdecydowanie bardziej refleksyjny charakter. „Jeśli obywatel ma orientację w aktualnym stanie spraw politycznych i aprobeuje cele polityki prawodawczej przyjętej przez państwo, to może on w konsekwencji akceptować, a nawet nie akceptować norm prawnych wyraźnie dlań niedogodnych lub uciążliwych, lecz stwarzających podstawy do rozwiązania jakichś problemów społecznych. Z drugiej strony ten sam obywatel świadomy spraw publicznych, dostrzegając błędy działalności prawodawczej, mnożenie zbędnych nakazów przez nieudolne kierownictwo państwa może właśnie wobec nich wyrażać swoją najsurowszą dezaprobatę. W przypadku dezinformacji lub całkowitego braku informacji obywatel często z podejrzliwością i dezaprobatą będzie przyjmował nawet normy prawne ustanowione w jego interesie. Motywacja aprobowania lub dezaprobowania może więc nosić charakter nierefleksyjny – w zasadzie dogmatyczny, bądź w mniejszym czy większym stopniu refleksyjny”²²¹.

Przyjmując teorię Anny Gryniuk, można uznać iż aby mówić o świadomości prawnej należy brać pod uwagę przede wszystkim jej drugie znaczenie, które jak wiadomo zawiera w sobie wyłącznie wiedzę racjonalną i związaną z nią opinię.

²²¹ Z. Ziemiński, Teoria państwa i prawa, cz. 2, Zagadnienia teorii prawa. Poznań 1969, s. 188 – 203.

Natomiast wszystko, co odbiega od tego wzorca, należy traktować jako defekty owej świadomości²²².

²²² A. Gryniuk, Świadomość prawna...,s. 63.

3.2.1. Rozbieżności w ocenie kryteriów prawa.

Proces wartościowania

Zbyt dużym uproszczeniem byłoby twierdzenie, iż problem ocen, w tym ocen prawa jest przede wszystkim domeną zainteresowań aksjologii, jako wyspecjalizowanej nauce o wartościach. Otóż problem ocen cieszy się dużym zainteresowaniem nie tylko w nauce o moralności, etyce ale także i w teorii prawa. Nauki te dostarczają fachowej wiedzy na temat istoty ocen, dokonując ich klasyfikacji. Z kolei psychologię społeczną i socjologię interesują oceny, które jako element postawy uzewnętrznia się w przekonaniach, poglądach, sądach czy opiniach²²³. Nie ulega zatem wątpliwości, iż w celu zrozumienia roli oceny w świadomości prawnej należy skorzystać z dorobku nie tylko aksjologii ale także z tych wszystkich nauk, dla których problem ocen jest źródłem analiz teoretyczno – empirycznych. „Dlatego też – pisze Zdzisław Najder – wartość powinna odgrywać rolę zasadniczego pojęcia integrującego wszystkie dziedziny nauk, mające za przedmiot człowieka i jego wytwory(...). Wartość jest potencjalnie pojęciem łączącym, które może powiązać wiele rozmaitych dyscyplin specjalistycznych – od eksperymentalnej psychologii percepcji do analiz ideologii politycznej, od studiów ekonomicznych nad budżetem do teorii estetycznych i filozofii języka(...)”²²⁴.

Aksjologowie ujmują oceny na tle procesu wartościowania, które jest tutaj rozumiane jako pewnego rodzaju przeżycie lub rozumowanie. Warto w tym miejscu przyjąć przedstawioną przez cytowanego Zdzisława Najdera charakterystykę przeżyć wartościujących, które pozostają w ścisłym związku z prawem. Przeżycia te według autora charakteryzują się:

- a) preferencyjnym uporządkowaniem materiału przeżyć,
- b) oceną prawa (wypowiedź wyrażona w zdaniu, która zawiera sąd wartościujący, czyli uznanie prawa, a więc norm, zespołu norm, instytucji prawa, systemu jako całości za wartościowe, tzn. posiadające określoną wartość),
- c) możliwością uzasadnienia tej oceny²²⁵.

²²³ Zob. S. Mika, Psychologia społeczna. PWN, Warszawa 1982.

²²⁴ Z. Najder, Wartości i oceny. PWN, Warszawa 1971, s. 54.

²²⁵ Tamże, s. 15, 16.

Preferencyjne uporządkowanie materiału przeżyć ustalone jest na podstawie kryteriów zwanych dalej kryteriami oceny. Są to praktyczne dyrektywy na podstawie, których dokonuje się klasyfikacji zarówno zjawisk prawnych (np. norm, instytucji prawnych), jak i zachowań związanych z prawem. Autor wymienia dwa rodzaje kryteriów. Przy pomocy pierwszego z nich możliwe jest określenie czy dany przedmiot oceny należy rzeczywiście do klasy zjawisk prawnych lub zachowań związanych z prawem. Natomiast za pośrednictwem drugiego można określić w jakim stopniu zjawiska prawne czy zachowania związane z prawem posiadają właściwości uznane za cenne²²⁶. Na uwagę zasługuje również pogląd Franciszka Studnickiego, który proponuje zamiennie traktować pojęcia „kryterium” i „standard”. „Za standard – pisze Franciszek Studnicki – uchodzić może w szczególności każde rzeczywiście działające kryterium, pozwalające wybierającemu na zbudowanie przy jego pomocy hierarchii alternatyw”²²⁷. Wyróżnił on cztery grupy owych standardów:

- 1) bezpośredniego zaspokojenia,
- 2) refleksji użytecznościowej,
- 3) wartości zinternalizowanych,
- 4) norm heteronomicznych.

Pierwsza grupa standardów pozwala jednostce na zbudowanie hierarchii alternatyw, która jest jednak uzależniona od możliwości bezpośredniego zaspokojenia własnej potrzeby lub czy popędu. Wybór ten wydaje się być sprzecznym z dokonanym wyborem standardów refleksji użytecznościowej. Otóż pozwala on wybierającemu zaspokoić własne potrzeby i popędy ale w wydłużonym okresie czasu. Z kolei trzecia grupa standardów pozwala jednostce na zbudowanie hierarchii alternatyw, w zależności od tego, w jakim stopniu wybór danej alternatywy będzie odpowiadać jego wyznawanym wartościom W szczególności będą to wartości moralne, czy też estetyczne. Grupa standardów norm heteronomicznych jest natomiast grupą, z której każdy z nich pozwala wybierającemu zbudować własną hierarchię alternatyw, w zależności od tego, w jakim stopniu wybór danej alternatywy wydaje mu się prawidłowy z normami wyznawanymi przez pewne grupy moralności, prawa czy też obyczajów²²⁸.

²²⁶ Tamże, s. 67.

²²⁷ F. Studnicki, *Przepływ...*, s. 21.

²²⁸ Tamże, s. 21 – 22.

Jak nietrudno zauważyć z wyborem określonej alternatywy wiąże się ocena, uznanie jej za wartościową, tzn. posiadającą wartość. Nasuwają się pytania, co należy rozumieć przez wartość oraz jaką rolę odgrywają procesy wartościowania w ocenie prawa?

Bezspornym wydaje się rozumienie wartości przedstawione przez Zdzisława Najdera, według którego stanowi ona pewien rodzaj idei, zasadę pozwalającą ocenić zjawiska prawne lub związane z prawem zachowania oraz ewentualnie przyznać im wartość dodatnią lub ujemną. Wartościami dodatnimi będą zarówno stany rzeczy, jak i typy zachowań albo postaw. Do tych pierwszych autor zalicza szczęście, honor i równość natomiast wyróżnionymi przez niego dodatnimi zachowaniami są: bezstronność, ofiarność i uczciwość. Czy wartości mogą być tylko dodatnie? Otóż według niego proponowane definicje tego nie przesądzają. Pozwalają bowiem na uznanie za ujemne wartości aksjologiczne sądów o takich zachowaniach, jak nieszczęście, hańba, egoizm, czy też oszukiwanie²²⁹.

Konkluzja zatem jest taka, iż wartości mogą występować w kilku wymiarach. Otóż mówiąc o nich w trybie opisowym i przedstawiając je jako wartości wyznawane stanowiąc będą motory działań w określonych grupach i zbiorowościach ludzkich. Co więcej, wartości mogą występować jako absolutne kryteria postępowania, takich jak dobro, sprawiedliwość, itp. Nietrudno również zauważyć, iż terminy, którymi określa się tzw. wartości są typowymi hipostazami, pozornymi nazwami, które nie posiadają żadnych empirycznie danych desygnatów. Powstały na skutek cech przypisywanych określonym przedmiotom, np. dobry, sprawiedliwy. Są one zatem pochodnymi w stosunku do ocen, występujących w postaci wyrażen typu: Postępowanie P jest wartościowe (dobre, słuszne, etc.)²³⁰

Natomiast Piotr Graff jest zdania, iż wartościowanie występuje zawsze tam, gdzie jednostka mając dany dowolny zbiór złożony z więcej niż jednego elementu dokonuje wyboru jednego z nich kosztem pozostałych. Z kolei proces wartościowania rozpoczyna się od skierowania uwagi jednostki na obiekt, który gdy już zostanie dostrzeżony może się domagać wartościowania²³¹.

Z przedstawionych klasyfikacji wynika wniosek, iż obecna różnorodność kryteriów ocen uzasadnia istnienie problemu różnicy w ocenie tych samych zjawisk

²²⁹ Z. Najder, *Wartości...*, s. 49.

²³⁰ Zob. K. Opalek, J. Wróblewski, *Zagadnienia teorii prawa*. PWN, Warszawa 1969, s. 12 – 17.

²³¹ P. Graff, *O procesie wartościowania i wartościach estetycznych*. PAN, Warszawa 1970, s. 43.

prawnych i zachowań. W praktyce oznacza to, iż możliwe jest występowanie niezgodności co do oceny tego samego zjawiska prawa z punktu widzenia wielu osób. Nie mniej jednak spośród wielości funkcjonujących ocen największego znaczenia nabierają wspomniane oceny moralne, które uchodzą za podstawowy czynnik kształtowania się świadomości prawnej. Takiego zdania jest Z. Ziemiński, który twierdzi, iż oceny prawa sprowadzają się wyłącznie do starań o pozyskanie aprobaty moralnej dla danej normy czy norm prawnych²³². Co ciekawe, oprócz istnienia w pracach poświęconych ogólnej tematyce norm rozbieżności co do ich kryteriów, nie ma również zgodności w kwestii ustalenia czy ocenami są również wypowiedzi o ustalenie zgodności stanu faktycznego²³³. Jerzy Lande reprezentuje stanowisko, które zakłada, że: „(...)ustalenie zgodności bądź niezgodności z normą określonego zachowania się jest zawsze oceną, gdyż skoro rozpatrujemy jakieś działanie ze stanowiska normy, to nasze twierdzenia przestają być twierdzeniami stwierdzającymi (teoretycznymi), a wypowiadają już ocenę tej rzeczywistości ze stanowiska danej normy(...)”²³⁴.

Stanowisko przeciwne zajmuje Czesław Znamierowski, który głosi pogląd, iż przy ustalaniu zgodności postępowania jednostki zgodnie z normą należy oddzielić od wartościowania. Wynika to stąd, iż owe ustalenie zgodności należy do zadań władzy wykonawczej, a wartościowanie ma charakter normotwórczy gdyż jest nieodłączny przy tworzeniu norm miejsce przy tworzeniu norm.

Z omawianą koncepcją tą nie zgadza się Maria Borucka – Artowa, która uważa za niewłaściwe utożsamianie procesu oceny z procesem tworzenia norm prawnych. Swe stanowisko uzasadnia tym, iż proces oceny odgrywa doniosłą rolę zarówno przy procesie podejmowania decyzji odnośnie aktualnego zachowania się, jak i przy procesie sprawowania kontroli. Dotyczy to przede wszystkim kontroli prawnej „(...) rozumianej jako wszelkiego rodzaju porównywanie zachowania się z wzorem zawartym w normie prawnej, ustalenie zgodności bądź niezgodności oraz zajęcie określonego stanowiska w stosunku do rozpatrywanego zachowania”²³⁵.

Często rozdzielenie oceny od ustalającego stwierdzenia występuje w czysto informacyjnym stwierdzeniu zgodności stanu faktycznego z normą. Do takich sytuacji

²³² Przypis za A. Gryniuk, Świadomość prawna...,s. 66.

²³³ M. Borucka – Artowa, O społecznym...,s. 160.

²³⁴ J. Lande, Podstawowe ... s. 376. Zob. J. Nowacki, O rodzajach ocen ze względu na normę. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego, z. 14, 1959, s. 19 i nast.

²³⁵ M. Borucka – Artowa, O społecznym...,s. 161.

należą zachowania jednostki, która po dokonaniu pewnego czynu lub podjęciu decyzji sposobu działania czyni starania w kierunku dogodnego dla siebie zinterpretowania normy. Podobna sytuacja może również zaistnieć przy postępowaniu mającym na celu sprawowanie kontroli nad zachowaniem się innych. W szczególności, gdy np. sędzia podejmując decyzję w rozpatrywanej sprawie na podstawie całego szeregu czynników i przesłanek pozaprawnych wykorzystuje normy prawne jedynie dla uzasadnienia powziętej już decyzji. Klasyfikacja prawna stanu faktycznego będzie tu elementem procesu uzasadniania powziętej już decyzji, dlatego też nie musi jej towarzyszyć proces oceny²³⁶. Wydawałoby się, iż spór o to czy ustalanie zgodności lub niezgodności stanu faktycznego, wymaganego z normą jest oceną czy też nią nie jest będzie trwać w nieskończoność.

Jerzy Nowacki przedstawił dość ciekawe i nie budzące większych sprzeciwów, tzw. trzy typy wypowiedzi o stosunku określonego stanu faktycznego do normy. Są to: a) „zwrot stosunkowy”(„Z jest zgodne z normą”, „Z jest niezgodne z normą”), b) ocena stosunkowa („Z jest dobre, gdyż jest zgodne z normą, a dobre jest każde Z z normą N zgodne”, „Z jest złe, gdyż jest niezgodne z normą N, a dobre jest każde Z z normą N zgodne”), c) ocena krytyczno - stosunkowa („Z jest dobre, gdyż jest zgodne z normą N, a postanowienia normy N są „dobre”, Z jest złe, gdyż nie jest zgodne z normą N, a postanowienia normy N są dobre”, „Z jest złe, gdyż jest zgodne z normą N, a postanowienia normy N są złe”, „Z jest dobre, gdyż nie jest zgodne z normą N, a postanowienia normy N są złe”)²³⁷. Upraszczając, autor wychodzi z założenia, iż typ pierwszy wypowiedzi, tj. zwrot stosunkowy nie jest oceną, lecz jedynie twierdzeniem. Oceną są, według autora, dwa ostatnie typy przedstawionych wypowiedzi. Różnica pomiędzy nimi polega na sposobie uzasadnienia, czy też na odwołaniu się do odmiennych wartości. Ponadto, to co łączy owe typy, to tzw. „zwrot stosunkowy” czyli oceny stosunkowe i krytyczno – stosunkowe. Cechą charakterystyczną dla ocen stosunkowych jest to, że zachowanie zgodne z prawem jest uzasadnione aksjologicznie w oparciu o pozaprawne systemy ocen, które niezależnie od treści prawa kwalifikują dodatnio zachowanie się z nim zgodne. Przykładowo może to dotyczyć pewnych rodzajów moralności, które zawierają generalną zasadę przestrzegania prawa. Zatem „Z jest dobre, bo jest zgodne z

²³⁶ Tamże, s. 162 –163.

²³⁷ Zob. J. Nowacki, Rodzaje moralnej oceny prawa. Zeszyty Naukowe UŁ, Nauki Humanistyczno – Społeczne, Seria 1, 23/1963, s. 36.

normą N, a dobre jest każde Z z normą N zgodne²³⁸. Natomiast oceny krytyczno – stosunkowe mają miejsce wówczas gdy normy są oceniane z punktu pozaprawnego systemu wartości, dzięki czemu zachowanie ocenia się zgodnie z tymi normami. Czyli „Z jest dobre, gdyż jest zgodne z normą N, a postanowienia normy N są dobre. Wniosek jest taki, iż za pośrednictwem oceny krytyczno – stosunkowej możliwe jest jedynie ustosunkowanie się do treści normy bez konieczności jej formalnej akceptacji²³⁹.

Wydawać by się mogło, iż zostało już wszystko powiedziane odnośnie rozbieżności kryteriów oceny prawa. Okazuje się jednak, iż istnieje jeszcze inny, niezwykle ważny aspekt wartościowania i dotyczyć on będzie różnicy ocen deklarowanych od rzeczywiście żywionych. Warto tutaj zasygnalizować, iż problem owej rozbieżności zostanie jeszcze poruszony przy omawianiu postawy oceniającej prawników i laików.

Kwestia omawianej różnicy ocen została przedstawiona w ogólnym modelu wartościowania Sufin'a, który przedstawia wzajemne relacje między ocenami deklarowanymi a rzeczywiście żywionymi. Według autora między postulowaniem wartości a ich realizacją występują trzy odrębne ogniwa. Stosunek do rozpatrywanych wartości charakteryzuje się bowiem różnym stopniem zaangażowania się jednostki. Owe zaangażowanie może się przejawiać w deklaracji, uznaniu lub potrzebie realizacji. Sytuacja pierwsza ma miejsce wówczas, gdy stosunek do rozpatrywanych wartości sprowadza się do ich deklaratywnej akceptacji. Sytuacja druga polega na faktycznym uznaniu wartości czyli na ich uwewnętrznieniu. W końcu sytuacja trzecia występuje wówczas, gdy warunki zewnętrzne przyczyniają się do zrodzenia potrzeby realizacji owych wartości²⁴⁰.

Według Anny Gryniuk przedstawiony model wartościowania ze względu na swą przejrzystość ma doniosłe znaczenie dla analizy ocen prawa i zachowań ze względu na prawo oraz ułatwia interpretowanie zależności jakie mogą powstać między oceną a zachowaniem motorycznym. Mówiąc o świadomości prawnej – twierdzi Gryniuk - należy dokonać podziału sytuacji na te, w których jednostka

²³⁸ A. Gryniuk Świadomość prawna...,s. 66.

²³⁹ Zarówno J. Nowacki, M. Borucka – Arctowa, jak i A. Gryniuk podkreślają, iż przy tworzeniu owych typów wypowiedzi doniosłą rolę odegrał J. Wróblewski, zob. K. Opałek, J. Wróblewski, Zagadnienia teorii prawa, PWN, Warszawa 1969, s. 51.

²⁴⁰ Z. Sufin, Kultura pracy. Wydawnictwo Związkowe, Warszawa 1968, s. 171 – 172. Por. L. H. Haber, Management. Zarys zarządzania małą firmą. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998, s. 162-164.

jedynie deklaruje ocenę normy prawnej nie mając w rzeczywistości wyrobionego stosunku do przedmiotu oceny; w których deklaracja oceny łączy się z jej uznaniem oraz sytuację kiedy między nimi zachodzą rozbieżności. Autorka, odwołując się do dorobku psychologii społecznej wyjaśnia, iż doniosłe znaczenie ma tutaj, tzw. teoria uczenia się, a dokładniej – doświadczenia jednostki związanych z normą oraz teoria dysonansu poznawczego. W pierwszym przypadku im bardziej normy zaspakajają motywację jednostki, tym bardziej jej oceny wobec norm będą bardziej przychylnie i vice versa. Ponadto przestrzeganie tych norm w pewnych środowiskach społecznych pociąga za sobą pochwałę, a pogwałcenie ich powoduje potępienie lub karę. W innych środowiskach społecznych sytuacja może się okazać odwrotna. Jednostka uczy się więc akceptować normę, a nagrody i kary które były początkowo wymierzane przez innych ludzi jako czynnik zewnętrzny, potem zostają wymierzone przez jednostkę wobec samej siebie. Samo antycypowanie przyszłej nagrody lub kary staje się tym, co jest aktualnie nagradzające lub karzące. W ten sposób normy zostają zinternalizowane, stają się czyjąś własnością²⁴¹.

W psychologii spośród wszystkich norm, czy też reguł postępowania za najbardziej skuteczne uchodzą właśnie normy zinternalizowane. Ujmując to w sposób bardziej uproszczony, jednostka będąc w posiadaniu tzw. autoinstrukcji, jest świadoma, co może, a czego nie może robić. Uczenie się reguł pozostaje w związku nie tylko z rozpoznawaniem okoliczności, w których mają one zastosowanie ale także z uświadomieniem przez jednostkę konsekwencji podporządkowania się i ich przekroczenia. Dzięki takim zabiegom społeczeństwo przekazuje przyszłym pokoleniom nagromadzona mądrość i uprzedzenia, o których będzie jeszcze mowa w dalszej części pracy. Czasami jednak bywa tak, iż jednostka w obawie przed karą, sankcją lub ostrzeżeniem postępuje zgodnie z narzuconymi przez społeczeństwo normami. Nie byłoby w tym nic dziwnego, przecież oczywistym jest fakt, iż zachowanie zgodne z obowiązującymi i powszechnie akceptowanymi wzorcami jest wręcz oczekiwane i nagradzane. Problem jednak pojawia się wówczas, gdy jednostka podejmuje działania, będące sprzeczne z jej własnymi poglądami i wyznawanymi wartościami.

Owa rozbieżność między oceną deklarowaną a uznawaną oraz jej konsekwencje interpretują psychologowie za pomocą teorii *dysonansu poznawczego*

²⁴¹ A. Gryniuk, Świadomość prawna..., s. 68.

Leon'a Festingera²⁴². Polega on na spostrzeganiu przez danego członka rozbieżności między zachowaniami innych członków grupy a swoim własnym zachowaniem. Stwierdzenie tej rozbieżności z oczywistych względów wywołuje u niego stan napięcia, który za wszelką cenę pragnie zredukować. Niewątpliwie może to uczynić poprzez zmianę własnego zachowania na podobne do zachowań innych członków grupy, np. przez uznanie atrakcyjności wybranej alternatywy lub osłabienie atrakcyjności odrzuconej. Środkiem będzie tutaj wytwarzanie sobie pewnych dodatkowych przekonań uzasadniających wybór lub zmianę dotychczasowych przekonań²⁴³.

Chcąc przedstawić ową teorię dysonansu poznawczego w sposób bardziej obrazowy można dokonać jej następującego usystematyzowania:

- 1) dysonans poznawczy działa jak kara,
- 2) jednostki odczuwając dysonans poznawczy starają się:
 - a) usunąć go lub zmniejszyć i osiągnąć harmonijność poglądów,
 - b) starają się unikać sytuacji i informacji, które mogłyby powodować powstawanie lub zwiększenie dysonansu
- 3) im większa kara wywołana przez dysonans poznawczy, tym silniejsze dążenie do jego usunięcia²⁴⁴.

Oznacza to, iż jednostka której oceny odbiegają od ocen pozostałych członków danej grupy będzie dążyć do zmniejszenia owego dysonansu poprzez, np. przyjęcie pewnych dodatkowych przekonań lub nawet zmianę własnej oceny w celu usunięcia dyskomfortu poczucia posiadania odmiennych ocen, np. prawa. Nasuwa się pytanie, w jaki sposób można pogrupować oceny prawa w obecności przedstawionych rozbieżności? Warto w tym miejscu posłużyć się koncepcją Anny Gryniuk, która przyjęła, iż w skład świadomości prawnej społeczeństwa globalnego wchodzi następujące oceny:

- a) deklarowane i uznawane, wyodrębnione na podstawie zróżnicowanych kryteriów,
- b) posiadające swoje uzasadnienie,

²⁴² Por. podrozdz. 4.3.1.

²⁴³ Zob. S. Mika, Psychologia..., s. 234, 398 – 399.

²⁴⁴ A. Malewski, O zastosowaniach teorii zachowania. PWN, Warszawa 1964, s. 93 – 126. O teorii dysonansu pisze również Th. M. Newcomb, R. H. Turner, Ph. E. Converse, Psychologia społeczna. PWN, Warszawa 1965, s. 154 – 155. Zob. W. Szewczuk, Słownik psychologiczny. Wiedza Powszechna, Warszawa 1985, s. 66.

- c) oparte zarówno na wiedzy racjonalnej jako i uproszczonej, zdeformowanej w procesie przekazywania informacji²⁴⁵.

Nasuwa się, słuszna zresztą, myśl iż jednostka chcąc żyć i sprawnie funkcjonować w danym społeczeństwie musi stale dokonywać wyboru alternatyw swego działania. W przeciwnym razie jeśli jej zachowanie okaże się niezgodne z obowiązującymi normami zostanie prawdopodobnie ukarana. Oczywiście nie można pominąć kwestii, iż normy bez względu na ich podział, stanowią pewne ramy ograniczające możliwość uzasadnienia każdej podjętej przez jednostkę decyzji zachowania się. Tym samym, w jakimś stopniu, przyczyniają się do ukierunkowania postępowania jednostki. Nie mniej jednak zawsze istnieje możliwość konkretnego ustosunkowania własnej oceny do norm i wartości prawnych oraz do grupy społecznej.

Nie ulega również wątpliwości, iż analiza ocen, a w szczególności ocen prawa ma doniosłe znaczenie dla postaw jednostki wobec prawa, o których będzie jeszcze mowa. Natomiast przy omawianiu różnic w ocenie prawa koniecznym wydaje się dokonanie analizy ocen prawa stosowanych przez prawników oraz osób, które nie posiadają prawniczego wykształcenia.

²⁴⁵ A. Gryniuk, Świadomość prawna..., s.69.

3.2.2. Różnice w ocenie prawa prawników i laików.

Koncepcja systemowa Talcott'a Parsons'a.

Wszystko co zostało do tej pory powiedziane na temat nie tylko oceny ale również i znajomości prawa było związane z mniej lub bardziej widocznym podziałem na dwie grupy społeczne, tj. prawników oraz osób, które prawnikami nie są. Ktoś mógłby jednak zadać pytanie, czym tak naprawdę jest rola prawnika?

Faktem jest, iż w rozdziale trzecim została omówiona istota znaczenia terminu „rola społeczna” oraz tzw. minimum rolowe w hipotezie Franciszka Studnickiego, jednakże analizując różnicę w ocenie prawa prawników od laików koniecznym wydaje się bardziej szczegółowe przedstawienie poglądów socjologów prawa na temat roli konkretnej grupy społecznej jaką są prawnicy.

Przede wszystkim należy wspomnieć o koncepcji systemowej Talcott'a Parsons'a, który analizując społeczne role prawników na tle rozważań dotyczących miejsca w systemie społecznym wolnych zawodów wprowadził pojęcie „instytucjonalnego wzoru zawodowego” jako łącznika między różnymi elementami systemu społecznego. „Jest dziwnym paradoksem, że ta grupa o decydującym znaczeniu, odgrywająca czołową rolę w rozwoju nauki i jej praktycznym zastosowaniu, w kształceniu naszego narodu i w ochronie jego tradycji prawnych, nie została doceniona przez żaden z wielkich, współzawodniczących systemów ideologicznych naszych czasów”²⁴⁶. Ważną cechą instytucjonalnego wzoru uczynił zatem Parsons utrzymywanie ciągłości tradycji prawnych społeczeństwa, podstawowych, związanych z nią wartości i ideałów, pisząc, że „samo istnienie zawodu prawnika w naszym społeczeństwie wynika z faktu, że utrzymanie zintegrowanej i ciągłej tradycji, i jej przestrzeganie w naszym zróżnicowanym systemie interesów nie byłoby możliwe bez istnienia mechanizmu pośredniczącego pomiędzy organami politycznymi, reprezentującymi najwyższy autorytet prawny, dokumentami i formalnymi aktami ustawodawczymi a praktyczną kontrolą nad procesami społecznymi”²⁴⁷. Najważniejszym z owych mechanizmów jest, zdaniem Parsons'a, zawód prawnika, jego funkcja jako „tkanki łącznej w strukturze społecznej. Niewątpliwie walorem teorii systemowej Parsons'a jest mocne podkreślenie istnienia

²⁴⁶ T. Parsons, *Szkice z teorii socjologicznej*. PWN Warszawa 1972, s. 474.

²⁴⁷ Tamże, s. 478, 480.

związków społecznych ról prawników z kształtowaniem i rozwojem tradycji prawnych społeczeństwa, tradycji jakie stanowią część ogólnego dziedzictwa kulturowego.

Mówiąc dalej za Parsonsem: „Przedstawiciele zawodów prawniczych wychowani w duchu tradycji kulturalnej społeczeństwa, w którym działają i w którym żyją, i będąc z tą tradycją zintegrowani, ponoszą odpowiedzialność za jej utrzymanie, rozwój i wcielenie w życie”²⁴⁸. I dalej: „Jednocześnie jednak prawnik jest wychowany w tradycjach prawa – jest więc w tym sensie swego rodzaju buforem pomiędzy bezprawnymi pragnieniami swych klientów a interesami społecznymi. Ważne jest, aby obie te funkcje mogła szczęśliwie pełnić jedna osoba”²⁴⁹.

Na uwagę zasługuje również charakterystyka poszczególnych zawodów prawniczych dokonana przez Zygmunta Ziemińskiego. Otóż wyróżnił on wzorzec roli prokuratora, sprowadzający się „do strzeżenia interesu społecznego (co wymaga zresztą należytej troski o interesy poszczególnych członków społeczeństwa), w ramach organizacyjnych, opartych na zasadach służbowego podporządkowania i centralizmu, bez zastrzeżenia wyłączności kompetencyjnej dla prokuratorów niższych szczebli”. Z wzorcem roli sędziego wiąże się natomiast wymagania „maksymalnej niezależności, bezstronności, legalizmu, korygowanego odpowiednio wrażliwością społeczną. Jeśli w jakichś przypadkach rejestruje się elementy zdeprawowania i korupcji, to przypadki zdeprawowania sędziów i prawników spełniających funkcje w jakiejś mierze analogiczne do sędziowskich uważa się za zło skrajne. Od sędziów bowiem wymaga się szczególnie wysokich kwalifikacji moralnych”. Rola społeczna adwokata z kolei różni się zasadniczo od ról poprzednio omówionych „ze względu na urzędniczy charakter tego zawodu, na podejmowanie funkcji adwokackich przede wszystkim na zasadzie zaufania klienta i wolnego doboru na tej zasadzie opartego”²⁵⁰.

Bez względu jednak na to czy prawnik pełni rolę adwokata, prokuratora czy sędziego należy przyjąć, iż odmiennosc dróg kształtowania się ocen prawa w grupie ekspertów – prawników oraz grupie osób, posiadającej powierzchowną wiedzę na temat prawa wynika przede wszystkim z takich czynników, jak:

- 1) studia prawnicze i praktyka zawodowa,
- 2) proces socjalizacji,

²⁴⁸ Tamże, s. 490.

²⁴⁹ Tamże, s. 494.

²⁵⁰ Z. Ziemiński, Socjologia prawa jako nauka prawna. PWN Poznań 1974, s. 104, 105, 107..

3) wpływ grup odniesienia.

Wiedza prawników nie ogranicza się jedynie do literalnej i bezpośredniej znajomości przepisów prawnych, czyli takiej wiedzy której posiadanie wiąże się w głównej mierze ze znajomością procedur postępowania, czy też dyrektyw stosowania prawa w określonych sytuacjach. Wiedza ta obejmuje również znajomość wykładni i doktryny prawniczej.

Jak już wiadomo z wcześniejszych dywagacji na te temat znajomości prawa do wykładni prawa dochodzi się wyłącznie z semantycznego punktu widzenia, traktując jej przedmiot, a więc normę prawną lub przepis prawny jako wyrażenia języka prawnego. Często w poglądach na temat wykładni prawa dochodzi do utożsamiania owej wykładni ze zrozumieniem, a co za tym idzie – utożsamianie dyrektywy rozumienia z dyrektywą interpretacyjną. Na czym zatem polegają opisowe i normatywne teorie wykładni? Ogólnie mówiąc, opisowa teoria wykładni polega na opisie zachowania się interpretatora, czyli głównie na opisie praktyki wykładni stosowanej przez organy państwa, np. sądy w określonym zakresie spraw na pewnym odcinku czasu. Natomiast normatywne teorie wykładni prawa wskazują sposób interpretowania normy. Powszechnie przyjmuje się, iż wszystkie te teorie występują w dwóch grupach, tj. statycznej i dynamicznej. Jak nietrudno się domyślić celem statycznych teorii wykładni prawa jest zapewnienie maksymalnej stałości prawa, pewności prawnej i obliczalności decyzji organów stosujących prawo. Aby ten cel osiągnąć konieczne jest przyjęcie, iż znaczenie normy jest niezmienne a jakakolwiek zmiana prawa obowiązującego może nastąpić tylko przez nowy akt prawodawczy. Z kolei celem dynamicznych teorii wykładni jest zapewnienie maksymalnej adekwatności między normami prawa obowiązującego a sytuacjami społeczno – politycznymi²⁵¹.

Nie ulega zatem wątpliwości, iż prawnik w trakcie podejmowania jakichkolwiek decyzji o charakterze prawno – politycznym jest w dużym stopniu ograniczony w możliwościach dokonywania ocen prawa. Wynika to z oczywistego faktu, iż owe ograniczenie jest konsekwencją narzuconej przez samo prawo hierarchii wartości i rozumienia definicji przez nie chronionych. W przeciwnym razie doprowadziłoby to do ogólnego chaosu i braku jedności w interpretowaniu normy prawnej przez prawników.

²⁵¹ Więcej na temat wykładni znajdzie czytelnik w : K. Opałek, J. Wróblewski, Zagadnienia..., s. 230 – 282.

Byłoby zbyt dużym uproszczeniem twierdzenie o całkowitym ograniczeniu, przez wykładnie i dyrektywy prawa, w formułowaniu przez prawników ocen. Oczywiście, zgodnie z tym co zostało do tej pory powiedziane, prawnicy są ograniczani w wydawaniu własnych ocen prawa jednakże istnieje w obiegu języka prawniczego tzw. pojęcie „luzu decyzyjnego”, który pozwala, np. sędziom wydawać wyroki sądowe będące w jakimś stopniu zgodne z ich przekonaniem ale mieszczące się w granicach norm wyznaczonych przez prawo. Ktoś mógłby zadać pytanie, skoro sąd ma możliwość zastosowania wspomnianego „luzu decyzyjnego”, to czy przy wystawianiu oceny prawa sam to prawo tworzy, czy raczej jest to konsekwencja jego stosowania? Według J. Wróblewskiego istnieje wiele konstrukcji, które wyznaczają granice między tworzeniem a stosowaniem prawa. Jednakże na potrzeby omawianego problemu ocen prawa zostanie omówiona jedynie, tzw. konstrukcja inferencyjna²⁵². Konstrukcja ta głosi, iż „sąd działa prawotwórczo, gdy jego decyzja nie jest jednoznacznie zdeterminowana przez stosowny przepis prawa”²⁵³. Oznacza to, iż występowanie luzu decyzyjnego wiąże się z brakiem możliwości uzasadnienia wydanej decyzji poprzez odwołanie się do przepisów prawa obowiązującego. W konsekwencji przyjęcie takiej konstrukcji prowadzi do twierdzenia, iż wszędzie tam gdzie ustawodawca luzu tego przewiduje, nadaje tym samym sądowi kompetencje prawotwórcze. Warto jednak zasygnalizować, iż powstaniu takiej konstrukcji sprzyjają przede wszystkim ogólność ustaw oraz zwroty oceniające. Mówiąc wprost, w prawie kontynentalnym klauzule i luźne sformułowania norm pozostawiają szerokie ramy dla prejurykatów. Jednakże punktem kluczowym w ustaleniu czy zachodzi proces tworzenia lub stosowania prawa jest wspomniana wyżej wykładnia. J. Wróblewski przestrzega jednak aby nie utożsamiać stosowania przez sędziów luzu decyzyjnego z prawotwórstwem. „Bo wówczas trzeba by wyrzucić z tekstów prawa obowiązującego, z ideologii funkcjonowania aparatu sądowego i z ideologii sądowego stosowania prawa termin <stosowanie prawa>, a mówić wprost o prawotwórstwie”²⁵⁴.

²⁵² J. Wróblewski wyróżnił oprócz konstrukcji inferencyjnej, konstrukcję treściową oraz funkcjonalną. Konstrukcja treściowa polega na wyróżnieniu różnych stopni ogólności i abstrakcyjności reguł. Na jednym biegunie stoją reguły w pełni abstrakcyjne a na drugim – konkretne i jednostkowe. Konstrukcja funkcjonalna podkreśla rolę praktyki orzecznictwa. Decyzje sądowe funkcjonują w taki sam lub podobny do siebie sposób. Zob. J. Wróblewski, *Sądowe stosowanie prawa*, PWN, Warszawa 1988, s. 401 – 406.

²⁵³ Tamże, s. 403.

²⁵⁴ Tamże, s. 404.

Wydaje się, iż prawnicy, którzy w swojej pracy postępują ściśle według poszczególnych kodeksów prawa wyrażają bardziej refleksyjne i dogłębne oceny obowiązujących lub też mających obowiązywać norm. Jak nietrudno się domyślić wyrażane przez nich oceny są w dużej mierze zdeterminowane dyrektywami interpretacyjnymi i wykładnią doktrynalną, którą zresztą specjalista – prawnik akceptuje. Nie ulega również wątpliwości fakt, iż oceny te są w pewnym stopniu narzucone przez system kontroli instancyjnej. Zatem nasuwa się pytanie, czy prawnicy mają możliwość dokonania własnej, rzetelnej i niezależnej od panującego systemu prawo – politycznego oceny prawa? Tak postawione pytanie stanowi odrębny problem mówiący o tym, o ile prawnik czuje się związany w swoich ocenach z narzuconymi dyrektywami, wartościami i ocenami.

Według Henryka Jankowskiego istnieją trzy stopnie ocen prawa²⁵⁵. Pierwszym stopniem oceny jest sprawdzenie, czy oceniany system prawny, ustawa czy przepis respektują elementarne zasady jurysprudencji takie, jak np. „nikt nie może być pociągnięty do odpowiedzialności dwukrotnie za ten sam czyn”, „nie ma zbrodni bez przekroczenia przepisów prawa karnego”, „ciężar dowodu spoczywa na oskarżycielu” itp. Zasady te składają się na wewnętrzną moralność prawa. Drugi z wyróżnionych stopni ocen odnosi się do sprawdzenia treściowej zgodności oceny z elementarnymi normami moralnymi. Wreszcie trzeci stopień to cząstkowe, partykularne oceny prawa. mogą być one dokonywane z punktu widzenia wartości moralnych o charakterze formalnym. W konsekwencji wszystkie te oceny cząstkowe mogą złożyć się na ocenę globalną, czy też generalną ocenę prawa. Wydaje się, iż propozycja H. Jankowskiego spełnia wszelkie teoretyczne wymagania stawiane ocenie prawa, zwłaszcza wysuwanych przez specjalistów prawa. Należałoby jednak zastanowić czy przy ocenie prawa, bez względu na to czy jest to ocena prawa laików czy specjalistów, podejście teoretyczne pokrywa się z podejściem praktycznym, stosowanym na co dzień przez jednostki?

Warto w tym miejscu powołać się na doniesienia prasowe, w których czasami zamieszczane są wypowiedzi prawników, zwłaszcza sędziów na rodzaj stosowanej przez nich oceny prawa. „Sędziowie mają skłonność do oportunistu, bo prawo ze swej natury skłania do konserwatyzmu, stabilizacji, zachowywania *status quo*. Latami pracowałam, żeby tę dominację zmniejszyć. Mam poczucie klęski. To koszmar, co tam teraz kiełkuje. Grzeczność, paternalizm, konformizm, podporządkowanie,

²⁵⁵ H. Jankowski, Etyczne oceny prawa „Etyka” 3/1968, s.88. Zob. A. Gryniuk, Świadomość..., s. 83.

odejście od standardów prawa. (...) Sędziowie zaczynają tak orzekać, żeby było im bezpiecznie. Postępuje paraliż decyzyjny. Zwłaszcza ci, którzy są już w pewnym wieku, chcą dotrzeć do emerytury i mieć święty spokój. Wśród młodych jest to mniej rozpowszechnione. Mają więcej do stracenia, ale mogą wyjechać za granicę²⁵⁶. Owszem, wyjazd za granicę jest jakimś rozwiązaniem dla osób, które nie są w stanie ściśle, w szerokim tego słowa znaczeniu, postępować zgodnie z ustanowioną procedurą prawno - orzeczniczą. Jednakże nie wszyscy mają możliwość realizowania własnych poglądów poza granicami własnego kraju. Przykładowo „(...) wiele asesorów postępuje tak, żeby było im bezpieczniej, a ściślej, żeby nie utracić możliwości zatrudnienia. (...) a sędziowie, że powracające akta popsują im statystykę. Starają się brać sprawy łatwiejsze, żeby je odfajkować. A w trudniejszych – znaleźć kruczek, który ułatwiłby odfajkowanie, żeby mieć spokój ze statystyką. Sąd musi się wykazać przyspieszeniem, taka jest dyrektywa. Publiczność musi wiedzieć, że tempo pracy się zwiększyło²⁵⁷.

Powyższa analiza z jednej strony pozwoliła dokładniej zrozumieć różnicę w ocenianiu prawa przez zupełnie dwie odrębne grupy społeczne, z drugiej strony pozwoliła przejść do omówienia kolejnego elementu świadomości prawnej, jakim są postawy wobec prawa. Dzięki temu możliwe będzie udzielenie odpowiedzi na nurtujące pytanie odnośnie stosunku postaw jednostki do obowiązujących norm prawa, a zatem zostanie poddane analizie problem czy oraz w jaki sposób znajomość prawa może wpływać na konkretne postawy jednostki.

²⁵⁶ B. Pietkiewicz, *Atmosfera*, „Polityka” 37/2006, s.28.

²⁵⁷ Tamże.

3.3. Postawy wobec prawa

Pojęcie postawy, a w szczególności postawy wobec prawa jest wieloznacznym pojęciem powszechnie stosowanym zarówno w socjologii, jak i psychologii społecznej. Co dokładnie należy rozumieć przez samo pojęcie „postawa”? Chcąc udzielić odpowiedzi na tak postawione pytanie należy przede wszystkim odwołać się do teorii psychologii społecznej, która wyróżnia trzy grupy definicji owego pojęcia, są to:

- 1) Definicje nawiązujące do tradycji behawiorystycznej lub psychologii uczenia się,
- 2) Definicje nawiązujące do teorii poznawczych w psychologii,
- 3) Definicje nawiązujące do koncepcji socjologicznej, w której zwraca się szczególną uwagę na stosunek nosiciela postawy do jego przedmiotu²⁵⁸.

Faktem jest, iż przy omawianiu postaw wobec prawa bardziej interesujące na potrzeby niniejszej pracy wydają się koncepcje nawiązujące do tradycji socjologicznej. Nie mniej jednak warto wspomnieć o pozostałych dwóch, które niejako pozostają w podobnym do siebie stosunku znaczeniowym.

W definicjach nawiązujących do koncepcji behawiorystycznych czy teorii uczenia się zwraca się szczególną uwagę na zachowanie się jednostki w konkretnych sytuacjach, jej reakcjach wobec przedmiotów świata zewnętrznego. Mówiąc o zachowaniach należy mieć na uwadze zachowania nie tyle przypadkowe a przede wszystkim zachowania powtarzające się i konsekwentne. Oznacza to, iż przedmiotem zainteresowania zwolenników behawioryzmu są takie zachowania, które są następstwem pojawienia się danej sytuacji czy konkretnego przedmiotu. Przykładem omawianych definicji są teorie między innymi, Fuson'a, Scott'a czy Droba.

Fuson przez postawę rozumie prawdopodobieństwo wystąpienia w danej sytuacji określonego zachowania. Z kolei Scott jest zwolennikiem poglądu, iż postawa jest nawykiem, reakcją antycypacyjną pośredniczącą w stosunku do zewnętrznego zachowania. W tym przypadku ważną rolę odgrywa proces uczenia się. Ogólnie mówiąc większość zwolenników behawioryzmu wyraża przekonanie, iż postawy są swego rodzaju dyspozycjami do zachowania się. Wyznawcą tego

²⁵⁸ S. Mika, Psychologia społeczna. PWN Warszawa 1982, s. 112.

poglądu jest właśnie Droba, który przez postawę rozumie psychologiczną dyspozycję jednostki do działania w określony sposób wobec pewnych przedmiotów.

Przedstawione definicje postaw w ujęciu behawiorystów mają swe wady i zalety. Niewątpliwie do zalet należy pogląd, iż zachowania modelują postawę, wadą natomiast jest brak wystarczającej precyzji, co w efekcie nie pozwala odróżnić postawy od innych form zachowania²⁵⁹.

Wydaje się, iż do zniwelowania pewnych nieścisłości w przedstawionej teorii postaw zmierza psychologia społeczna, która wykorzystując dotychczasowe ustalenia behawiorystów uzupełnia o elementy poznawcze. Skrajne stanowisko w tym zakresie zajmuje Asch, który uważa, iż postawa jest organizacją doświadczeń i danych dotyczących jakiegoś przedmiotu, podkreślając przy tym ważną rolę doświadczeń jednostki w tworzeniu postaw.

Z kolei inni zwolennicy teorii postaw, np. Milton Rosenberg, Richard Crutchfield czy David Krech definiują postawę jako trwałą organizację procesów motywacyjnych, emocjonalnych i spostrzeżeniowych, a także innych procesów poznawczych które odnoszą się do określonego aspektu świata zewnętrznego jednostki. Stanisław Mika, zwraca również uwagę na to, iż ze względu na poruszane w owych definicjach pojęć „organizacji” czy „struktury” podejście to zwane jest również jako podejście „strukturalistyczne”.

Wydaje się, iż kwintesencją teorii postaw w psychologii społecznej jest stanowisko Michael'a Smith'a, który przez postawę rozumie strukturę złożoną:

- a) z elementów poznawczych, które składają się na zasób informacji o przedmiocie postawy;
- b) z elementów afektywnych, mających określony kierunek i siłę, oraz
- c) z indywidualnego działania nosiciela postawy wobec jej przedmiotu²⁶⁰.

Zatem można powiedzieć, iż postawa w ujęciu psychologicznym zawiera w sobie trzy główne komponenty, tj. poznawczy, emocjonalny oraz behawioralny. Z poznawczego punktu widzenia postawa jednostki jest uzależniona od intelektu, predyspozycji do wartościowania danego przedmiotu lub klasy przedmiotów co z kolei prowadzi do uruchomienia kolejnego uczuciowego komponentu. W konsekwencji jednostka podejmuje konkretne działania w stosunku do tego

²⁵⁹ Tamże, s.113.

²⁶⁰ Tamże, s. 115.

przedmiotu. Reasumując, (...) stanowi element osobowości, oznacza skłonność jednostki do specyficznego lub stereotypowego reagowania w określonych sytuacjach na napływające bodźce²⁶¹.

Wydaje się, iż po ogólnym przedstawieniu pojęcia postawy z psychospołecznego punktu widzenia można teraz dokonać próby zdefiniowania owego problemu ale w ujęciu socjologicznym.

W polskiej literaturze z zakresu socjologii omawiane pojęcie definiują przede wszystkim Tadeusz Mądrzycki oraz Stanisław Nowak.

Według Tadeusza Mądrzyckiego, postawa to względnie stała i zgodna organizacja poznawcza, uczuciowo – motywacyjna i behawioralna podmiotu, która jest związana z określonym przedmiotem i klasą przedmiotów. Co więcej, w postawie jednostki możliwe jest wyróżnienie strony zewnętrznej, która jest umożliwia obiektywne poznanie oraz stronę wewnętrzną, która z kolei może być w różny sposób uświadamiana. Owa zewnętrzna strona postawy odpowiada składnikowi behawioralnemu i jest jej przejawem. Zatem przedmiotem postawy w tym ujęciu jest to, co istnieje obiektywnie lub subiektywnie dla jednostki i pozostaje w związku z zaspokajaniem jej potrzeb. Co w konsekwencji przyczynia się do tego, iż owy przedmiot jakim może być przykładowo inne osoby, grupy społeczne, kościół czy normy prawne i moralne nabiera znaczenia dla jednostki²⁶².

Z kolei według Stanisława Nowaka postawa to „(...)ogół względnie trwałych dyspozycji do oceniania (...) przedmiotu i emocjonalnego nań reagowania, oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno – oceniającym dyspozycjom względnie trwałych przekonań o naturze i właściwościach tego przedmiotu i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się wobec tego przedmiotu”²⁶³. Tak rozumiana postawa jest zawsze postawą wobec czegoś lub kogoś, bowiem przedmiotem może być jednostkowy obiekt materialny lub konkretny człowiek, pewne zdarzenia lub sytuacje²⁶⁴.

Zaproponowana definicja przez cytowanego autora może z całą pewnością stanowić punkt wyjścia dla dalszych rozważań, które z oczywistych względów będą oscylować wokół pojęcia postawy jednostki wobec prawa.

²⁶¹ A. Pieniżek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 195.

²⁶² Zob. T. Mądrzycki, Osobowość jako system tworzący i realizujący plany. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002, s. 2006 – 2007.

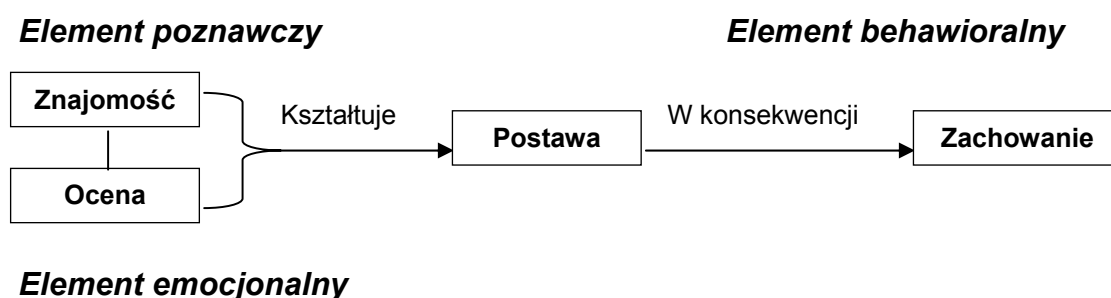
²⁶³ S. Nowak, Teorie postaw. PWN, Warszawa 1973, s. 20.

²⁶⁴ A. Pieniżek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 197.

3.3.1. Typologia postaw wobec prawa

Nawiązując do wyżej przedstawionej definicji postawy Stanisława Nowaka można przyjąć, iż postawą jednostki wobec prawa, tj. norm, zespołu norm, systemu jako całości, jest ogół względnie trwałych dyspozycji do określonego oceniania norm prawnych i emocjonalnego nań reagowania oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno – oceniającym dyspozycjom ogół względnie trwałych przekonań o naturze i właściwościach tego prawa i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się w sytuacjach regulowanych przez normy prawne²⁶⁵. Upraszczając, postawa wobec prawa jest elementem świadomości prawnej, który głównie jest kształtowany przez znajomość obowiązującego prawa i jego ocenę. Oznacza to, iż warunkiem istnienia jakiegokolwiek postawy są pewne wyobrażenia jednostki na temat tego, czym jest prawo oraz jak je dana jednostka spostrzega.

Wyróżnione elementy postawy wobec prawa można omówić na podstawie niżej przedstawionego schematu (Rys. 1)



Rys. 1. Elementy składowe postawy wobec prawa. Opracowanie własne.

Problematyka postaw wobec prawa eksponuje zatem trzy elementy, tj. poznawczy (wiedza), afektywny (element emocjonalno – oceniający) oraz behawioralny (zachowanie się). Pierwszy komponent postawy, jakim jest znajomość prawa został już szczegółowo omówiony w podrozdz. 3.1. W ramach przypomnienia, należy powiedzieć, iż wiedza czy też znajomość o obowiązującym prawie może być mniejsza lub większa, prawdziwa lub fałszywa. Może to być również wiedza o prawie jako pewnej całości lub wiedza fragmentaryczna, która dotyczy jedynie znajomości

²⁶⁵ G. Skąpska, Społeczne podłoże postaw wobec prawa. Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich, Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Łódź 1981. Zob. A. Gryniuk, Świadomość..., s. 138 – 139.

poszczególnych norm i najczęściej jest konsekwencją tzw. minimum rolowego, czyli wiedza o prawie jest w dużej mierze uzależniona od roli społecznej jaką jednostka pełni w życiu codziennym. Oczywiście istnieje wiele różnych źródeł, z których jednostka czerpie informacje o prawie. Otóż, mówiąc ogólnie wiedza na temat prawa może być rezultatem znajomości praktyki stosowania prawa, np. sądowego, decyzji administracyjnych czy też wartości, na których opiera się porządek prawny państwa.

Element afektywny postawy, czyli komponent emocjonalno – oceniający niejako konstytuuje postawę jednostki wobec prawa. Oznacza to, iż jednostka przyjmuje postawę wobec prawa w sytuacji gdy ma ono jakieś dla niej znaczenie. Element ten może mieć przybierać formę zintelektualizowaną i być werbalizowany za pomocą takich określeń jak, „dobry”, „zły”, „słuszny”, „niesłuszny”, „sprawiedliwy”, „niesprawiedliwy”. W sytuacji, gdy ocenom tym towarzyszy element behawioralny (określone zachowanie) to znajduje swój wyraz w takich określeniach, jak np. „należy”, „chcę”, „powinienem”, itp. W pierwszym przypadku mają one charakter aprobaty lub dezaprobaty przedmiotu wobec postawy. Czyli jest to reakcja o charakterze wewnętrznym. Z kolei nałożenie się werbalizowanego komponentu afektywnego na behawioralny znajduje swój wyraz w zachowaniu zewnętrznym, w wyniku którego zmianie ulega zewnętrzna relacja między podmiotem a przedmiotem postawy bądź też zmianie może ulec sam przedmiot postawy²⁶⁶.

Nawiązując do przedstawionej w poprzednim rozdziale charakterystyki ocen prawa można mówić o ocenach merytorycznych, które jak sama nazwa wskazuje, dotyczą treści normy oraz o ocenach formalnych, które opierają się na pozat treściowych czynnikach, np. przez sam fakt przynależności danej normy do systemu prawa. Podział ocen ze względu na ich podłoże dokonywany jest z uwagi na stosunek ocen do celów normy i wówczas wyróżniamy oceny instrumentalne i nieinstrumentalne. Pierwsze z nich opierają się na uznaniu normy za dobrą lub złą, sprawiedliwą lub też niesprawiedliwą. Oczywiście został wyróżniony jeszcze szereg innych ocen, jednakże nie wydaje się, iż wymagają one tutaj ponownego rozpatrzenia. Warto natomiast wspomnieć, iż istnieje zależność między rodzajem wiedzy a refleksyjnym charakterem danych ocen, i w związku z tym koniecznym jest dokonanie rozróżnienia na oceny prawa prawników oraz osób, które nie posiadają prawniczego wykształcenia.

²⁶⁶ Zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 199 – 200.

Ostatnim komponentem postawy wobec prawa jest komponent behawioralny, który jak wiadomo można określić jako względnie trwałą dyspozycję jednostki do określonego zachowania się względem przedmiotu postawy prawa. Charakterystyczne dla owego czynnika jest to, iż kształtuje on postawę w rzeczywistą postać działań zgodnych lub niezgodnych z prawem, które mogą być kształtowane przez podmiot jako pragnienie, zamiar, dążenie czy poczucie powinności zachowania się w określony sposób. Niekiedy przybiera on postać subiektywnie uświadomionego czy odczuwalnego przymusu wewnętrznego²⁶⁷.

Przy omawianiu komponentu behawioralnego warto wspomnieć o tzw. reakcjach werbalnych i niewerbalnych jednostki wobec przedmiotu postawy. Niewątpliwie typową formą reakcji werbalnych są opinie, które określa się jako względnie stałą i świadomą odpowiedź słowną na postawione pytanie dotyczące określonego przedmiotu czy sytuacji.

Należy podkreślić, iż opinii nie należy utożsamiać z przekonaniem, ponieważ nie zawsze wyraża ona przekonanie. Natomiast może ona wyrażać przypuszczenie, wątpliwość, czy też przewidywać, antycypować pewne zdarzenia. Co więcej, opinia odzwierciedla nie tylko poznawczą stronę postawy, ale też jej stronę afektywną, tj. uczucia, życzenia, pragnienia, dążenia itp.

W przypadku drugiej niewerbalnej reakcji omawianego komponentu postawy jednostka nie wypowiada się na temat, np. danej normy prawa lecz przechodzi do działania. Mówiąc inaczej, jednostkę zaczyna charakteryzować swego rodzaju ukierunkowana na dany cel aktywność. Podejmuje ona pewne czynności, które pozwalają jej ten cel osiągnąć.

Z dotychczasowego toku wywodów wynika, iż ocena wyraża się w jednostkowym zachowaniu werbalnym, podczas gdy postawa stanowi ogół względnie trwałych dyspozycji do zachowania się. Pojawia się tutaj pewien problem, który wydaje się być istotnym zwłaszcza przy przeprowadzaniu badań nad świadomością prawną. Otóż należy zdać sobie sprawę z tego, o czym była już mowa, iż w badaniach empirycznych nad świadomością prawną chodzi głównie o zachowanie werbalne, nie zaś motoryczne. Oczywiście pojawia się tutaj utrudnienie w uchwyceniu, czy badane zachowanie werbalne wobec prawa danej populacji jest jednostkową oceną czy też wyrazem określonej postawy. Intrygujący jest fakt, iż między skłonnością do werbalnych zachowań, tj. do wypowiedziania określonych

²⁶⁷ Tamże, s. 201.

sądów o prawie a zachowaniem motorycznym może, ale nie musi zachodzić związek. W dużej mierze jest to spowodowane oddziaływaniem wielu czynników, które mogą determinować konkretne niewerbalne zachowanie jednostki, pozostające w sprzeczności z zachowaniem werbalnym wobec przedmiotu postawy. Problem ten został szczegółowo opisany w przeprowadzonych badaniach psychologów społecznych, w których udowodnili, że szczególnie silnym czynnikiem jest obecność innych ludzi²⁶⁸. Fakt ten dostrzega również wielu prawników i socjologów prawa, niemniej przypisuje świadomości prawnej w ogóle, a w szczególności postawom wobec prawa istotny wpływ na zachowania jednostek. W szczególności za doniosłe społecznie uznano postawy prawników stosujących prawo, jako podmiotów decyzji prawnych²⁶⁹. Trudno bowiem wyobrazić sobie sytuację, w której przykładowo sędzia pod wpływem takich czynników, jak np. opinii publicznej, nacisków politycznych czy też upublicznienia rozprawy wydawałby orzeczenia sprzeczne z wolą normodawcy. Stąd właśnie postuluje się wykształcenie jednolitej „postawy oceniającej” sędziów zgodnej z wartościami wewnętrznymi prawa, a w ten sposób i z postawą oceniającą normodawcy.

Również w przypadku osób nie będących z wykształcenia prawnikami można mówić o wpływie różnych czynników, bodźców społecznych na postawę wobec prawa. Można mówić o występowaniu postawy wobec, np. przepisów prawa konsumenckiego ale należy uwzględnić występowanie takich zmiennych (bodźców), jak np. okoliczności zawierania umów, funkcjonowanie stowarzyszeń i federacji konsumentów, czy też doświadczenia innych konsumentów w postępowaniu sądowym.

Należy tutaj podkreślić, iż związek postawy z komponentem behawioralnym (motorycznym) jest w praktyce mniej lub bardziej spójny, natomiast w przypadku decydentów, zwłaszcza w wymiarze sprawiedliwości w jakimś stopniu warunkuje on treść decyzji prawnych. Nie dziwi zatem fakt, iż w socjologii prawa przypisuje się duże znaczenie znajomości postaw sędziowskich.

Niemniej jednak, znajomość postawy jednostki wobec prawa w pewnym stopniu pozwala przewidzieć ocenę, rodzaj oceny prawa jaką może jednostka sformułować. Otóż jeżeli postawy jednostek są dostatecznie utrwalone zwiększa się

²⁶⁸ Na uwagę zasługują przeprowadzone badania przez S.E. Asch'a, J.S. Bruner'a oraz C. Goodman'a. Badania te wykazały, iż procesy spostrzeżeniowe są bezpośrednio lub pośrednio współdeterminowane wpływem społecznym. Wyniki tych badań zostały szczegółowo omówione w : S. Mika, Psychologia..., s. 65 – 72.

²⁶⁹ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 139.

prawdopodobieństwo, ale nie pewność, że zachowa się ona zgodnie z kierunkiem postawy. Wynika to z występującej zależności między trzema wyróżnionymi elementami postawy. Zatem element poznawczy zakreśla pole działania postawy, pozwala uściślić odpowiedź na pytanie o to, czy postawa ta dotyczy prawa jako pewnej całości, jego poszczególnych instytucji, czy raczej dotyczy konkretnej normy prawnej. Komponent ten w dużej mierze przyczynia się do emocjonalnego reagowania jednostki wobec przedmiotu postawy. Jak nietrudno się domyślić, element afektywny określa kierunek emocjonalnego nań reagowania poprzez emocje pozytywne i negatywne oraz stopień natężenia uczuć, od skrajnie pozytywnych, poprzez obojętne, do skrajnie negatywnych. Wreszcie element behawioralny łączy owe dwa elementy dzięki czemu krystalizuje się określona decyzja jednostki odnośnie dalszego jej działania.

Uwzględniając powyższe zależności można przejść do omówienia istotnego elementu niniejszej pracy, tj. typologii postaw wobec prawa.

Postawa zasadnicza i celowościowa

Chcąc przedstawić podział postaw wobec prawa należy przede wszystkim, w ramach wstępnych informacji, omówić powszechnie przyjęte w socjologii prawa podstawowe rozróżnienie ocen zasadniczych (nieinstrumentalnych), celowościowych (instrumentalnych), pierwotnych oraz wtórnych (zrelatywizowanych). Pozwoli to bowiem na lepsze zrozumienie postaw prawa kształtowanych przez motywy a nie zachowanie jednostki, które jest szczególnie podkreślane w koncepcjach behawiorystycznych.

Wyróżniony podział motywacji jest często utożsamiany z postawami i wówczas mówi się, np. postawie zasadniczej czy celowościowej. Jest to spowodowane tym, iż motywacje te są podstawowymi typami motywacji charakterystycznymi dla wszystkich postaw wobec prawa, bez względu na ich rodzaj. Oznacza to, iż używając w tym wymiarze pojęcia postawy należy mieć na myśli postawę konformistyczną, legalistyczną i oportunistyczną. Zatem postawa legalistyczna wydaje się być pewnym rodzajem oceny zasadniczej, gdyż jednostka postępuje zgodnie z normami prawa. Z kolei postawa oportunistyczna jest odmianą oceny celowościowej, w której szczególnie silnie akcentują się momenty korzyści osobistej, strachu przed sankcją, czy też obawą przed wszelkiego rodzaju negatywnymi konsekwencjami podejmowanego działania. Wreszcie postawa konformistyczna odnosi się w głównej mierze do zewnętrznej zgodności postępowania z przyjętymi społecznie normami. Jednakże częścią składową owego konformizmu mogą być nie tylko motywy celowościowe, ale również i zasadnicze. W większości jednak przypadków konformizm jest niejako konsekwencją motywu celowościowo – oportunistycznego.

Niektórzy autorzy preferują pośrednie stanowisko wobec określenia rodzaju postaw i dokonują syntezy behawioryzmu i psychologii. Za przykład może służyć koncepcja Ross'a, który przeżycia czy postawy zasadnicze i celowościowe określa również mianem bezinteresownych i interesownych²⁷⁰. W świetle danych psychologii, psychologii społecznej i socjologii zachodzą tutaj tzw. elementarne procesy absolutyzacji pewnych ocen postępowania z tendencją do przypisywania własnym ocenom waloru powszechnej ważności. Z psychologicznego punktu widzenia ten proces absolutyzacji ma swe ujście właśnie we wspomnianych ocenach

²⁷⁰ K. Opałek, J. Wróblewski, *Zagadnienia...*, s. 25.

zasadniczych czy bezinteresownych. „Oceny będące wyrazem takich przeżyć poddają osądowi postępowanie „jako takie”, samo w sobie dobre, lub złe, zatem oceniają je w sposób absolutny, bo nie zrelatywizowany np. stosunkiem środka do celu (postępowanie dobre jako środek do osiągnięcia jakiegoś celu, zdobycia czegoś co pożądanego lub uniknięcia czegoś co niepożądane)”²⁷¹. Tak rozumiana ocena jest w opozycji w stosunku do ocen celowościowych, czy też mówiąc za Rossem – interesownych²⁷².

Ciekawe jest to, iż istnieje wiele nieprzychylnych poglądów odnośnie omawianego podziału ocen. Głównym stawianym tutaj zarzutem jest niejednorodność i wewnętrzne zróżnicowanie obu omawianych kategorii, co z kolei prowadzi do powstania bezużytecznej dla badań empirycznych zbitki pojęciowej. Ponadto przedstawiony podział nie spełnia wymogów logicznej poprawności gdyż jest nierozłączny. Oznacza to, iż w praktyce można spotkać się z mieszanymi postawami, zawierającymi elementy zarówno oceny celowościowej, jak i zasadniczej²⁷³.

Również cytowani już Kazimierz Opałek i Jerzy Wróblewski są zdania, iż omawiane pojęcia są zbyt ogólne a to z kolei sprzyja powstaniu tendencji do rozstrzepiania głównie motywacji celowościowej czy interesownej na dwa typy. Pierwszym z nich będzie motywacja, w której działają elementarne pobudki strachu przed karą i oczekiwania korzyści (oportunizm), natomiast drugim będzie motywacja wyższego rzędu, w której w oparciu o posiadany zasób wiedzy jednostka stara się osiągnąć dany cel. Wszystko te zależności przyczyniają się do powstania dość niejasnych i płynnych granic²⁷⁴.

Krytyczne ustosunkowanie się do podziału wyróżnionych ocen (postaw) prawa odnosi się także, a może zwłaszcza, do ocen pierwotnych i wtórnych. Ogólnie mówiąc, istota oceny pierwotnej polega na tym, iż nie może ona pochodzić z żadnych innych ocen. Ocena ta musi być przyjęta bez żadnych dowodów. Mówiąc za Jerzym Wróblewskim :„Oceny te nie mogą być również wyprowadzane z żadnych zdań, ponieważ wykluczone jest, by ze zdań wypływały jakiegokolwiek wypowiedzi wartościujące czy powinnościowe, lub też - w frazeologii ontologicznej – by z bytu

²⁷¹ Tamże, s. 16.

²⁷² Tamże, s. 23 – 26.

²⁷³ W. Lang, A. Podgórecki, *Poglądy...*, s. 153 – 154.

²⁷⁴ K. Opałek, J. Wróblewski, *Zagadnienia...*, s. 26

wyływała powinność”²⁷⁵. Natomiast oceny wtórne, wręcz przeciwnie, mogą być wyprowadzane z ocen pierwotnych na podstawie przyjętych dyrektyw reguł wnioskowania. Mówiąc krótko, oceny tej grupy mają charakter pochodny w stosunku do ocen pierwotnych. Owa krytyka dotyczy właśnie kwestii ontologicznej, która stanowi źródło, trudnej do empirycznego sprawdzenia, nadmiernej abstrakcyjności.

W związku z powyższym powstaje szereg wątpliwości odnośnie stworzenia arbitralnej klasyfikacji spełniającej wymogi logicznego podziału ocen (postaw) prawnych, które jednocześnie są jednym z ważniejszych elementów świadomości prawnej. W związku z powyższym w literaturze dotyczącej postaw wobec prawa proponuje się stworzyć taką typologię, u podstaw której będą się mieścić się pewne kryteria zwane przez Franciszka Studnickiego standardami oceny.

Zgodnie z tym co zostało już wcześniej powiedziane na temat wyboru alternatywy działania werbalnego lub motorycznego przez jednostkę można przyjąć, iż u podstaw każdej alternatywy leżą pewne kryteria oceny, które z kolei wyznaczając motywy zachowania jednocześnie stają się zasadniczym elementem składowym procesów motywacyjnych.

Zatem motyw, a nie zachowanie winny stanowić wskaźnik umożliwiający odróżnienie poszczególnych rodzajów postaw wobec prawa. Koniecznie należy wspomnieć o uzasadnieniu występowania konkretnych motywów zachowania jednostki. Otóż, jak nietrudno się domyślić nie zawsze ma miejsce uzewnętrznianie prawdziwych motywów. Często jednak znajdują one swój wyraz właśnie w uzasadnieniach ocen, które mogą mieć charakter zasadniczy lub celowościowy. W wersji zasadniczej oceny uzasadnione są pewnymi normami czy wartościami moralnymi, takimi jak słuszność, prawość, dobro itp. Natomiast uzasadnienia celowościowe ocen (czy postaw) mogą polegać na:

- a) czysto instrumentalnym traktowaniu norm prawnych,
- b) ujmowaniu norm jako właściwych środków do osiągnięcia pewnych wartości.

W pierwszym przypadku norma prawna jest skutecznym środkiem do osiągnięcia założonych celów, które jednakże nie są moralnie wartościowane. Nieco odmienny charakter przyjmuje drugi z wyróżnionych uzasadnień, gdyż stanowi on

²⁷⁵ J. Wróblewski, *Aksjologia – dylemat pomiędzy pozytywizmem prawniczym a doktryna prawa natury*, „Państwo i Prawo” 9/1966.

niejako wersję aksjologiczną. Cel jest tutaj podporządkowany akceptowanym (zinternalizowanym) nadrzędnym wartościom²⁷⁶.

Skoro zostały już wyjaśnione, w ramach wstępnych informacji, kwestie odnośnie doboru wskaźnika pozwalającego odróżnić poszczególne rodzaje postaw wobec prawa można przejść do przedstawienia i omówienia ich typologii, która opiera się na ocenach materialnych bądź formalnych norm prawnych.

- 1) Postawa o motywacji zasadniczej, zawierająca oceny formalne norm prawnych. Wzór postępowania zawarty w normie jest tu akceptowany ze względu na to, że norma ta należy do systemu prawa obowiązującego. Można mówić w tym przypadku o immanentnej wartości prawa (oceny wewnętrzne) lub na przykład o poparciu jej przez określony autorytet (ocena zewnętrzna).
- 2) Postawa o motywacji zasadniczej, zawierająca oceny materialne. Wzór postępowania zawarty w normach prawnych ocenia się jako słuszny bądź sprawiedliwy. W tym przypadku występuje ocena materialna.
- 3) Postawa o motywacji celowościowej, zawierająca oceny związane z treścią normy, które prowadzą do jej odrzucenia bądź uznania ze względu na jej skuteczność w realizacji założonych celów. Ocena celu determinuje tu ocenę wzoru zawartego w normie, przy czym cel ten może być realizowany przez system praw, daną gałąź prawa, bądź też zawarty w konkretnych normach prawnych (oceny wewnętrzne). Możliwa jest również sytuacja, w której ocena normy jest wynikiem oceny jej skuteczności w realizowaniu celów adresatów norm (oceny zewnętrzne).
- 4) Postawa o motywacji celowościowej, zawierająca oceny formalne normy prawnej, które prowadzą do jej przyjęcia lub odrzucenia ze względu na to, że tylko zgodny z prawem sposób postępowania prowadzi do realizacji założonych celów²⁷⁷.

Za pomocą owej klasyfikacji można zauważyć, iż oceny formalne, które są oparte na czynnikach pozatrześciowych oraz oceny materialne, które z kolei są oparte na czynnikach treściowych są charakterystyczne dla postaw o motywacji zasadniczej. Natomiast dla postaw o motywacji celowościowej charakterystyczne są

²⁷⁶ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 70 – 71.

²⁷⁷ G. Skapska, Społeczne..., s. 27.

głównie oceny materialne, gdyż oprócz owych ocen mogą wystąpić również oceny formalne.

Zatem postawa zasadnicza jest charakterystyczna dla takiego adresata normy prawa, który chce przestrzegać prawa ze względu na wartość samą w sobie. Postawa ta charakteryzuje się przestrzeganiem norm nie tylko ze względu na pozytywną ocenę ich treści, ale głównie z samej idei porządku społecznego, który chroni społeczeństwo przed anarchizmem.

Postawa celowościowa jest charakterystyczna dla takiego adresata normy, który w odróżnieniu od poprzedniego przestrzega normę prawną z dwóch powodów, tj. w obawie przed zagrożeniem, jakie przewidziane jest za jej naruszeniem (sankcją) lub przestrzega ją z powodu zyskania pewnych korzyści. Oznacza to, iż norma prawna tutaj nie ma tautologicznego charakteru, wręcz przeciwnie, podmiot świadomości prawnej traktuje ją jako środek, narzędzie do osiągnięcia własnego celu. Reasumując, o ile postawa zasadnicza w sytuacji konfliktu celu z obowiązującą normą odrzuca ów cel, tak postawa celowościowa może prowadzić do odrzucenia normy na rzecz określonego celu.

W celu stworzenia bardziej usystematyzowanej typologii postaw w oparciu o oceny materialne oraz formalne warto skorzystać z propozycji Anny Gryniuk, która stworzyła następujący podział²⁷⁸:

Oceny krytyczno – wartościujące (materialne)

I. Moralne (wewnętrzne i zewnętrzne w stosunku do prawa)

1. Postawa o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym
2. Postawa o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu celowościowym (wersja aksjologiczna)
 - a) szczególną odmianą – racjonalistyczna odmiana moralna,
 - b) inne.

II. Inne – nie posiadające charakteru moralnego (wewnętrzne i zewnętrzne w stosunku do prawa)

1. Postawa o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym
 - a) polityczna,
 - b) religijna,
 - c) pozostałe społeczne oceny prawa.

²⁷⁸ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 71 – 72. W ramach uściślenia, w przedstawionej typologii zostały zastąpione określenia pojęć „ocen” na „postawa”.

Pierwsza grupa ocen prawa należy do ocen krytyczno – wartościujących o motywacji i uzasadnieniu zasadniczym. Istota tak rozumianych ocen polega na wyrażeniu przez jednostkę aprobatę lub też dezaprobatę wobec obowiązującej treści normy prawnej. Jak już wiadomo, norma należy do takich grup wypowiedzi preferująco - oddziałujących, które wyznaczają (bezpośrednio wskazują) określone zachowanie, czyli uznają je za obowiązkowe lub uprawnione. Norma tutaj wykorzystując sankcje niejako chroni pewnych powszechnie akceptowanych wartości. Z kolei postawa o uzasadnieniu celowościowym charakteryzuje się aprobatą względnie dezaprobatą jej celów z motywów zasadniczych, ponieważ służy ona osiągnięciu pewnych wartości moralnych i sprowadza się ona do bilansowej oceny przewidywanych skutków realizacji moralnie akceptowanej lub nieakceptowanej normy prawnej. Natomiast do innych postaw o uzasadnieniu celowościowym można również zaliczyć te, które w głównej mierze sprowadzają się do akceptacji lub braku moralnej akceptacji samego celu, do którego realizacji zmierza dana norma prawna. Zgodnie z przedstawionym podziałem ocen (postaw) autorka dokonała wyraźnego podziału omawianej wersji oceny krytyczno – wartościującej moralnej na dwie formy, tj. wewnętrznej i zewnętrznej w stosunku do prawa. Ocena w formie wewnętrznej powstaje ze względu na normy i wartości moralne inkorporowane przez prawo. Mowa tu przede wszystkim o wartościach mających swe miejsce w obrębie prawa. W szczególności zaś takie wartości jak tzw. dobra prawne, czyli te wartości które są przez to prawo z jednej strony chronione a z drugiej uwzględniane. Wartością chronioną jest przykładowo życie, a uwzględnianą może być prawdomówność. Oceny te są odzwierciedleniem moralności powszechnie obowiązujących w danym społeczeństwie. Natomiast oceny występujące w formie zewnętrznej są z kolei odbiciem moralności niedominującej. Odnoszą się bowiem do norm i wartości moralnych, które nie są założone w systemie prawa. Przykładowo mogą to być normy czy wartości wyznawane przez podkultury przestępcze.

Kolejną z wyróżnionych grup ocen krytyczno – wartościujących są postawy pozbawione moralnego charakteru, jednakże oparte na motywacji zasadniczej mogą występować również w dwóch formach stosunku wobec prawa, tj. zewnętrznym i wewnętrznym. W pierwszym przypadku będą to oceny dokonywane z uwagi na normy i wartości funkcjonujących systemów religijnych. Anny Gryniuk za przykład takich postaw podaje stosunek sekty wyznaniowej „Świadków Jehowy” do norm

prawnych o obowiązku odbycia zasadniczej służby wojskowej²⁷⁹. Bowiem wbrew powszechnemu prawu o służbie wojskowej obywateli danego narodu, wyznawcy ci ze względu na swoje poglądy religijne nie biorą w nim udziału. Co ciekawe, omawiane oceny (postawy) wobec prawa mogą również występować jednocześnie w dwóch formach, tj. zewnętrznej i wewnętrznej. Niewątpliwie do tego typu postaw można zaliczyć postawy polityczne, które z jednej strony będą ocenami wewnętrznymi w stosunku do prawa a z drugiej- poprzez istnienie opozycji politycznej o odmiennych założeniach ideologicznych - ocenami zewnętrznymi. Nie mniej jednak w obu wymienionych postaciach może występować szereg innych ocen społecznych prawa. Przykładowo jednostka może oceniać normy prawne z punktu widzenia takich wartości jak sprawna ochrona praw konsumenta (mowa o nich będzie w dalszej części pracy), które uwzględnia prawo co w konsekwencji przyczynia się do powstania oceny wewnętrznej.

Kolejnym rodzajem postaw wobec prawa, która wymaga omówienia to postawa legalistyczna.

²⁷⁹ Tamże, s.73.

Postawa legalistyczna

Postawa legalistyczna wyraża się w akceptacji wzorów zachowań, postępowań zawartych w normach prawnych ze względu na przekonanie o ich słuszności i sprawiedliwości. Jednostka akceptuje normy prawne z uwagi na to, iż zostały one ustanowione przez organ państwowy z zachowaniem wymaganej procedury w celu realizacji należycie dobranych celów. Legalizm jest więc odpowiednikiem postawy zasadniczej (bezinteresownej), która wyraża się z uznaniem obowiązującego prawa bez względu na istniejący w nim element przymusu państwowego²⁸⁰. Tutaj również można powołać się na koncepcję Anny Gryniuk, która dokonała następującego podziału postawy legalistycznej na:

- I. Postawa o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym
 1. w wersji dogmatycznej
 2. w wersji krytycznej
- II. Postawa o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu celowościowym²⁸¹.

Autorka wyróżniła dwie grupy postaw legalistycznych, tj. grupę o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym oraz grupę charakteryzującą się motywacją zasadniczą i uzasadnieniem celowościowym. Pierwsza z grup postaw uznaje prawo jako wartość samą w sobie. Zatem można uznać, iż legalizm jest postawą, wyrażającą gotowość do przestrzegania wszelkich w danym porządku prawnym ustanowionych norm i to niezależnie od ich treści, lecz ze względu na sam fakt, iż są to normy prawne. Jest to więc aprobatą formalną, a nie merytoryczną. Postawa prawa, która jest związana z tego typu motywacją występuje jako postawa dogmatyczna, która polega właśnie na akceptacji prawa dla samej zasady. Stanowi to swego rodzaju tzw. kantowski imperatyw, który (...)uzasadnia konieczność przyjęcia i powszechnej ważności pewników lub zasad podstawowych nauki jako niezbędnych warunków możliwości doświadczenia (poznania)²⁸². Z drugiej strony, legalizm poprzez swą globalną akceptację i aprobatę porządku prawnego może również rozciągać się na takie normy, które same przez się nie znajdują uzasadnienia w przyjmowanych ocenach moralnych i powstrzymuje się od

²⁸⁰ A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 206.

²⁸¹ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 72.

²⁸² Zob. L. Petrażycki, O nauce..., s. 82.

dezaprobaty tych norm, które budzą moralny sprzeciw²⁸³. Mowa tu oczywiście o postawie legalistycznej w wersji krytycznej a nie dogmatycznej.

Z kolei postawy legalistyczne o uzasadnieniu celowościowym polegają na uznaniu prawa z uwagi na wartość jaką przedstawia dla jednostki cel, do którego realizacji zmierza owo prawo. Zazwyczaj celem tym jest ochrona społecznego ładu i porządku społecznego. Maria Borucka – Arctowa jest zdania, iż uznanie norm prawnych za naczelne narzędzie społecznego ładu oraz przeświadczenie jednostki o zbieżności własnych interesów z interesami realizowanymi przez państwo przyczynia się do powstania ścisłego związku hierarchizacji celów i wartości realizowanych przez państwo. Oczywiście „(...)ocena ta – pisze dalej Arctowa - nie zawsze musi się wiązać z całkowitą czy też częściową aprobatą celów, realizowanych przez aktualny system państwowy, a opierać się może na przekonaniu, że zachowanie sprzeczne z normami prawnymi mogłoby doprowadzić do rozprężenia w obrębie całego systemu i możliwości spełnienia przez niego niezbędnych czynności, usług społecznych (...)”²⁸⁴. Oznacza to pewnego rodzaju zależność, z której wynika iż odpowiedni stopień legalizmu członków społeczeństwa stanowi niezbędny czynnik w istnieniu państwa. W przeciwnym wypadku, państwo byłoby politycznie nieustabilizowane i źle zorganizowane. Trudno bowiem wyobrazić sobie sytuację doskonale funkcjonującego państwa przy zupełnej ignorancji i dezaprobatie ustanowionych norm, przepisów czy też aprobowanych i oczekiwanych wzorów zachowania.

Zgodnie z tym, co zostało do tej pory powiedziane na temat postawy zasadniczej, celowościowej oraz legalistycznej można powiedzieć, iż postawy te wyrażają się w stosunku jednostki do norm i wartości prawnych. Oczywiście jest również to, iż dokonując analizy postaw należy również uczynić za punkt odniesienia grupy społeczne. Wówczas będzie mowa o postawie konformistycznej i nonkonformistycznej oraz postawie oportunistycznej.

²⁸³ Z. Ziemiński, *Etyczne...*, s. 146 – 147.

²⁸⁴ M. Borucka – Arctowa, *O społecznym...*, s. 164 – 165.

Postawa konformistyczna

Mówiąc o postawie konformistycznej należy w pierwszej kolejności wyjaśnić znaczenie samego pojęcia „konformizm”. Otóż posiłkując się wiedzą słownikową „konformizm jest pojęciem, które wywodzi się od łacińskiego słowa *conformo*, które należy tłumaczyć jako „upodabniam”, „kształtuję”, „nadaję formę”. Zatem konformizm określa postawę ścisłego podporządkowania się zwyczajom, normom, i poglądom funkcjonującym w danej grupie społecznej²⁸⁵.

Podobne jest stanowisko Marii Boruckiej – Arctowej, według której konformizm jest postępowaniem zgodnym ze wzorem zawartym w normie oparty na formalnej akceptacji. Zastrzega jednak, iż „(...) aprobata materialna może, ale nie musi towarzyszyć formalnej aprobacie, przesądza ona o stopniach konformizmu, a więc czy jest to konformizm postępowania, czy też wartości, poglądów, przy czym może to być aprobata z uwagi na fakt uznania jej przez innych (tych innych, z którymi się liczymy, stanowiących dla nas grupy odniesienia), jak i aprobata zdepersonalizowanej normy religijnej, moralnej, prawnej, może również nastąpić depersonalizacja określonego autorytetu osobowego. Tak czy inaczej, w tym drugim wypadku akceptacja normy następuje z uwagi na charakter tej normy, przeświadczenie o jej obowiązywaniu, poczucie związane z tą normą, a nie fakt uznania jej przez inne osoby”²⁸⁶. Nasuwa się zatem pytanie o rodzaj motywacji jaki towarzyszy owej postawie. Można to przedstawić w poniższy sposób:

1. Postawa konformistyczna o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym lub celowościowym.
2. Postawa konformistyczna o motywacji celowościowej i uzasadnieniu zasadniczym lub celowościowym.

Jak wynika z powyższej klasyfikacji postawie konformistycznej towarzyszy motywacja oraz uzasadnienie zasadnicze lub celowościowe.

Omawiane zjawisko uwidacznia się w konkretnych sytuacjach kiedy jednostka akceptuje normę prawną. Anny Gryniuk wyróżniła ich cztery rodzaje²⁸⁷:

²⁸⁵ K. Olechnicki, P. Załęcki, Słownik Socjologiczny. Graffiti BC, Toruń 1997, s. 99.

²⁸⁶ M. Borucka – Arctowa, O społecznym..., s. 170 – 172.

²⁸⁷ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 75.

- 1) ze względu na akceptację jej przez grupę identyfikacji czy odniesienia. Wówczas będzie to motywacja zasadnicza i uzasadnienie zasadnicze. Drugim przypadkiem występującym w obrębie tej sytuacji będzie akceptacja normy ze względu na to, iż jest ona zgodna z systemem norm i wartości akceptowanych przez grupę. Również tutaj ma miejsce motywacja zasadnicza i uzasadnienie zasadnicze,
- 2) mając na uwadze prawdopodobne korzyści dla grupy społecznej, będącej jednocześnie grupą odniesienia i identyfikacji, z realizacji normy prawnej. Postawa ta współwystępuje zatem z motywacją zasadniczą ale z uzasadnieniem celowościowym skierowanym na interes społeczny,
- 3) w zależności od oczekiwań przez jednostkę nagrody lub kary, które może uzyskać ze strony danej grupy społecznej. Wówczas będzie występować motywacja celowościowa wraz z uzasadnieniem celowościowym,
- 4) w zależności od oczekiwań nagrody lub kary ze strony grupy społecznej. Tego typu postawy występują w trakcie podejmowania decyzji sędziowskich. Decyzje te w obawie przed uchYLENIEM orzeczenia przez drugą instancję są pewnym stopniu ukierunkowane na jej reakcję.

Reasumując, konformizm jest postawą społeczną zrelatywowaną do poglądów, przekonań i wartości istniejących w danym środowisku. Oznacza to, iż jednostka dostosowuje swą gotowość do takiego postępowania, które z jednej strony jest zgodne z normami akceptowanymi i stosowanymi przez jednostkę a z drugiej strony, normy te są zgodne z normami w danej grupie społecznej.

Postawa nonkonformistyczna

W sytuacji, gdy jednostka w swoim postępowaniu odrzuca lub też zwalcza wartości, normy i wzory funkcjonowania w danej grupie można mówić, iż przyjmuje ona postawę nonkonformistyczną, która jest przeciwieństwem konformizmu.

Mówiąc za Adamem Podgóreckim jednostki, które respektują ogólnie przyjęte normy życia zbiorowego, nazywani są konformistami. Natomiast osoby, których zachowanie jest niezgodne z tymi normami, można określić jako niekonformistów²⁸⁸. Nonkonformizm, mówiąc bardzo ogólnie za Piotrem Sztompką to również publiczne demonstrowanie w proteście przeciwko obowiązującym normom czy wartościom²⁸⁹. Adekwatnie do przedstawionego rodzaju motywacji postawy konformistycznej można także stworzyć typologię motywacji do postawy nonkonformistycznej:

1. Postawa nonkonformistyczna o motywacji zasadniczej i uzasadnieniu zasadniczym lub celowościowym.
2. Postawa nonkonformistyczna o motywacji celowościowej i uzasadnieniu zasadniczym lub celowościowym.

Jak nietrudno zauważyć, w obrębie oceny zarówno konformistycznej, jak nonkonformistycznej istnieje jedyna wspólna cecha, tj. możliwość występowania motywacji zasadniczej i celowościowej z uzasadnieniem celowościowym i zasadniczym. Motywacja i uzasadnienie zasadnicze w ocenie nonkonformistycznej występują w sytuacjach kiedy jednostka wyraża swą dezaprobatę wobec normy prawa obowiązującego. Występuje tu pewna zależność, bowiem źródłem owej dezaprobaty jest brak akceptacji danej normy prawnej przez grupę odniesienia. Oznacza to, iż pozytywne ustosunkowanie się jednostki wobec wypowiedzi normatywnej jest uzależnione od jej akceptacji przez grupę, z którą jednostka się identyfikuje. Oczywiście, należy zasygnalizować, iż opisana sytuacja niesie za sobą pewne prawno – psychologiczne konsekwencje, chociażby obawa jednostki przed karą ze strony grupy za niesubordynację jaką może być, np. wykluczenie z grupy. Owa dezaprobatą może również wynikać z negowania nie tyle danej normy, co prawa obowiązującego w ogóle. Przykładem może być system wartości głoszony przez subkultury buntu społeczno – obyczajowego od tzw. bitników przez ruch hippie

²⁸⁸ A. Podgórecki, *Zarys socjologii prawa*. PWN, Warszawa 1971, s. 384.

²⁸⁹ P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 286, 385.

aż do poppersów i punk włącznie²⁹⁰, gdzie wyznawane jest utopijne marzenie o społeczeństwie wolnych ludzi, a co za tym idzie – zniesienie wszelkiej władzy, nierówności majątkowej, rywalizacji preferując system bezpieczeństwa oparty na samorządach i tzw. komunach. Warto zasygnalizować, iż zarówno postawa nonkonformistyczna jak i krytyczno – wartościująca z jednej strony wiążą się z występowaniem, często licznych i trudnych do zrealizowania, postulatów wysuwanych przez nonkonformistów, jednakże z drugiej strony postawy te przyczyniają się do ruchów reformistycznych.

Kolejną postawą, która w pewnych przypadkach może się wiązać z omówioną postawą konformistyczną jest postawa oportunistyczna.

²⁹⁰ Zob. M. Jędrzejewski, *Młodzież a subkultury*. Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 1999, s. 140 – 171.

Postawa oportunistyczna

Oportunizm jest pojęciem wywodzącym się od łacińskiego słowa *oportunus* i oznacza „wygodny”, „korzystny”. Ogólnie mówiąc, definicje słownikowe określają istotę oportunizmu jako postępowanie nakierowane na uzyskanie korzyści, charakteryzujący się umiejętnością przystosowania się do istniejących w danej chwili okoliczności, przy braku stałych zasad, w imię własnych interesów. Oportunistą bowiem kieruje się w swoim postępowaniu wyłącznie względami praktycznymi. W praktyce oznacza to, iż jest on gotów zrezygnować z własnych poglądów i przekonań, jeśli tylko w ten sposób może osiągnąć jakieś korzyści. Z kolei istotą oportunizmu prawnego jest skłonność jednostki do podporządkowania się prawu jedynie ze względu na grożące sankcje.

Zatem, powołując się na definicję sformułowaną przez Z. Ziemińskiego „Oportunizm polega na tym, że jeśli adresat przestrzega normy, to nie dlatego, by ją aprobował (może ją nawet wręcz dezaprobować), lecz dlatego, że w konkretnej sytuacji uważa posłuszeństwo danej normie za bardziej opłacalne, a naruszenie za nieopłacalne według jego rachunku strat i zysków”²⁹¹. Oznacza to, iż postawa oportunistyczna będzie zawsze pozostawać w związku z motywacją skierowaną na własny, indywidualny interes. W tym tkwi różnica między oportunizmem a prakseologią, której z kolei towarzyszy motywacja skierowana na interes indywidualny, względnie społeczny. Ocenę tą cechuje uzależnienie akceptacji normy od stopnia jej przydatności w osiągnięciu danego celu, który jednakże nie jest wartościowany moralnie. Niewątpliwie oceny prakseologiczne mają swe zastosowanie przy ocenie czynności konwencjonalnych, dobrze przemyślanych i starannie sporządzonych, np. sporządzanie testamentów czy zawieranie różnego rodzaju umów.

Konkludując wyżej przedstawioną typologię postaw wobec prawa, norm prawnych czy też wzorów postępowania trudno jest określić, która z postaw byłaby najbardziej oczekiwana przez normodawcę. Każda z nich ma bowiem zarówno cechy pozytywne, jak i negatywne. Co więcej, społeczeństwo składające się jedynie z samych czystych typów postaw nie miałoby racji bytu. Jeśli założyć, iż społeczeństwo składałoby się z samych legalistów, prawdopodobnie byłoby pozbawione

²⁹¹ Z. Ziemiński, *Etyczne problemy prawoznawstwa*. Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich 1972, s. 144.

pozytywnych i twórczych zmian prawa obowiązującego. Z kolei społeczeństwo składające się z samych konformistów prowadzioby do sytuacji, w której jednostki w swych działaniach postępowałyby zgodnie z oczekiwaniami konkretnej grupy społecznej. Powstaje pytanie o istnienie układu idealnego? Wydaje się, że byłoby nim zachowanie optymalnego zróżnicowania przy zachowaniu przewagi postawy legalistycznej²⁹².

Oprócz wyróżnionych postaw jednostki wobec prawa korzystnym dla niniejszej pracy jest omówienie dodatkowo postawy ideacyjnej i realnej. Postawy te bowiem stanowią wprowadzenie do dokonania porównania postawy oceniającej prawników oraz laików.

²⁹² A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 212.

Postawa ideacyjna i realna

Twórcą postawy ideacyjnej oraz realnej jest Florian Znaniecki. Postawy realne według wspomnianego autora to „definicje sytuacji tworzone przez działające jednostki w toku ich czynności”, natomiast postawy ideacyjne „(...) bezpośrednio dotyczą nie czynności, do jakich się odnoszą, lecz myślenia o czynnościach i jako idee mogą być bez końca doświadczane nawet przez ludzi, którzy nigdy nie zastosują ich w praktyce”²⁹³.

Niewątpliwie na ukształtowanie się owych postaw, podobnie jak w przypadku pozostałych elementów składowych, tj. znajomości oraz oceny duży wpływ ma jakość i skuteczność procesu przekazywania informacji o prawie (była już o tym mowa przy omawianiu znajomości prawa). Podobnego zdania jest Janusz Reykowski, według którego konsekwencją oddziaływania informacji jest powstanie dwóch obrazów świata, które stanowią przyczynę istnienia rozbieżności słów i czynów. Oznacza to, iż obraz konkretny będzie wpływał na rzeczywiste zachowanie się, a obraz abstrakcyjny na wygłaszane poglądy²⁹⁴. Uogólniając powyższe dywagacje na temat wyróżnionych postaw można powiedzieć, iż postawy realne (konkretne) kształtują się pod wpływem doświadczeń życia codziennego, które przejawiają się w rzeczywistym zachowaniu i często są silnie zabarwione emocjami. Natomiast postawy ideacyjne wyrażają się w poglądach i opiniach i mają mniejsze natężenie emocjonalne.

Postawy ideacyjne składałyby się zatem z mniej lub bardziej usystematyzowanych ogólnych przekonań o prawie i jego własnościach, jak również o wartościach będących podłożem porządku prawnego i celach prawa. Postawy te wynikają raczej z wiedzy o prawie, a charakterystycznym dla niej zwrotem językowym jest „powinno się”. Nie dziwi zatem fakt, iż są one określane mianem postaw poznawczych lub zintelektualizowanych.

Postawy konkretne, czy też realne charakteryzują się wiedzą fragmentaryczną na temat jedynie poszczególnych norm prawa. Jak już wiadomo oceny prawa mają podłoże emocjonalne, gdyż powstały w wyniku osobistych przeżyć i kontaktów z prawem. Tutaj wypowiedzi jednostek na temat prawa oscylują wokół opisu ich własnych uczuć z nim związanych. Postawy te mogą przybierać postać „asocjacji

²⁹³ F. Znaniecki, *Nauki o kulturze*. PWN, Warszawa 1971, s. 451.

²⁹⁴ J. Reykowski, *Oddziaływanie informacyjne i postawy*, w: Cz. Czapów (red.), *Kształtowanie motywacji i postaw: socjotechniczne problemy działalności ideowo – wychowawczej*. Książka i Wiedza, Warszawa 1976.

afektywnych” lub „postaw behawioralnych”. Pierwsze z nich składają się głównie z komponentu emocjonalno – oceniającego wobec przedmiotu postawy, w drugich emocje i powstałe na ich podłożu oceny powiązane z dyspozycją do zachowań wobec przedmiotu podstawy²⁹⁵.

Wprowadzenie powyższego podziału na postawy ideacyjne oraz realne wydaje się użyteczne zarówno dla rozróżnienia postawy prawników i laików, jak i dla badań nad postawami wobec prawa, np. konsumenckiego.

²⁹⁵ G. Skąpska, Społeczne..., s. 15.

3.3.2. Postawa oceniająca – spojrzenie prawnika

Okazuje się, iż przy omawianiu podziału ocen prawników – specjalistów wynikły pewne zależności. Otóż z jednej strony ma miejsce silne podporządkowanie się obowiązującym normom prawnym, naciskowi opinii publicznej a z drugiej strony ich osobiste, nieformalne ustosunkowanie się do prawa.

Obrazowo można to przedstawić na przykładzie chuligańskich zamieszek pseudokibiców w danym mieście, które jest również zamieszkiwane przez sędziów. Jak nietrudno się domyślić, sędziowie „(...) kiedy się dowiadują o rozszalałym tłumie wyrwijającym płyty z chodników, niszczącym wszystko na swojej drodze, atakującym policjantów, chcą zemsty na sprawcach. Ale kiedy przybierają togi i na sądowej sali widzą nie tłum, ale pojedynczego człowieka, który nie przyznaje się do winy, tłumaczy że przypadkowo zaplątał się w to zdarzenie, że tłum go porwał, że nigdy nie był karany i że prosi o łaskę, to – aby go skazać – muszą mieć niezbite dowody, a wszelkie wątpliwości rozstrzygać na jego korzyść. To już nie jest sprawa chuligańskich wyczynów tłumu, ale analiza zachowania indywidualnego”²⁹⁶.

Tutaj właśnie rodzi się wiele kontrowersji i rozbieżności w ocenach prawa specjalistów a osób pozbawionych dogłębnej wiedzy z zakresu obowiązującego prawa. „Inaczej ocenia się czyjeś czyny przez pryzmat doniesień prasowych, a inaczej na podstawie akt i zeznań”²⁹⁷. Można nawet przyjąć istnienie pewnego rodzaju dramaturgii procesu sądowego, podczas którego szczególnego znaczenia nabierają interakcje pomiędzy uczestniczącymi w nim prawnikami. Jak nietrudno się domyślić, głównymi aktorami są przede wszystkim sędziowie, adwokaci, prokuratorzy, a więc ci, którzy dzięki znajomości norm obowiązującego prawa oraz posiadaną wiedzą na temat rozstrzyganego przypadku dokonują szczegółowej interpretacji norm prawnych. Nie ulega wątpliwości, iż również język prawny jakim się posługują prawnicy na sali sądowej wzmacnia niejako respekt dla prawa w oczach nieprawników. Tutaj nie ma miejsca na osobiste uczucia i emocje zwłaszcza sędziego.

Natomiast z punktu widzenia zewnętrznego obserwatora, wydarzenia, które odgrywają się na sali mogą stać się pewnego rodzaju przedstawieniem, które jest spotęgowane występowaniem elementów, takich jak togi, łańcuchy, godło

²⁹⁶ P. Pytlakowski, Gdzie kamień, gdzie ręka, „Polityka” 36/2006 s. 25.

²⁹⁷ Tamże.

państwowe czy symbole religijne²⁹⁸. Wszystko to powoduje, iż dla osób które nie są prawnikami prawo, sala sądowa gdzie decyduje się o ludzkim losie staje się bardziej tajemnicze, co w konsekwencji przyczynia się do powstania swego rodzaju stereotypów i uprzedzeń do wymiaru sprawiedliwości o czym będzie jeszcze mowa. Warto w tym miejscu przejść do omówienia, co tak naprawdę wpływa na ocenę prawnika.

Samo pojęcie „postawa” zostało już poddane dokładnej analizie, jednakże, chcąc mówić o ocenach prawa prawników trudno chociażby nie wspomnieć, co tak naprawdę wpływa na ocenę omawianej grupy.

Niewątpliwie znaczący wpływ na posiadanie postawy jako dyspozycji do dokonywania określonych ocen prawników, a w szczególności sędziów ma zinternalizowanie przez nich takich ocen, które uważają za swoje własne. Tutaj właśnie może dochodzić do konfliktów z ocenami, które są sędziemu narzucane nie tylko przez system prawa obowiązującego, ale również przez inne elementy kontekstu podejmowania decyzji. Jak nietrudno się domyślić następstwem tego rodzaju konfliktów są dysonanse ocenające. Według Jerzego Wróblewskiego, jeśli oceny te są dostatecznie silne, to wówczas sędzia zinternalizuje je i zmieni swą postawę. Natomiast, jeśli oceny wywołujące dysonans będą słabsze w stosunku do ocen zinternalizowanych, to nastąpi zmiana jego postawy w stosunku do ocen niezinternalizowanych na postawę rytualistyczną²⁹⁹. Oznacza to, iż prawnik w obawie przed konsekwencjami w postaci, np. przegranej sprawy lub zmiany wyroku będzie się posługiwać w swojej pracy oceną legalistyczną, nie mniej jednak pozwoli mu to na zachowanie swych dotychczasowych zinternalizowanych ocen.

W ramach powyższych rozważań nasuwa się pytanie, co wchodzi w skład owej postawy ocenającej prawnika sędziego? Otóż postawy te są uwarunkowane wieloma czynnikami, które poprzez osobowość prawnika wpływają na treść podjętej przez niego decyzji. Sędzia poprzez zebrane informacje o różnego rodzaju faktach i dokonaniu wartościowania przechodzi przez złożony proces myślowy, co w konsekwencji prowadzi go do podjęcia decyzji dalszego działania. Ujmując to w sposób bardziej obrazowy można powiedzieć, iż dostępne prawnikowi dane zostają

²⁹⁸ Współcześnie, teatralnym aspektem postępowania przed sądem zajmuje się przede wszystkim E. Goffman. W szczególności w świetle jego rozważań teatralny aspekt interakcji międzyludzkich związany jest z wszechogarniającą regułą dopasowania się do każdej sytuacji, co możliwe jest dzięki istnieniu gotowych reguł w postaci recept regulujących wszystkie ludzkie interakcje. Zobacz E. Goffman, Człowiek w teatrze życia codziennego. PWN, Warszawa 1981, s. 75, 218.

²⁹⁹ J. Wróblewski, Sądowe..., s. 409.

przetworzone poprzez jego postawę poznawczą i postawę oceniającą, między którymi zachodzą ścisłe powiązania. Do pierwszej grupy czynników zalicza się informacje o obowiązującego sędziego regułach, które są zawarte w przepisach podstawy prawnej (podstawa normatywna, kompetencyjna, proceduralna), w przepisach zawierających ogólne rodzaje dyrektyw stosowania prawa, np. dyrektywy interpretacyjne oraz w innej postaci, np. wiążąca wykładnia.

Do drugiej grupy czynników zalicza się informacje, które odnoszą się wyłącznie do faktów sprawy. Oczywistym jest fakt, iż sędzia zanim podejmie jakąkolwiek decyzję posiłkuje się również faktami pochodnymi z wiedzy o prawidłowościach społecznych, np. standardu życiowego poszczególnych grup jednostek.

Nie ulega żadnej wątpliwości, iż owe dwie grupy informacji pomimo swego poznawczego charakteru pozostają w ścisłym związku z ocenianiem. Jest to spowodowane tym, iż dzięki takiemu procesowi możliwe jest ustalenie faktów.

Trzecia grupa czynników jest bardziej zróżnicowana, a jej dane obejmują nie tylko informacje o zachodzących zjawiskach, ale również internalizację konkretnych ocen. Mowa tu o warunkach społeczno – politycznych oraz kultury prawnej w jakich są podejmowane przez sędziego działania. Ponadto informacje te obejmują doktrynę prawniczą, przyjętą ideologię sądowego stosowania prawa, wiedzę i akceptację pozaprawnych systemów reguł i ocen społecznych, do których odsyłają stosowane przepisy prawa obowiązującego lub którego uwzględnienie postuluje przyjmowana ideologia sądowego stosowania prawa³⁰⁰. Uwzględnienie tego złożonego splotu czynników może pozostawać w ścisłym związku z wartościami wyznawanymi przez dane grupy odniesienia, które stanowią trzeci z wcześniej wyróżnionych czynników mających wpływ na oceny prawników. Czym są owe grupy dla prawnika, a w szczególności dla sędziego?

Ogólnie mówiąc, przez grupę odniesienia rozumie się taką grupę, której wartościami i wzorami postępowania kieruje się jednostka bez względu na to, czy jest jej członkiem, czy też nie. W przypadku gdy nie jest to grupa członkowska zazwyczaj będzie to grupa, do której jednostka aspiruje i wyraża chęci przynależenia do niej. Jednakże nie jest istotne tutaj, czy jednostka przynależy, czy też jedynie chce się do niej przyłączyć. Istotny jest raczej fakt, iż grupa ta spełnia funkcje wzmocnienia

³⁰⁰ Tamże, s. 411.

wzorów postępowania³⁰¹. Zatem dla sędziego taką grupą odniesienia może być uznany za autorytet wzór dobrego sędziego lub innych grup sędziów, które uważa dany sędzia za miarodajne ze względu na ich położenie hierarchiczne³⁰². Oczywiście nie można tutaj mówić tylko i wyłącznie o takich grupach sędziów, którzy poprzez zajmowane stanowiska stają się jedyną grupą odniesienia dla np. początkującego w swej praktyce zawodowej asesora sądowego. Ową grupą, z którą osoba ta chce się identyfikować może być grupa jednostek, zajmujących to samo stanowisko w hierarchii sądownictwa.

Wpływ większości owych czynników jest uzależniony od tego, jak je sędzia spostrzega i ocenia. Zatem nasuwa się wniosek, iż ocenianie implikuje zarówno dokonywanie wyborów, jak i istnienie pewnych luzów decyzyjnych wykorzystywanych w orzeczniczej praktyce sędziów. Mówiąc za Jerzym Wróblewskim, należy stwierdzić, iż „W ideologii praworządnej i racjonalnej decyzji sądowej sędzia powinien podejmować decyzję niezależnie od wszelkich nacisków zewnętrznych, ale sędzia nie może abstrahować od ocen i norm pozaprawnych, które (...) wiążą się z dokonywaniem wyborów decyzyjnych. Model osobowości sędziego wymaga od niego najwyższych standardów etycznych. Wyłącza to dowolność i na gruncie ideologii praworządnej i racjonalnej decyzji sądowej wymaga takiego wartościowania, które w możliwie wysokim stopniu odpowiada ocenom, wyrażonym w stosowanych regułach prawa i kulturze prawnej, w której działa, którą tworzy. To wyłącza dowolność, ale nie wyłącza odpowiedzialności sędziego za podejmowane oceny³⁰³. Nasuwa się kolejne pytanie odnośnie ocen prawa specjalistów, dlaczego powyższa analiza ocen specjalistów prawa, w głównej mierze odnosiła się do sędziów? Trudno jest udzielić jednoznacznej odpowiedzi na tak postawione pytanie. Nie mniej jednak z ogólnie dostępnych źródeł socjologii prawa można wywnioskować, iż właśnie grupa sędziów, czy też asesorów sądowych przyczynia się do przestrzegania pozytywnego porządku prawnego. Ponadto stanowią oni podmiot poznania prawnego, który kwalifikuje zachowania się ze względu na normy i określa jednocześnie takie zachowania, które winny być powszechnie za oczekiwane i uznawane. Cossio mówi wprost: „Sędzia jest kanonem poznania prawnego, a decyzja sędziowska w świetle doświadczenia prawnego jest punktem wyjścia analizy prawa³⁰⁴. Warto dodać, iż „W

³⁰¹ M. Borucka – Arctowa, O społecznym..., s. 226 - 227

³⁰² J. Wróblewski, Sądowe..., s. 411.

³⁰³ Tamże, s. 415 – 416.

³⁰⁴ J. Wróblewski, Sądowe..., s. 414.

odczuciu społecznym osoby te są władne podejmować decyzje w najistotniejszych sprawach ludzkich, w ich rękach spoczywa czyjaś wolność, a nawet życie”³⁰⁵. Nie dziwi zatem, iż wszystko co się wiąże z wymiarem sprawiedliwości a w szczególności z działalnością sędziów oraz adwokatów i prokuratorów cieszy się żywym zainteresowaniem społeczeństwa, które poddaje ich nieustannej ocenie i krytyce. „Od tego, jaka będzie ta ocena, zależy stan świadomości prawnej społeczeństwa, stopień zaufania do wymiaru sprawiedliwości i jego rozstrzygnięć. Oceny takie wpływają następnie na szereg zachowań w sferze prawa, na podejmowanie czynności prawnych dla dochodzenia swoich praw itp.”³⁰⁶. Skoro mowa tu o ocenie prawa osób spoza kręgu prawników warto przejść do szczegółowej ich analizy.

³⁰⁵ G. Skąpska, J. Czapska, M. Kozłowska, Społeczne role prawników (sędziów, prokuratorów, adwokatów). Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich, Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Łódź 1989, s. 79.

³⁰⁶ Tamże.

3.3.3. Postawa oceniająca – spojrzenie laika

Ocena prawna dokonywana przez zwykłych obywateli, którzy nie posiadają prawniczego wykształcenia w głównej mierze wiąże się z ich własnymi doświadczeniami z instytucjami stosującymi prawo. Zbiór nagromadzonych informacji, które są niejako uwarunkowane sytuacyjnie pozwala jednostce na stworzenie najogólniejszej „mapy” orientacji, co do warunków adekwatnego i zgodnego z panującymi normami zachowania się.

Oczywistym jest fakt, iż owe doświadczenia są również związane z wykonywaniem danej roli społecznej jednostki, która z jednej strony nie jest prawnikiem ale jednocześnie zajmuje pewną pozycję społeczną, która obliuguje ją do zapoznania się z konkretnym orzeczeniem. Przykładowo może to dotyczyć zawodu pracownika socjalnego, który nie będąc prawnikiem musi znać nie tylko ogólne przepisy postępowania z podopiecznymi ale również winien wykazywać się znajomością artykułów ustawy między innymi, o pomocy społecznej. Często również występuje on w roli jednej ze stron podczas konkretnej rozprawy sądowej.

Zatem, instytucje te z jednej strony stanowią przedmiot oceny laików, a z drugiej wpływają na te oceny. Wpływ na ocenę prawa osoby, która nie posiada dogłębnej wiedzy z zakresu prawa, mają nie tyle orzeczenia sądowe i administracyjne, co uzasadnienie tych orzeczeń. Otóż dzięki uzasadnieniom jednostka otrzymuje wyjaśnienie dlaczego orzeczenie ma taką, a nie inną treść oraz na czym zostało ono oparte³⁰⁷. Szczególną rolę w przekazywaniu uzasadnienia orzeczenia sądowego odgrywa źródło owego przekazu. Istnieje bowiem duże prawdopodobieństwo, iż jednostka która nie uczestniczyła podczas ogłaszania uzasadnienia do orzeczenia, np. na sali sądowej może mieć trudności w obiektywnym ustosunkowaniu się do wydanego przez sąd wyroku. Faktem jest, iż „Decyzje prawne, z którymi w formie informacji prasowej, radiowej, komentarza najbliższego otoczenia, wyroku sądowego itp. styka się laik, są motywowane reguły decyzji, powołane w treści uzasadnienia decyzji. Reguły te zawierają zastosowaną normę prawną, najczęściej przetworzoną i zinterpretowaną w oparciu o dyrektywy interpretacyjne, obowiązujące wytyczne SN, orzeczenia Sądu Najwyższego, orzeczenia instancji wyższej, zasady systemu prawa lub części systemu prawa,

³⁰⁷ Zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 181 – 182.

czasami również i poglądy doktryny oraz reguły i oceny pozaprawne³⁰⁸. Zabiegi te są konsekwencją ograniczenia znajomości prawa laików jedynie do zasad a nie przepisów prawa. Stanowi to utrudnienie w rozumieniu wydanego orzeczenia, a „Odbiorcy decyzji powinni zostać przekonani o jej trafności, co jest szczególnie ważne w przypadku rozpoznawania spraw, którymi interesuje się opinia publiczna, szeroko nagłaśnianych przez media. Często zdarza się na sali sądowej, że strony i publiczność po odczytaniu sentencji orzeczenia nie zwracają uwagi na argumenty sądu, przytaczane w celu pokazania, iż wobec zgromadzonego materiału dowodowego nie mógł zapaść inny od orzeczonego wyrok³⁰⁹.

W konsekwencji opinie prawa muszą opierać się na domniemywaniu, iż „(...) owo nieznanne prawo jest słuszne, pożyteczne, sprawiedliwe, godne szacunku – albo na domniemywaniu, że jest ono groźne, krępujące, okrutne, służące możnym tego świata, a krzywdzące maluczkich³¹⁰.

Złożoność oceny prawa w omawianym przypadku jest spotęgowaną kwestią zdobywania wiedzy na temat zasad prawnych nie tylko w przypadku zetknięcia się z regułą decyzji. Otóż jednostka ma możliwość zdobywania również informacji na temat normy prawnej ze źródeł masowego przekazu lub korzysta z pomocy doradców prawnych, adwokatów, itp. Konsekwencją może być ukształtowanie pewnej idei normy prawnej, która w sytuacji konfrontacji z niezgodną z nią decyzją przyczynia się do powstania określonych reakcji jednostki do obowiązującego prawa. Oczywistym jest fakt, iż wynik owej konfrontacji jest w dużej mierze uzależniony od stopnia refleksyjności oceny, jednakże może się ukształtować przekonanie jednostki o patologicznym funkcjonowaniu porządku prawnego. Zatem można uznać, iż jednostka która co prawda nie posiada literalnej znajomości prawa ale wykazuje bardziej pogłębioną wiedzę od innych wykazuje większą aprobatę dla obowiązującego prawa. Jak nietrudno się domyślić w sytuacji gdy konflikt idei normy z wydaną decyzją, np. sądu nastąpił u osoby znającej pobieżnie i bardzo ogólnie zasady prawa przyczynia się do wystąpienia reakcji potępiającej funkcjonowanie prawa. Owe aprobowanie lub dezaprobowanie prawa może odnosić się do różnych zjawisk. Może to być aprobata pewnych zasad danego systemu prawnego czy systemu jako całości, aprobata określonych norm prawnych czy określonej praktyki

³⁰⁸ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 84.

³⁰⁹ A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia...,s. 182.

³¹⁰ Z. Ziemiński, Etyczne..., s. 203.

stosowania prawa. Nie mniej jednak reakcje aprobujące lub potępiające norm prawnych może być dokonywana przez jednostki z różnych punktów widzenia. Otóż zależy to od roli w jakiej dana osoba występowała i w jakim stopniu decyzja stosowania prawa jej dotyczyła. Należy bowiem mieć na uwadze to, iż na ocenę prawa jednostki może składać się nie tylko wiedza z zakresu prawa ale również jej powiązania z pewnymi grupami społecznymi, a zwłaszcza z grupą odniesienia, do której należy bądź chce należeć. Ponadto ważnym czynnikiem, podobnie jak i w grupie ocen prawa prawników, jest rola jaką pełnią w danym społeczeństwie.

Nasuwa się zatem pytanie, czym jest rola społeczna i jaki to ma związek z oceną prawa laików? Otóż pojęcie „roli społecznej” jest jednym z kluczowych pojęć zarówno psychologii, a w szczególności psychologii społecznej, jak i socjologii (w tym socjologii prawa). Ujmując omawiany problem w sposób ogólny można przyjąć, iż rola społeczna służy przede wszystkim do określenia całokształtu oczekiwań w stosunku do postępowania jednostki, jakie zarówno sama jednostka, jak i inne osoby wiążą z jej pozycją społeczną. Zdecydowanie przeważa ujęcie normatywne, w którym zespół oczekiwań w stosunku do jednostki dotyczy tego, jak się ma zachować. W związku z powyższym nie można sprowadzać koncepcji roli do przewidywania czyjegoś zachowania się, a więc np. można mieć określone oczekiwania, jak powinien postępować sędzia bądź sędziowie w ogólności. Podobna sytuacja ma miejsce wśród przeciętnych, nie znających literalnie prawa jednostek danej grupy. W takim normatywnym rozumieniu roli ma ona charakter pewnego zjawiska z zakresu świadomości społecznej, gdyż rola istnieje w wyobrażeniach pewnej grupy ludzi³¹¹. Nie ma również wątpliwości co do tego, iż oczekiwania innych wobec jednostki pozostają w ścisłym związku z nałożonymi obowiązkami, czy też uprawnieniami, które jej przysługują. Wszystko to prowadzi do tzw. instytucjonalizacji ról, która polega na całkowitym dostosowaniu roli do oczekiwań. Powstaje tu problem hierarchii wartości ról z punktu widzenia mechanizmu społecznego, oczekiwań wiązanych z kryteriami rozdziału ról oraz konfliktów i frustracji związanych z wadliwym działaniem w obrębie ról o szczególnym znaczeniu³¹².

Jednakże przy omawianiu oceny prawnej laików bardziej adekwatne wydaje się omówienie pojęcia „roli” ale z normatywnego punktu widzenia. Otóż normatywne rozumienie roli sprowadza się do zespołu norm, których stosowania oczekuje się w

³¹¹ J. Wiatr, Społeczeństwo. Wstęp do socjologii semantycznej. PWN, Warszawa 1973, s. 110.

³¹² M. Borucka – Arctowa, O społecznym..., s. 220.

odniesieniu do osoby zajmującej pewną pozycję społeczną³¹³, czy też określone stanowisko w strukturze społecznej. Niewątpliwie z przynależnością do grupy wiąże się z reguły zajmowanie w niej określonej pozycji, na którą składają się zarówno prawa jak i obowiązki jednostki. Zatem rola i pozycja społeczna w grupie są ściśle ze sobą związane. Co więcej, rola jest konsekwencją danej pozycji, choć jej realizacja zależy od wielu czynników. Jednakże, jak zauważa Jerzy Wiatr, rola nie jest jedynie odzwierciedleniem pozycji już posiadanej. Bywa ona czasem odzwierciedleniem pozycji, do której jednostka dopiero aspiruje. Tutaj pojawia się pewna zależność, otóż im bardziej pozycja społeczna, o którą się ubiega jednostka, jest trudna do zdobycia, tym większe ma znaczenie przyswojenie, internalizacja określonej roli³¹⁴. Czy jest coś szczególnego, co odróżnia rolę od postawy czy statusu?

Ogólnie mówiąc, „Rola w odróżnieniu od pozycji czy statusu jest pojęciem dynamicznym, odnosi się bowiem do oczekiwanego zachowania się i dlatego można ją odegrać, wykonać, zrealizować. Pozycja, status to pojęcia statyczne, określają bowiem miejsce w strukturze społecznej uznane przez członków społeczeństwa czy też pewnych jego grup i przyznane przez nich jednostce lub jednostkom”³¹⁵.

Rekapitulując powyższe spostrzeżenia na temat roli i pozycji społecznej można skusić się o stwierdzenie, iż ocena prawa osób nie będącymi prawnikami może być oceną niepełną, powierzchowną i uzależnioną od wielu często niezależnych od niej czynników wyznaczonych przez sytuację polityczną, społeczną czy też ekonomiczną. Jak nietrudno się domyślić, czynniki te mogą mieć bardzo duży wpływ na ocenę prawa laików. Zjawisko owej zależności jest niezwykle symptomatyczne np. dla osób zajmujących kierownicze stanowiska, których działalność często jest motywowana warunkami ekonomicznymi czy politycznymi z pominięciem obowiązujących przepisów prawnych. Oczywiście nie pozostaje to bez wpływu na charakter samych ocen prawa, kształtują się bowiem wszelkiego typu oceny instrumentalne, takie jak oceny oportunistyczne czy prakseologiczne³¹⁶.

Nie ulega również wątpliwości fakt, iż przeciętna osoba, którą można nazwać laikiem w kwestii znajomości prawa, dokonuje oceny w uproszczony sposób. Jest to spowodowane głównie tym, iż spostrzega on następstwa pewnej normy prawnej

³¹³ O pozycjach społecznych i związanymi z nimi rolami społecznymi dokładnie pisze Th.M. Newcomb, *Psychologia społeczna*. PWN, Warszawa 1965, s. 345 – 356.

³¹⁴ Zob. J. Wiatr, *Spółeczeństwo. Wstęp...*, s. 111 – 112.

³¹⁵ M. Borucka – Arctowa, *O społecznym...*, s. 220 – 221.

³¹⁶ A. Gryniuk, *Świadomość...*, s. 87.

jedynie w swoim dość wąskim środowisku, a to z kolei przyczynia się do tego, iż jednostka ta nie jest w stanie spostrzegać następstw w skali państwowej. Jej zawężone pole widzenia uniemożliwia laikowi przewidywanie następstw w dalekiej perspektywie, wręcz odwrotnie, widzi jedynie doraźne skutki obowiązywania prawa³¹⁷.

Różnica w dokonywaniu ocen prawa przez laików i prawników pogłębia się dodatkowo o wspomniane wcześniej grupy odniesienia. Zgodnie z tym, co zostało powiedziane o grupach odniesienia prawników a zwłaszcza sędziów, stanowią je przede wszystkim sędzia lub sędziowie cieszący się dużym uznaniem i poszanowaniem w hierarchii sądowej. Oczywiście czynnikami wpływającymi na owo uznanie w omawianej grupie prawników są przede wszystkim wiedza i doświadczenie zawodowe. Nie mniej jednak ważną rolę odgrywają także cechy osobowościowe sędziów oraz tych prawników, z którymi jednostka pragnie się identyfikować.

W przypadku osób spoza kręgu prawników, którzy z prawem mają niewiele lub nic wspólnego kwestia grup odniesienia wydaje się być bardziej skomplikowana. Dlaczego? Otóż prawnicy stanowią charakterystyczną grupę zawodów, którą charakteryzuje konieczność podporządkowania, uniformizacji swych zachowań i poglądów w stosunku do autorytetów z kręgu prawników. Natomiast pozostałe jednostki mogą mieć wiele różnych grup, czy też osób, za pośrednictwem których starają się dokonać samookreślenia czy też identyfikacji własnego postępowania. Warto zasygnalizować, iż w obiegu terminologicznym funkcjonują dwa rodzaje grup, do których jednostki się odnoszą, tj. grupy odniesienia porównawczego oraz grupy odniesienia normatywnego. Różnica polega na tym, iż w pierwszym przypadku grupy lub członkowie tych grup stanowią układ wielkości, w których dana jednostka postrzega siebie i innych. Dzięki tym zabiegom istnieje możliwość określenia własnych cech oraz ustalenie swego postępowania. Natomiast grupy odniesienia normatywnego są grupami, które dostarczają jednostce wartości, norm oraz wzorów zachowań. Jak nietrudno się domyślić nieustanne porównywanie się do innych oraz wyodrębnianie pewnych grup odniesienia normatywnego przyczynia się do powstania dwóch przeciwstawnych stanów w świadomości jednostki, tj. poczucia upośledzenia społecznego (deprywacji) lub poczucia uprzywilejowania społecznego. O ile w drugim przypadku ma miejsce niska samoocena, tak w pierwszym jednostka

³¹⁷ Z. Ziemiński, *Etyczne problemy...*, s. 215.

dokonuje niskiej oceny zarówno siebie, jak i własnego postępowania. Oczywiście owe poczucie upośledzenia czy uprzywilejowania społecznego może być różnego stopnia. Jest to uzależnione od stopnia oraz intensywności porównywania własnej osoby, zajmowanej pozycji społecznej, czy też dokonanych osiągnięć i sukcesów do innych stanowiących odniesienie dla danej jednostki. Zatem laik w swych ocenach prawa nie będzie się koncentrować na grupie odniesienia normatywnego, w porównaniu z którą znajduje się w największym dystansie. W celu zmniejszenia dyskomfortu wywołanego poczuciem dysonansu poznawczego będzie poszukiwać grupy o podobnym, zbliżonym do swego położenia czy też społecznego uprzywilejowania bądź upośledzenia. Trudno bowiem wyobrazić sobie sytuację, w której grupą odniesienia dla prawnika są jednostki charakteryzujące się niewielką znajomością prawa o wąskim postrzeganiu skutków istnienia pewnych norm prawa. Nasuwa się pytanie, czy w związku z przedstawioną teorią grup odniesienia laik nie może się identyfikować, np. ze społecznie szanowaną grupą specjalistów prawa? Tak postawione pytanie wydaje się być absurdalne, gdyż sytuacja w której przeciętny obywatel posiada swą grupę odniesienia wśród osób z grupy o statusie uprzywilejowania społecznego wydaje się być wręcz pożądane i oczekiwane. Jednakże należy mieć na uwadze kwestię wspomnianego stanu deprivacji jednostki. Otóż im jest większy stopień deprivacji, tym jest mniejsze prawdopodobieństwo, iż laik będzie brać przykład w ocenie prawa z osób znających prawo. Owa zależność jest potęgowana głównie przez odczuwanie, często przesadnie, dystansu i braku możliwości poznania prawa, które pozwoliłoby na przewyższenie pogłębiającej się różnicy w ocenie i postrzegania prawa prawników i laików.

W ramach tego co zostało powiedziane na temat grup odniesienia laików i specjalistów prawa warto się jeszcze zastanowić nad pewnymi uwarunkowaniami wyboru przez jednostkę grup odniesienia normatywnego.

Do uwarunkowań wyboru należą zmienne strukturalne, osobowościowe (typy osobowości, charakter jednostki) oraz zmienne sytuacyjne. Wydaje się, iż na szczególną uwagę przy analizowaniu ocen prawa należy zwrócić na zmienne osobowościowe, spośród których wymienia się indywidualne potrzeby jednostki oraz stopień natężenia tych potrzeb. W poglądach teoretyków socjologii i psychologii społecznej przyjmuje się bowiem założenie, iż na wybór grupy odniesienia normatywnego ogromny wpływ mają przede wszystkim dwa współdziałające ze sobą

determinanty, tj. stopień w jakim są zaspakajane przez daną grupę indywidualne potrzeby jednostki oraz stopień natężenia jej potrzeb. W celu wyjaśnienia związku przynależności jednostki do omawianej kategorii grup należałoby powołać się na koncepcję przedstawioną przez A. Maslow'a. Otóż według jego teorii indywidualne potrzeby ludzkie stanowią pewną hierarchię od potrzeb niższego rzędu do potrzeb wyższego rzędu. A. Maslow podkreśla, iż potrzeby hierarchiczne wyższe są w dużym stopniu uzależnione od spełnienia potrzeb niższego rzędu. Pozostaje zatem wymienić rodzaje owych potrzeb³¹⁸. Pierwszym, podstawowym rodzajem są potrzeby fizjologiczne, bez zaspokojenia których nie byłoby możliwe przejście do kolejnych potrzeb, jakimi są: potrzeby bezpieczeństwa, przynależności, szacunku, wiedzy, harmonii i piękna, samorealizacji oraz transcendencji. Nie dokonując ich szczegółowej analizy można stwierdzić, iż potrzeby bezpieczeństwa są potrzebami zabezpieczenia się jednostki nie tylko przed zagrożeniami, np. utraty zdrowia czy życia ale także przed deprivacją. W przypadku potrzeb przynależności, jak nietrudno się domyślić, jednostka aby je zaspokoić musi należeć do określonej grupy społecznej, stowarzyszeń, mówiąc ogólnie – musi nawiązywać kontakty interpersonalne i dążyć do społecznego współżycia. W następnej kolejności A. Maslow wymienia te potrzeby, które są zdecydowanie potrzebami wyższego rzędu a ich realizacja staje się możliwa jedynie po zaspokojeniu omówionych potrzeb niższego rzędu. Jest to spowodowane tym, iż potrzeby podstawowe tracą w oczach jednostki swe motywacyjne znaczenie, co w konsekwencji prowadzi do uruchomienia w jednostce motywacji spełnienia potrzeb bardziej złożonych. Mowa tu o potrzebach niezależności, kompetencji, wiedzy a w dalszej kolejności uznania społecznego i szacunku ze strony innych. Wreszcie potrzebami najwyższymi są potrzeby samorealizacji oraz transcendencji. Tutaj działanie jednostki zmierza w kierunku rozwoju osobowości, wykorzystania własnych twórczych możliwości.

Nasuwa się dość istotne pytanie, jak włączyć teoretyczne ujęcie owej hierarchii potrzeb do elementu świadomości prawnej, jakim jest ocena prawa? Otóż jednostka, poprzez niezaprzeczalny fakt występowania kolejno po sobie etapów w zaspakajaniu coraz bardziej złożonych potrzeb, będzie stale poszukiwać takich grup odniesienia, które nie będą ograniczać jej motywacji do dalszego rozwoju intelektualno – emocjonalnego. Oczywista jest bowiem chęć przynależności do takiej grupy, która nie ogranicza ale umożliwia zaspokojenie potrzeb odczuwalnych oraz

³¹⁸ Zob. Ph. G. Zimbardo, *Psychologia...*, s. 444 – 445.

motywujących do dalszego działania. W konsekwencji znajomość stanu potrzeb jednostki czy kategorii jednostek pozwala przewidzieć jakie grupy, a tym samym jakie wartości czy wzory zachowań występujące w owych grupach, mogą stanowić układy odniesienia normatywnego³¹⁹.

Zatem może nie dziwić fakt, iż oceny prawa osób nie wywodzących się z kręgu zawodów stricte prawniczych mogą być zdeterminowane poziomem zaspokojenia ich potrzeb w danej grupie społecznej. W sytuacji gdy przeciętna jednostka nie ma motywacji do współżycia społecznego z innymi może w sposób świadomy czy też nieświadomy wykazywać brak chęci przestrzegania ustanowionych norm i przepisów prawa. Tym samym przyczynia się do łamania porządku prawnego ustanowionego przez dane społeczeństwo. Jak nietrudno się domyślić takie działanie jednostki sprzyja głównej mierze motywacji zaspokojenia swych własnych, podstawowych potrzeb fizjologicznych, przynależności czy też potrzeb bezpieczeństwa. Z oczywistych względów zachowanie, które narusza porządek prawny spotyka się z zastosowaniem odpowiednich restrykcji wobec niesubordynowanej jednostki. W konsekwencji ocena prawa tutaj niewiele będzie miała wspólnego z rzetelnością i dogłębną refleksją. Za przykład mogą służyć młodociani przestępcy, dla których grupą odniesienia normatywnego stała się grupa złożona głównie z osób o motywacjach zaspokojenia potrzeb niższego rzędu. Oczywiście problem recydywistów w jakimś stopniu odbiega od tematu niniejszej pracy, jednakże warto zasygnalizować, iż jednostki te nawet po odbyciu kary będą poszukiwać takich grup odniesienia, które z jednej strony będą zaspakajać ich potrzeby i tym samym zmniejszą poziom deprywacji, a z drugiej strony pozwolą na ustosunkowanie się do obowiązującego prawa. Nie ulega wątpliwości, iż osoby te w jakimś stopniu będą odczuwać pogłębiającą się różnicę i dystans wobec tych, którzy postępując ściśle według panujących norm prawa starają się osiągnąć wyższe cele poprzez zaspokojenie metapotrzeb. Należy tutaj podkreślić, iż osoby które nie wyrażają aspiracji i chęci do spełnienia potrzeb wyższego rzędu, np. wiedzy czy też kompetencji nie zawsze postępują wbrew powszechnie przyjętym normom prawa, wręcz przeciwnie. Często osoby te wysuwają oceny konformistyczne, którym jak wiadomo towarzyszy motywacja i uzasadnienie zasadnicze lub celowościowe. Jest to bowiem zależne od sytuacji kiedy jednostka akceptuje daną normę prawną.

³¹⁹ J. Turowski, Socjologia..., s. 123.

Nasuwa się kolejne pytanie, czy istnieje zależność między ocenami konformistycznymi laików a ich podporządkowaniem grupie odniesienia? Tak postawione pytanie wskazuje na dodatkowy problem jakim jest postępowanie jednostki, które z jednej strony jest zgodne z jakimś systemem norm, wartości, wzorami zachowań grupy, do której należy, a z drugiej strony stanowi ono odchylenie od owych wypracowanych standardów uczestniczenia w danej grupie. Przede wszystkim należy tutaj zwrócić uwagę na kwestię zajmowanych przez uczestników danej grupy pozycji społecznych, o których zresztą już była wcześniej mowa przy omawianiu zależności oceny prawa od pełnionej roli społecznej.

Otóż zgodnie z tym, co zostało powiedziane na temat pozycji społecznych można wyróżnić w ich obrębie tzw. strukturę hierarchiczną, w której dokonuje się odpowiedni podział pozycji na:

- 1) pozycje najwyższe
 - a) przywódcy
 - b) liderzy
- 2) pozycje średnie
- 3) pozycje najniższe

Co ciekawe, do owej hierarchii nie zalicza się sympatyków, czy też kandydatów do danej grupy, natomiast szczególną rolę odgrywają tzw. neofici³²⁰. Pierwszą z wyróżnionych pozycji jest tzw. pozycja najwyższa, która jest charakterystyczna dla jednostek głęboko wierzących w normy, wartości oraz wzory postępowania grupy. Nie dziwi zatem fakt, iż w tej kategorii można wyróżnić dwie kolejne, które określa się mianem przywódców i liderów. Jaka jest między nimi różnica? Otóż przywódcy są bezwzględnie oddani wartościom, zasadom czy też celom jakie wyróżniają daną grupę spośród innych. Jednakże nie zawsze wykazują się twórczością oraz innowacją w podejmowanych działaniach, często bowiem są to jednostki pasywne ale posiadające pewną charakterystyczną dla nich charyzmę, dzięki czemu potrafią jednoczyć, często bezgranicznie mu oddaną, grupę społeczną. Natomiast drugą kategorię zajmują liderzy, którzy w odróżnieniu od przywódców starają się nie tylko postępować zgodnie z wyznaczonymi normami i wyznawanymi kryteriami, np. ocen prawa ale również wykazują duże zaangażowanie w tworzeniu nowych lub unowocześniania starych zasad postępowania grupy. „W samych

³²⁰ J. Turowski, Socjologia..., s. 124.

wzorach przywództwa tkwią bowiem obowiązki rozwijania celów, wartości, wzorów działania, ideologii grupy i wobec tego pewna doza nonkonformizmu w stosunku do istniejącego systemu norm i wartości w grupie jest niejako założona, tym bardziej że władza i różne uprawnienia przypisane do pozycji kierowniczych pozwalają na nowe ujęcia, reformy i odchylenia od dotychczasowego porządku i tradycji³²¹.

Druga z wyróżnionych kategorii omawianej hierarchii obejmuje swym zasięgiem jednostki, które zajmują tzw. średnie pozycje w grupie. W tym przypadku nie może być mowy o stosowaniu przez nich oceny nonkonformistycznej prawa. Oczywiście zachowanie jednostek z tej kategorii nie ogranicza się wyłącznie do oceny prawa ale dotyczy ich zachowania konformistycznego we wszystkich wyznaczonych przez przywódców i liderów zasadach funkcjonowania w grupie. Jak nietrudno się domyślić czynnikiem skłaniającym do takiego zachowania jest motywacja osiągnięcia wyższego statusu w strukturze grupy. Pogląd ten jest zbieżny z tym co zostało wcześniej powiedziane na temat postawy oceniającej specjalistów prawa. Tutaj również ma miejsce podporządkowanie się woli jednostkom z najwyższej kategorii pozycji w grupie.

Kto zatem wykazuje się największym stopniem nonkonformizmu? Otóż w obiegu terminologicznym utrwaliła się hipoteza, iż jednostki zajmujące najniższe pozycje są najmniej konformistyczne i w najmniejszym stopniu przyjmują wartości, normy czy wzory zachowań swej grupy jako układy odniesienia normatywnego³²². Oznaczałoby to, iż w przypadku ocen laików, którzy wywodzą się z najniższego szczebla stratyfikacji, będą ocenami nonkonformistycznymi. Jednakże należy mieć na uwadze pewne zależności uczestnictwa w owej grupie. Mowa tu bowiem jest o dwóch powodach, dla których dana jednostka decyduje się na oceny nonkonformistyczne wobec prawa. Pierwszym z nich jest chęć utrzymania swego stanowiska przy jednoczesnej obawie wykluczenia z danej grupy. Przykładowo sytuacja ta może dotyczyć jednostek, które przynależąc do pewnej subkultury społecznej będą czynić wszelkie starania aby ich oceny i zachowania w żaden sposób nie wyróżniały się od innych członków grupy.

Co ciekawe, spośród osób które wyrażają swą nonkonformistyczną postawę oceniającą prawa mogą być takie jednostki, którym w przeciwieństwie do pierwszego przypadku ze względu na brak możliwości zaspokojenia własnych potrzeb nie

³²¹ Tamże.

³²² Tamże.

wyrażają chęci swej przynależności do grupy. W związku z powyższym nie akceptując panujących w grupie norm, wartości a w tym powszechnie obowiązujących ocen prawa koncentrują swą uwagę na poszukiwaniu innej grupy odniesienia normatywnego czy też grupy solidarności, gdzie znajdą oparcie dla swych wyznawanych zasad.

Wracając do kwestii ocen konformistycznych wobec prawa należałoby również wspomnieć o tzw. sympatykach, kandydatach do danej grupy społecznej oraz neofitach, którzy porzucili grupę normatywną lub też zostali z niej usunięci. Sympatycy, jak sama nazwa wskazuje nie należąc do wybranej przez siebie grupy akceptują jej wartości, wzory i normy zachowań. Ponadto są oni emocjonalnie do nich przywiązani i chociaż nie należą do tej grupy, to jednak w rzeczywistości ideacyjnie, intencjonalnie w niej uczestniczą. Zjawisko to zostało przez R. Mertona określone mianem antycypacyjną socjalizacją jednostki³²³, o której będzie jeszcze mowa. Różnica między kandydatami a sympatykami danej grupy polega jedynie na tym, iż ci pierwsi są już wstępnie przyjęci do danej grupy, np. ideologicznej czy religijnej. Z oczywistych względów ich początkowe, wstępne uczestnictwo jest stale dokładnie kontrolowane pod względem ich lojalności i zgodności poglądów z tymi, które obowiązują w grupie.

Według J. Turowskiego najbardziej konformistyczni są neofici, którzy poprzez sam fakt odejścia z grupy tego samego rodzaju, ale o przeciwstawnej, konkurencyjnej ideologii swym konformistycznym zachowaniem wykazują wszelkie konformistyczne zachowania w celu potwierdzenia transformacji swej osobowości i odejście od dawnej grupy przynależności. Owe „nawrócenie” jednostki, jej pozytywne nastawienie wobec nowej grupy jest dodatkowo wzmacniane przez krytykowanie i odrzucenie grupy poprzedniej. Stąd też jest formułowana zależność, iż „(...) dana grupa społeczna, osoba, wartość czy cecha staje się tym bardziej układem odniesienia normatywnego dla danej jednostki, im bardziej jest wzmacniana przez odnoszenie się negatywne (odrzucenie czynne) w stosunku do innej grupy (osoby, wartości czy cechy) tego samego rodzaju”³²⁴.

Można zaryzykować stwierdzeniem, iż w sytuacji gdy prawo w jakiś sposób ogranicza wolność jednostki czy to pod względem możliwości pojawienia się sankcji czy podczas już odbywanej kary, ocena prawa laika będzie tutaj w dużej mierze

³²³ Tamże, s. 125.

³²⁴ Tamże.

zabarwiona negatywnymi emocjami. W konsekwencji będzie ona poszukiwać potwierdzenia swego stanowiska w takich grupach, które wyrażają podobne do niej poglądy. Pojawia się kolejne pytanie, czy zachowanie nonkonformistyczne winno być tutaj utożsamiane z zachowaniem przestępczym? Otóż, według R. Mertona nie ma takiej możliwości. Na potwierdzenia swej tezy wysuwa on następujące różnice między oba zachowaniami. Zachowanie przestępcze zachodzi wówczas, gdy określona jednostka nie podważa w sposób jawny bądź utajony określonej normy i związanych z nią wartości, a jej postępowanie nie zmierza w jakikolwiek sposób do zmiany tej normy. Wręcz przeciwnie, podejmuje wszelkie czynności, zmierzające do ukrycia swego postępowania. Oznacza to, iż osoba ta nie wysuwa argumentów odnośnie, np. słuszności dokonywanej przez niego kradzieży czy dokonanej zbrodni, a jedynie naruszając pewne normy stara się uniknąć skutków ich nieprzestrzegania. Nie ulega wątpliwości, iż takie postępowanie może w większym stopniu dotyczyć nieuczciwych przedsiębiorców aniżeli konsumentów.

Postępowanie nonkonformisty tym różni się od postępowania przestępcy, iż nie ukrywa on swego odmiennego od pozostałych członków grupy zachowania, ocen i poglądów. Faktem jest, iż zmierza on do zmiany obowiązującej normy ale dzieje się to poprzez głośnie i jawne odwołanie do wyższych wartości. Należy jednak podkreślić, iż owe Mertonowskie rozróżnienie postępowania przestępczego od nonkonformistycznego ma przede wszystkim charakter klasyfikacyjny – poznawczy i jest uzależniony od motywów, które skłaniają jednostkę do określonego postępowania. Co więcej, jest to w tym przypadku związane z akceptacją wartości oraz ich hierarchizacją³²⁵. Oznacza to, iż owe rozgraniczenie jest możliwe tylko i wyłącznie na gruncie postaw społecznych.

Wracając do odmienności dróg kształtowania się ocen prawa w grupie ekspertów – prawników oraz grupie osób, posiadającej powierzchowną wiedzę z zakresu obowiązującego prawa pozostaje do omówienia jeszcze kwestia socjalizacji w obu wyróżnionych grupach. Zgodnie z tym co zostało już do tej pory powiedziane na temat socjalizacji można stwierdzić, iż jest to długi proces uspołeczniania, który pozostaje w ścisłym związku z oddziaływaniem grupy na jednostkę³²⁶. Oczywiście proces ten pociąga za sobą wiele, często nieoczekiwanych konsekwencji chociażby w postaci omówionego dysonansu poznawczego. Często jednostka będąc pod

³²⁵ Zob. M. Borucka – Arctowa, O społecznym..., s. 232 – 233.

³²⁶ Zob. podrozdz. 4.3.

dużym wpływem osób dla niej znaczących nie zawsze postępuje zgodnie z własną wolą i przekonaniem co z kolei prowadzi do konformistycznej czy też celowościowej oceny prawa. Nie ulega również wątpliwości, iż na różnicę w ocenie prawa laików oraz ekspertów prawa w procesie socjalizacji wpływają przede wszystkim środowisko, z którego się wywodzi jednostka oraz jej wykształcenie. „Im bardziej jednostronne i jednorodne kulturowo były doświadczenia gromadzone przez człowieka w okresie jego uspołecznienia tym mniej elastyczna i przystosowalna jest jego osobowość wtedy, gdy osiąga ona dojrzałość”³²⁷. Problem różnic w przebiegu socjalizacji jest zdaniem Anny Gryniuk szczególnie istotny przy próbach interpretacji ocen i postaw laików wobec prawa³²⁸. Moment ten silnie eksponuje w swoich badaniach Adam Podgórecki, który twierdzi, iż istnieje związek między surowym wychowaniem a rygorystycznym przestrzeganiem prawa oraz między wychowaniem łagodnym a tolerancją.

Reasumując, oceny prawa prawników są ocenami norm prawnych wyrażanymi najczęściej poprzez ocenę stanów faktycznych adekwatnie do oficjalnej wykładni prawa czy też do ocen zgodnych z ocenami narzuconymi przez prawo obowiązujące. Co więcej zawód prawnika, bez względu na specjalność, z jednej strony wiąże się z oczywistym wymogiem znajomości prawa, a z drugiej oddziaływanie grup odniesienia wpływa na generalizację ocen legalistycznych oraz konformistycznych. To z kolei prowadzi do uniformizacji ocen.

Oczywista odrębność ocen prawa laików przejawia się w możliwości występowania dwutorowości w ocenianiu. Otóż z wiadomych przyczyn ocena oparta jest w głównej mierze na znajomości decyzji prawnej, na podstawie której dokonują indukcji oceny norm. Jednakże może również wystąpić taka sytuacja, w której ocena prawa staje się wypadkową ze względu na rodzaj pracy czy też rodzaj wykonywanego przez nią zawodu. Można bowiem sądzić, iż „(...)na charakter (rodzaj) tych ocen istotny wpływ wywiera wykonywany zawód, z którym związane są mniejsze czy większe wymogi znajomości prawa oraz sytuacja społeczna, ekonomiczna, polityczna, itp. od której zależy sposób urzeczywistniania roli społecznej. Sytuacja ta zmusza często do naruszenia obowiązujących przepisów, co nie pozostaje bez wpływu na oceny i postawy jednostki wobec prawa”³²⁹.

³²⁷ Z. Bauman, *Zarys socjologii*. PWN, Warszawa 1962, s. 370 – 371.

³²⁸ A. Gryniuk, *Świadomość...*, s. 91.

³²⁹ Tamże, s. 92.

Wydaje się, iż w przypadku osób, które z jednej strony nie posiadają wykształcenia prawniczego ale jednocześnie wykonywany przez nich zawód wymaga od nich podstawowej znajomości norm prawnych ważną rolę odgrywa przede wszystkim czynnik ekonomiczny w ocenie prawa. co w konsekwencji prowadzi do tego, iż stosunek do norm prawa przybiera w wyniku generalizacji instrumentalny charakter, gdzie jednostka bardziej kieruje się korzyściami materialnymi nawet jeśli jej działania są sprzeczne z obowiązującym prawem.

Warto również wspomnieć, iż różnica w ocenie prawa omawianych grup może być wzmocniana, bądź osłabiana przez późniejsze doświadczenia prawne jednostki. Wiadomo bowiem, iż ocena prawa może mieć mniej lub bardziej refleksyjny charakter, co z kolei jest uzależnione od omówionych głównych czynników, takich jak studia prawnicze i praktyka zawodowa, proces socjalizacji oraz wpływ grup odniesienia. Owe doświadczenia prawne jednostki mogą potęgować lub modyfikować wyrażane przez jednostkę oceny prawa i to niezależnie od tego czy jest ona prawnikiem czy też nim nie jest. Oczywistym jest bowiem fakt, iż jednostka dokonuje w późniejszym okresie życia konfrontacji przekazywanych jej wcześniej przyjętych ocen z tym, czego ona faktycznie doznaje. W szczególności zaś, negatywne doświadczenia z prawem przyczyniają się do jego oceny według pewnych stereotypów. Powstaje zatem pytanie, jaką rolę odgrywają w ocenie prawa stereotypy?

Rola stereotypów w ocenie prawa

Podczas dokonywanej analizy oceny prawa osób nie będących prawnikami trudno nie wspomnieć o stereotypowych ocenach prawa, które w zasadzie nie mieszczą się w przyjętych w socjologii prawa konstrukcji świadomości prawnej ale są one istotne głównie ze względu na ich upowszechnienie w społeczeństwie.

Nie dokonując szczegółowej analizy samego pojęcia „stereotyp” można przyjąć, iż stereotypowe oceny prawa, to takie oceny, które wiążą się z pewną formą postrzegania albo ujmowania norm prawa wyprzedzającą użycie zmysłów i rozumu. Posiłkując się wiedzą słownikową można dodać, iż stereotyp, to „Konstrukcja myślowa, zazwyczaj powszechna wśród członków danej grupy społecznej, oparta na schematycznym i uproszczonym postrzeganiu rzeczywistości, zabarwionym wartościująco, często bazującym na uprzedzeniach i niepełnej wiedzy³³⁰. Niestety w literaturze socjologicznej, począwszy od twórcy owego pojęcia Walter'a Lippmanna³³¹, zauważa się brak jednolitej koncepcji w podejmowanych próbach wyjaśnienia omawianego zjawiska³³². Nie mniej jednak koniecznym wydaje się rozważenie wzajemnej relacji między pojęciem stereotypu a pojęciem postawy, który zresztą będzie omówiony w następnym rozdziale niniejszej pracy. Dlaczego? Otóż często stereotyp bywa utożsamiany z postawą a to z kolei budzi sprzeciw lub aprobatę wśród socjologów. Przykładowo autorzy reprezentujący strukturalną teorię poznawczą, np. Kretch, Crutchfield całkowicie wykluczają możliwość zaliczenia stereotypu do postaw, traktując go jako zbyt ogólne uproszczenie³³³. Jednakże istnieją również zwolennicy traktowania stereotypu jako elementu postawy, będącego jej kategorią. Przykładowo do takich koncepcji niewątpliwie zalicza się koncepcję Stanisława Nowaka, którą można wykorzystać do dokładnego i rzetelnego

³³⁰ K. Olechnicki, P. Załęcki, Słownik..., s. 204.

³³¹ W. Lippman jako pierwszy wprowadził pojęcie stereotypu, które zostało ujęte w pracy pt. *Public Opinion*, New York 1965. W pracy tej stereotyp został określony jako „obraz w głowie” jakiegoś zjawiska, obraz jednostronny, uproszczony, a zarazem uproszczona i schematyczna opinia o tym zjawisku.

³³² Wyczerpującą charakterystykę możliwych ujęć definicyjnych pojęcia stereotypu można znaleźć w pracy A. Kapiszewskiego, *Stereotyp Amerykanów polskiego pochodzenia*. Wrocław 1978, s. 14 i nast. Opierając typologię zakresu znaczeniowego pojęcia stereotypu na różnych procesach psychicznych, pod wpływem których powstaje stereotyp, autor wyróżnia generalizację, kategoryzację, nawyk (uczenia się) wyobrażenie i wierzenie, przekonanie. Obszerną charakterystykę stereotypów zawiera również praca T. Mądrzyckiego, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania postaw*. Warszawa 1977, w której oprócz tego wyróżniono trzy grupy znaczeniowe pojęcia stereotypu (stereotyp jako przekonanie, jako uogólnienie i jako postawa). Trudno oczywiście nie wspomnieć o pracy Z. Bokszańskiego, *Stereotypy a kultura*. Monografie FNP, Wrocław 1997, w której autor porusza również kwestie związane z grupami etnicznymi.

³³³ Zob. G. Skąpska, J. Czapska, M. Kozłowska, *Spoleczne...*, s. 80.

wyjaśnienia stereotypowych ocen prawa³³⁴. Otóż, według autora stereotyp jest swoistym rodzajem postawy, w której na pierwszy plan wysuwa się:

- a) komponent emocjonalno – oceniający,
- b) komponent poznawczy,
- c) komponent behawioralny.

Na komponent emocjonalno – oceniający składają się odczucia, opinie oraz oceny dotyczące obowiązującego prawa. Jest to możliwe dzięki istnieniu drugiego z wyróżnionych komponentów, tj. komponentu poznawczego, który stanowi niepełna, uproszczona lub zniekształcona wiedza o prawie, jego przedstawicielach oraz pełnionych przez nich role zawodowe. Wreszcie komponent behawioralny charakteryzuje się wyrażaną przez laika gotowością do korzystania z porad, interwencji czy rozstrzygnięć, będących w kompetencji danego zawodu prawniczego, np. adwokata, radcy prawnego oraz podejmowanym przez jednostkę różnego rodzaju działań prawnych.

Wydaje się, iż spośród przedstawionych komponentów najbardziej decydujący w stereotypach ocen prawa jest komponent emocjonalno – oceniający, który przesądza nie tylko o kształcie określonego stereotypu ale również od niego zależy ładunek emocjonalny owego stereotypu oceny, który może być pozytywny lub negatywny silny lub słaby.

Zatem trudno nie zgodzić się z powszechnie istniejącym w teoriach psychologiczno – socjologicznych głoszącym tezę, iż stereotypy powstają w świadomości społecznej jako efekt końcowy oddziaływania różnych mechanizmów oraz jednocześnie są elementem kreującym tę świadomość. „Są czymś w rodzaju filtra przepuszczającego do tej świadomości informacje zgodne z informacjami wcześniej zakodowanymi. Pozostając przy porównaniu do filtra, trzeba zauważyć, że działa on dwustronnie – raz na drodze od informacji do świadomości danej osoby, a drugi raz na drodze od procesu myślowego do reakcji werbalnej i behawioralnej”³³⁵.

Podobnego zdania jest Zygmunt Ziemiński, który wiąże występowanie stereotypów ocen z wielowiekowym upośledzeniem określonego środowiska przez istniejący porządek prawny, co przy niskim poziomie intelektualnym sprzyja wytworzeniu apriorycznych postaw dezaprobaty dla norm prawnych. „Wszelkie

³³⁴ S. Nowak, *Teorie postaw*. PWN, Warszawa 1973, s. 23.

³³⁵ G. Skapska, J. Czapska, M. Kozłowska, *Społeczne...*, s.82.

zmiany ustawodawstwa, zwłaszcza gdy są trudniejsze do zrozumienia, wydać się mogą zmianami na gorsze³³⁶. Niewątpliwie wyobrażenia te mogą się pogłębiać pod wpływem negatywnych doświadczeń, co zresztą jest oczywistą konsekwencją tego, iż doświadczenia ujmowane są zazwyczaj przez pryzmat wybiórczego postrzegania, a więc pod kątem informacji potwierdzających funkcjonujące stereotypy.

Również Anna Turska wskazuje na istnienie bardzo silnej stabilności stereotypowych ocen krytycznych, które opierają się na skłonności jednostki do selekcji i rejestracji faktów wzmacniających wcześniej przyjęte krytyczne oceny³³⁷.

Mówiąc o stereotypowych ocenach prawa trudno nie wspomnieć o przeprowadzonych przez Adama Podgóreckiego badań, w których autor stara się wykazać negatywny wpływ stereotypów na pełnione przez jednostkę pewnych ról społecznych, zwłaszcza na stanowiskach administracyjnych, np. ławnika, posła, czy też radnego. Na tych bowiem stanowiskach stereotyp rzutuje w jakimś stopniu na sposób w jaki role te są wykonywane. „Adam Podgórecki stara się wykazać istnienie związku między tendencją do wyrażania ocen stereotypowych a pewnymi specyficznymi psychiczno – społecznymi postawami – postawa zagrożenia, frustracji, społecznego nieprzystosowania. One to właśnie wpływają na modyfikację obiektywnych stanów rzeczy w kierunku skrzywienia ich przez filozofię, która tego rodzaju postawy psycho – społeczne znamionuje³³⁸. Przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej badania funkcjonowania władz administracyjnych wykazały, iż „osoby posiadające wykształcenie średnie ukończone – pisze autor – lub nie ukończone częściej niż inne uważają, że sprawa urzędowa zostaje załatwiona w zależności od należytego przedstawienia sprawy i od własnej energii i zaradności; osoby z wyższym wykształceniem (ukończone lub nie ukończone) raczej skłaniają się do przekonania, bardzo istotnie deklarowanego, że załatwienie takiej sprawy zależy od własnej energii i zaradności, podczas gdy osoby posiadające wykształcenie podstawowe pełne i niepełne częściej niż inne uważają, że załatwienie sprawy zależy od pieniędzy albo od przypadku³³⁹”.

Zatem można przyjąć, iż głównym źródłem funkcjonowania stereotypów są środowiska o niskim poziomie intelektualnym. Wnioski z przeprowadzonych przez

³³⁶ Z. Ziemiński, Kilka tez do dyskusji o moralności i prawie, PiP, 11/ 1959.

³³⁷ Zob. A. Turska, Opinie i postawy ławników wobec sądu ustawodawstwa karnego i polityki karnej, w: S. Zawadzki, L. Kubicki (red.), Udział laików w postępowaniu karnym, Warszawa 1970, s. 114 i nast.

³³⁸ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 107.

³³⁹ A. Podgórecki, Prestiż prawa. Książka i Wiedza 1966, s. 121.

Adama Podgóreckiego badań są zbieżne z kolejnymi badaniami jakie przeprowadziła Mirosława Kozłowska na temat stereotypów zawodów prawniczych, tj. sędziego, adwokata oraz prokuratora³⁴⁰. Otóż okazało się, iż w powstawaniu i ugruntowaniu się stereotypów zawodów prawniczych sprzyjają takie zjawiska, jak:

- a) niski stopień znajomości prawa w społeczeństwie oraz niedostateczne poinformowanie o zasadach funkcjonowania organów wymiaru sprawiedliwości,
- b) drażliwość problematyki związanej ze sprawowaniem wymiaru sprawiedliwości, stąd w społecznych postawach wobec osób uczestniczących w sądowym stosowaniu prawa dominują subiektywne oceny, emocje. W zestawieniu z niedostatecznym zorientowaniem społeczeństwa w tej dziedzinie, postawy wobec wymiaru sprawiedliwości i sprawujących go prawników przyjmują postać stereotypów,
- c) indywidualne predyspozycje do powierzchownego ujmowania zjawisk, formułowania sądów kategorycznych bez odwoływania się do rzeczywistej wiedzy o danym temacie (przedmiocie oceny), mała refleksyjność i brak krytycyzmu w selekcji informacji z zewnątrz.

Ogólnie przedstawione badania nasuwają refleksje natury bardziej ogólnej, które zapewne okażą się przydatne w opracowaniu części metodologicznej niniejszej pracy. Otóż przy analizowaniu oceny prawa należałoby uwzględnić nie tylko wiedzę jednostek o przedmiocie oceny lecz także ustalić, czy wiedza ta pozostaje w pozytywnej relacji z ustosunkowaniem się do przedmiotu oceny, czy też stosunek ten wyraża się w ocenach stereotypowych. Zgodnie z tym, co zostało do tej pory powiedziane o udziale stereotypów w ocenie prawa, należy być świadom, iż wcześniej ukształtowane stereotypy ocen są odporne na działanie informacji, które byłyby z nimi sprzeczne. Tutaj tkwi pewne utrudnienie w uzyskaniu rzetelnych wyników badań. Bowiem, mówiąc za Anną Gryniuk „(...)wiedza racjonalna podmiotu o prawie uchwytna w badaniach nie zawsze świadczy o tym, iż ocena porządku prawnego na niej się właśnie opiera”³⁴¹.

³⁴⁰ Badania te zostały przeprowadzone w roku 1981 ramach prac Zespołu Badań nad Świadomością Prawną Instytutu Państwa i Prawa PAN, w: G. Skąpska, J. Czapska, M. Kozłowska, Społeczne role..., s. 77 – 114.

³⁴¹ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 109.

W ramach tego, co zostało powiedziane na temat znajomości prawa, ocen norm, postaw wobec prawa oraz różnic owych elementów świadomości prawnej dwóch grup społecznych, tj. specjalistów prawa oraz osób, które mają z prawem sporadyczny, często nieświadomy kontakt należy dokonać swego rodzaju uzupełnienie o stosunek owych elementów do możliwych wariantów zachowania się jednostki.

3.3.4. Stosunek ocen norm do zachowania

W ramach uzupełnienia omawianego rozdziału dotyczącego postaw wobec prawa należy jeszcze omówić dwie kwestie. Otóż po pierwsze przedstawiona typologia postaw nie zawsze występują oddzielnie, a po drugie oceny prawa mogą być ocenami globalnymi lub częściowymi. Sytuacja mieszania niektórych postaw ma miejsce wówczas gdy jednostka opowiada się za postawą legalistyczną ale tylko i wyłącznie na skutek pojawienia się postawy konformistycznej. Jest to spowodowane istnieniem postawy legalistycznej w grupie odniesienia. Z kolei oceny globalne dotyczą systemu prawa jako całości, natomiast częściowe ograniczają się do konkretnych dziedzin, czy też gałęzi norm prawa. Według Anny Gryniuk w złożonym procesie wartościowania te same oceny (postawy) mogą być rozpatrywane w kategoriach konkretnych typów. Typologia ocen (postaw) prawa zatem opiera się na następujących założeniach:

- 1) ogólnej znajomości przedmiotu oceny – systemu prawa, gałęzi, instytucji, normy prawa,
- 2) uzasadnialności oceny,
- 3) zrelatywizowania oceny do czasu, miejsca i sytuacji,
- 4) rozróżnienia deklaracji oceny od jej uznania³⁴².

Z punktu widzenia zjawiska świadomości prawnej założenie o ogólnej znajomości prawa musi zawierać w sobie zarówno psychologiczny, jak i logiczny związek. Według Zygmunta Ziemińskiego „W najprostszym przypadku zdania w sensie logicznym, formułowane przez kogoś w pewnym momencie jako wypowiedź ustna czy pisemna, wyrażają jakieś aktualnie przeżywane przez wypowiadającego się sądy, że tak a tak jest czy nie jest, sądy nie tylko pomyślane, ale wydane w danej chwili. (...) Zdanie w sensie logicznym może być formułowane jako wyraz tylko przypuszczenia w danej sprawie, nieugruntowanych, chwiejnych przeświadczeń, czy tak a tak jest, a nawet może być odpowiednikiem sądu pomyślanego, ale nie wydanego. Ktoś, kto w taki sposób formułuje swoją wypowiedź, rozumie tylko do czego się ona odnosi, ale nie ustosunkowuje się do tego, czy rzeczywiście tak jest, czy nie jest”³⁴³. Należy zatem, według cytowanego autora, dokonać rozróżnienia

³⁴² Tamże, s. 76.

³⁴³ Z. Ziemiński, *Etyczne...*, s.27.

wypowiedzi oceniających od zdań logicznych, które :”stwierdzają fakt, iż ktoś, np. osoba wypowiadająca się przeżywał lub przeżywa określone oceny”³⁴⁴. Niewątpliwie owe rozróżnienie nie należy do łatwych zadań i zawiera utrudnienia w wielu postaciach. Często bywa tak, iż nie ma podstaw sądzić, iż osoba mówiąca albo wyraża swą ocenę albo jedynie stwierdza fakt. Ponadto owa trudność może mieć swoje źródła w sytuacjach kiedy wypowiedź oceniająca jednostki pozostaje w związku ze środowiskiem, w którym funkcjonuje. Otóż dane oceny mogą być aprobowane w jednej grupie a dezaprobowane w drugiej.

Nie ulega wątpliwości fakt, iż wartość poznawcza ocen prawa leży w sposobach ich uzasadniania. Sposób uzasadniania oceny wpływa na jej rodzaj, ułatwia możliwość dokonania odpowiedniej klasyfikacji. Również często stanowi ono odbicie rzeczywistych motywów, którymi kieruje się jednostka oraz ukazuje w jakim stopniu same oceny noszą charakter racjonalny, a w jakim stopniu oparte są na emocjach³⁴⁵.

Pomocnym w się zatem dokonanie odpowiedniej relatywizacji wypowiedzi oceniających. Otóż konkretna ocena, która odnosi się do tego samego zjawiska może być różnie oceniana przez wiele osób. Jest to bowiem uzależnione od miejsca i kontekstu sytuacyjnego, w którym różne jednostki się wypowiadają. Wynika to stąd, iż nawet jeśli istnieją zupełnie różne oceny to nie oznacza, że któraś z nich jest błędna. Otóż jedna z wypowiedzi może deklorować aprobatę danej normy, natomiast druga – jej dezaprobatę. Są to więc zupełnie różne i niezależne od siebie przeżycia dwóch osób. Zatem „(...) gdy pojmujemy się wypowiedź oceniającą jako wypowiedź wyrażającą aktualnie przeżywaną ocenę, oczywiste jest, że wypowiedź taką należy zrelatywizować do osoby oceniającego i do czasu”³⁴⁶. Zygmunt Ziemiński podobnie jak Czesław Znamierowski dodaje, iż „Oceny jakiegoś stanu rzeczy przez pewną osobę w jakimś czasie mogą być formułowane z różnych punktów widzenia (...). Możliwe są przy tym dwie sytuacje: albo oceniający dokonuje swoistej syntezy ocen (...) albo nie może się zdecydować na dokonanie takiej globalnej oceny. W tym ostatnim przypadku jego oceny danego stanu rzeczy będą ambiwalentne – dodatnie z jednego, ujemne z innego punktu widzenia (...). Przy takich ambiwalentnych ocenach trudno mu będzie podjąć decyzję jakiegoś działania, np. czy starać się

³⁴⁴ Tamże, s. 30.

³⁴⁵ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 77.

³⁴⁶ Z. Ziemiński, tamże, s. 33.

pozyskać lub zatrzymać rozbieżne oceniany przedmiot do swojej dyspozycji, czy też starać się go pozbyć lub zaniechać starań o jego pozyskanie. W przypadku oceny globalnej sprawa będzie w pewnym stopniu przesądzona, oczywiście jeśli przewaga elementów dodatnich nad ujemnymi albo odwrotnie stwarzać będzie dostateczny bodziec do podjęcia odpowiedniego postępowania. Niezdolność dokonania – pisze dalej Z. Ziemiński – oceny globalnej – ambiwalentne:” czy być, czy nie być” – uniemożliwia podjęcie określonej decyzji działania w sposób nieprzypadkowy³⁴⁷. Warto przy tym dodać, iż zawsze istnieje możliwość wystąpienia zupełnie odmiennych ocen globalnych u osób, które charakteryzują się podobną oceną składową. „Jedni, maksymaliści w swoich wymaganiach wobec świata, skłonni są ocenić globalnie dodatnio jakiś stan rzeczy dopiero wtedy, gdy nie widzą możliwości powstania lepszego stanu rzeczy w danej dziedzinie, inni zadowolą się jaką przewagą stron dobrych i godzą się aprobować stan rzeczy dla nich znośny³⁴⁸.

Wreszcie czwartym z wyróżnionych założeń jest konieczność rozróżnienia deklaracji oceny (postawy) od jej uznania. Wynika to z dość często występującej rozbieżności między ocenami wypowiedzianymi przez siebie oceniającą a ocenami rzeczywiście przez nią uznawanymi. Pierwszy przypadek jest charakterystyczny dla oceny (postawy) deklarowanej, natomiast drugi dotyczyć będzie oceny (postawy) zinternalizowanej.

Co należy rozumieć przez zjawisko internalizacji? Według Peter'a Berger'a oraz Thomas'a Luckmann'a internalizacja to: (...) bezpośrednie ujmowanie albo interpretacja obiektywnego zdarzenia jako zdarzenia wyrażającego znaczenie, czyli jako przejaw subiektywnych procesów innego, które w ten sposób stają się subiektywne i znaczące dla mnie samego”. (...) internalizacja w tym ogólnym sensie jest podstawą – po pierwsze, rozumienia innych ludzi oraz po drugie, postrzegania świata jako rzeczywistości znaczącej i jako rzeczywistości społecznej³⁴⁹. Tak rozumiana internalizacja zaczyna się wraz z przejmowaniem przez jednostkę świata, w którym inni już żyją. Mówiąc inaczej, internalizacja jest procesem uwewnętrzniania kultury. W konsekwencji jednostka przekształca jej wzory w trwałe elementy osobowości, a więc w motywację i postawy.

³⁴⁷ Tamże. Zob. Cz. Znamierowski, *Oceny i normy*. PWN, Warszawa 1957, s. 212 – 216.

³⁴⁸ Z. Ziemiński, *Etyczne...*, s. 34.

³⁴⁹ P. Berger, Th. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*. Państwowy Instytut Wydawniczy, 1983, s. 202-203.

Zjawisko internalizacji w kontekście norm prawnych, należy rozumieć jako przyswojenie przez jednostkę normę prawną czy wartości, której naruszenie będzie związane z poczuciem winy i odczuwaniem lęku przez jednostkę. Ponadto internalizacja wiąże się z uzewnętrznieniem takich norm i wartości, które są zgodne z uznawanym przez jednostkę systemem wartości i norm. Stąd należy w sposób wyraźny rozdzielić przyswojenie przez jednostkę normy w sposób instrumentalny, czyli osoba oceniająca normę prawną pomimo jej częściowego bądź całkowitego nieakceptowania, zdobyła umiejętność dostosowania swego zachowania w określonych sytuacjach³⁵⁰.

Powyższe uzupełnienie polegające na wyróżnieniu ocen celów norm prawnych o ocen wzorów postępowania zawartych w normach prawnych pozwala na stworzenie następującej typologii postaw wobec prawa, ukazującej wielkość możliwych ustosunkowań.

- 1) Postawa polegająca a akceptacji wzoru postępowania, połączone z akceptacją celów normy, tj. jej internalizacja,
- 2) Postawa oparta na akceptacji wzoru zachowania połączona z brakiem uznania normy prawnej przy jednoczesnej internalizacji normy czy wartości antyprawnej,
- 3) Postawa oparta na braku akceptacji połączony z uznaniem normy prawnej, tj. jej internalizacja,
- 4) Postawa oparta na braku akceptacji połączona z brakiem uznania normy prawnej przy jednoczesnej internalizacji normy czy wartości antyprawnej,
- 5) Postawa polegająca na akceptacji normy prawnej,
- 6) Postawa polegająca na dezakceptacji normy prawnej³⁵¹.

Akceptację połączoną z uznaniem normy prawnej zgodnie z tym, co zostało wcześniej powiedziane określamy mianem internalizacji. Chcąc jednak dokonać zestawienia owego rodzaju akceptacji z rodzajem motywacji jednostki do przestrzegania prawa można mówić o związku z motywacją zasadniczą, a to z kolei wiąże się z występowaniem postawy legalistycznej, w ramach których wyróżnia się postawę konformistyczną. Można tutaj mówić o idealnym stosunku postawy do normy, która co prawda nie przynosi praktycznie żadnych innowacji do zastanego

³⁵⁰ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 77.

³⁵¹ Tamże, s.77 – 78. Por. podział postaw: G. Skąpska, Społeczne..., s. 23.

przez jednostkę porządku prawnego, nie mniej jednak pozwala to na jego sprawne funkcjonowanie.

Natomiast w sytuacji, gdy jednostka z jednej strony akceptuje daną normę prawną lecz jej nie uznaje a z drugiej strony zachodzi jej internalizacja lub internalizacja wartości antyprawnej, można mówić o postawie oportunistycznej. Postawa ta jak już wiadomo sprowadza się do czysto zewnętrznej akceptacji normy prawnej przy równoczesnej jej internalizacji ale w obawie przed konsekwencjami jej nieprzestrzegania. Niewątpliwie sytuacja ta ma związek z motywacją interesowną, w której główną rolę odgrywa sankcja. Chodzi tutaj zatem o postępowanie jednostki zgodne z prawem ale ze względu na gratyfikacje związane z przestrzeganiem prawa³⁵².

Opisana sytuacja najczęściej ma miejsce podczas wykonywania wszelakiego rodzaju pracy urzędniczej. Otóż urzędnicy ci, nie chcąc się narazić, np. na utratę pracy postępują zgodnie z narzuconym im normom, ale często wbrew własnym przekonaniom. Oczywiście dużą rolę w omawianej ocenie odgrywa grupa odniesienia, z którą wiąże się silna identyfikacja lub aprobata ze strony jednostki. W konsekwencji istnieje możliwość internalizacji normy, czy też wartości antyprawnej przez każdego z jej członków.

Współwystępowanie normy prawnej ze znanym już zjawiskiem internalizacji wiąże się z deklarowaniem postawy nonkonformistycznej o motywacji i uzasadnieniu zasadniczym i celowościowym przy równoczesnej internalizacji normy prawnej. Owa sytuacja dotyczyć będzie również ocen krytyczno – wartościujących moralnych o motywacji i uzasadnieniu zasadniczym, które nie posiadają moralnego charakteru. Przykładem dla pierwszego typu postaw mogą być członkowie subkultur buntu społecznego, którzy są poddawani procesowi resocjalizacji. Z kolei charakterystycznym przykładem dla oceny krytyczno – wartościującej pozbawionej motywacyjnego charakteru będzie ustosunkowanie się jednostek do konkretnego projektu ustawy. Tutaj z oczywistych względów może nastąpić zróżnicowanie ustosunkowania się do owego projektu prawników oraz osób, które nie są ekspertami w dziedzinie prawa. Jest to spowodowane różnicą w posiadanej przez owe grupy stricte prawniczej wiedzy, o której była już mowa w rozdziale dotyczącym znajomości prawa. Najwięcej kontrowersji budzi, np. ustawa o wprowadzeniu podatku liniowego, aborcji czy też ustawa o karze śmierci lub zaostrzeniu wymierzanych przez sąd kar

³⁵² K. Opałek, J. Wróblewski, *Zagadnienia...*, s. 157.

pozbawienia wolności lub zaostrzenia kar dla nieuczciwych przedsiębiorców. Nie stanowi również nowość problem wykorzystywania owych kontrowersyjnych projektów ustaw do manipulowania opinią publiczną przez konkretnych polityków, ugrupowania polityczne i partie rządowe.

Czwartą z możliwych relacji między postawą deklarowaną a uznawaną jest sytuacja, w której brak akceptacji normy prawnej przez jednostkę nie wiąże się z prawdopodobieństwem zastosowania wobec niej sankcji. Brak bowiem owej akceptacji w głównej mierze wynika z istnienia norm i wartości funkcjonujących systemów moralnych, religijnych, politycznych i in. W tym wypadku deklaracji oceny negatywnej towarzyszy internalizacja norm i wartości przeciwnych w stosunku do norm prawnych. Niewątpliwie omawiany typ wiąże się z negatywną oceną krytyczno – wartościującą zewnętrzną w stosunku do prawa. Nie ma tutaj większego znaczenia, czy jest to ocena o moralnym, czy też niemoralnym charakterze. Natomiast, sytuacja ta jest odpowiednia dla postawy nonkonformistycznej o motywacji i uzasadnieniu zasadniczym.

Wreszcie piąty i szósty typ obejmuje sytuacje, w których nie występuje internalizacja normy prawnej, co w konsekwencji prowadzi do możliwości wystąpienia przejawów oportunistu, konformizmu oraz nonkonformizmu. Ponadto „(...)owy typ obejmuje przypadki, kiedy jednostka deklaruje postawę legalistyczną, konformistyczną, nonkonformistyczną oraz krytyczno – wartościującą, uzasadniając ją w sposób zasadniczy, podczas gdy rzeczywiste motywy oceny noszą charakter instrumentalny w jednej z wyżej wymienionych wersji”³⁵³.

Reasumując powyższe układy relacji postaw do norm można stwierdzić, iż zjawisko internalizacji zachodzi jedynie w dwóch wyróżnionych typach, tj. akceptacji normy prawnej połączonej z jej uznaniem (typ pierwszy) oraz z postawą wyrażającą brak akceptacji normy ale współwystępującej z jej uznaniem (typ trzeci). Natomiast brak internalizacji widoczny jest w postawie, która co prawda akceptuje daną normę prawną ale jej nie uznaje (typ drugi) oraz w postawie charakteryzującej się również brakiem akceptacji normy i jej uznania ale jednocześnie zachodzi tutaj internalizacja norm i wartości antyprawnych (typ czwarty). Z kolei dwa ostatnie typy (typ piąty i szósty) zostały wyodrębnione ze względu na możliwość wystąpienia postawy nie wzbogaconej o internalizację.

³⁵³ A. Gryniuk, Świadomość..., s. 80.

Warto jeszcze wspomnieć o tym, iż według Anny Gryniuk literatura teoretyczno – prawna wychodząc z błędnego utożsamiania braku internalizacji normy z internalizacją normy czy wartości antyprawnej nie sprzyja dokładnej analizie oceny prawnej badanych jednostek. Ponadto – pisze dalej – „(...) prowadzą wszelkie klasyfikacje postaw wobec prawa jako jedynych możliwych podziałów ocen prawa. A przecież oceny nie wyczerpują się w pojęciu postawy. Z postawą wiążą się pewne oceny, ale mogą one mieć również być samoistny, bowiem oceniając normę prawną nie zawsze musimy mieć w stosunku do niej wyrobioną postawę”³⁵⁴.

W ramach teoretycznej analizy elementów świadomości prawnej zostały omówione trzy elementy składowe świadomości prawnej, tj. znajomość prawna, ocena prawa oraz postawy wobec prawa. W literaturze z zakresu socjologii prawa panuje powszechna zgodność co konieczności występowania owych komponentów, natomiast istnieją pewne kontrowersje odnośnie postulatów wobec prawa.

³⁵⁴ Tamże.

3.4. Postulaty wobec prawa

Postulaty wobec prawa, jak sama nazwa wskazuje dotyczą chęci, np. zmiany norm prawnych. Dążenie innowacyjne, twórcze mające na celu zapewnienie jednostce poprawy bytu, zwiększenia przysługujących jej uprawnień czy też stworzenie nowych. Wydaje się, iż nie byłoby błędem twierdzenie, iż postulaty wobec prawa pozostają w związku z postawą nonkonformistyczną, o której była już mowa. Dzięki bowiem takiej postawie (bez względu na rodzaj motywacji) możliwe jest powstanie reform obowiązującego prawa.

Nasuwa się jednak pytanie czy istnieje zależność między wysuwanyymi postulatami a znajomością prawa? Próba odpowiedzi na tak postawione pytanie stała się źródłem powstania dwóch przeciwstawnych stanowisk.

Pierwsze z nich reprezentowane jest przez Marię Borucką – Arctową, która zakłada, iż postulaty *de lege ferenda* są odrębnym elementem świadomości prawnej, bowiem nie mieszczą się w ocenie prawa. Według autorki jedynie osoby posiadające wyższy stopień świadomości prawnej, np. prawnicy mogą żądać modyfikacji czy też zmian obowiązującego prawa. Osoby, które nie posiadają wykształcenia prawniczego są w stanie jedynie dokonać oceny prawa a nie wysuwać adekwatnych i sensownych rozwiązań danego problemu prawniczego.

Drugie stanowisko, głoszące pogląd, iż postulaty wobec prawa są elementem składowym wobec prawa należy do Anny Gryniuk. Jej zdaniem, postulaty występują wówczas gdy ocena prawa zostanie oceniona negatywnie. Oznacza to, że postulaty wobec prawa są konsekwencją oceny dezaprobującej. Jest to konsekwencja braku możliwości oddzielenia postulatów od samego procesu wartościowania prawa³⁵⁵.

Z uwagi na powyższe zróżnicowanie poglądów odnośnie postulatów wobec prawa wydaje się, iż rozsądnie będzie przyjąć stanowisko pośrednie. Faktem jest bowiem, iż w ramach wcześniejszych analiz znajomości, ocen oraz postaw wobec prawa trudno głosić przekonanie o braku istnienia różnic elementów składowych specjalistów prawa od osób, które mogą mieć jedynie sporadyczny kontakt z prawem z uwagi na minimum rolowe, bądź z konieczności korzystania z prawa konsumenckiego przy, np. sporządzaniu umów. Jak wiadomo istnieje wiele czynników, które nasilają różnice w owych komponentach. Należą do nich przede wszystkim proces socjalizacji, wykształcenie, czy też grupa odniesienia. Zatem z

³⁵⁵ Zob. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia..., s. 184.

przyczyn często niezależnych od jednostki może ona posiadać zawężoną, ograniczoną do znajomości zasad prawnych a nie przepisów prawnych świadomość prawną. Nie oznacza to jednak, że jednostka nie będąca prawnikiem nie może wysuwać odpowiednich postulatów zmian określonych przepisów prawnych. Z drugiej jednak strony, zgodnie z koncepcją Marii Boruckiej – Arctowej jednostka, której znajomość prawa ogranicza się do zasad prawnych może mieć trudności w dokonaniu prawidłowej analizy normy prawnej by na jej podstawie zaproponować nowe rozwiązanie problemu.

W związku z powyższym warto się zastanowić na dokonaniu podziału postulatów głoszonych przez prawników i laików. Otóż postulaty wysuwane przez prawników w głównej mierze opierają się na wiedzy stricte prawniczej, natomiast postulaty głoszone przez laików są najczęściej zabarwione ładunkiem emocjonalnym. Nie mniej jednak zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku owy czwarty wyróżniony element winien wchodzić w skład świadomości prawnej. Jednostka bowiem, wyrażając postulaty wobec danej normy posiada pewien zakres wiedzy i oceny odnośnie prawa. Przykładem tutaj mogą być postulaty, np. kobiet o możliwość dokonywania legalnej aborcji, czy też postulaty konsumentów o umieszczaniu etykiet informujących o genetycznie modyfikowanej żywności.

W ramach podsumowania rozdziału poświęconemu omówieniu elementów składowych świadomości prawnej można powiedzieć, iż podstawowym jej składnikiem jest znajomość prawa. Wiedza o prawie jest bowiem tym elementem, bez którego nie można mówić o świadomości prawnej. Najczęściej wiedzy tej towarzyszy ocena prawa, która jest związana z procesem wartościowania. W konsekwencji wiedza i ocena stają się nieodłącznymi elementami postaw wobec prawa. Natomiast postulaty wobec prawa mogą się kształtować zarówno pod wpływem ocen z pominięciem postaw, jak i przez postawy wobec prawa.

Tytułem podsumowania należy podkreślić, iż w rozdziale tym zostały czynione starania poddania teoretycznej analizie zagadnienia świadomości prawnej. Oczywiście było w pierwszej kolejności odwołanie się do dorobku socjologii prawa, w której owa świadomość prawna znajduje się w centrum zainteresowania zarówno teoretycznego, jak i empirycznego. Nie powinien zatem dziwić fakt, iż przy omawianiu szczególnego rodzaju świadomości prawnej, jakim jest świadomość konsumencka zostanie w dalszej części pracy dokonana próba analogii wyróżnionych elementów składowych świadomości prawnej ze świadomością konsumencką. Tym bardziej, iż

stosunkowo często był już poruszany problem znajomości prawa przez konsumentów
lecz bez jego dokładnej analizy.

„Wszyscy z definicji jesteśmy konsumentami. Konsumentami stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej. Ale są oni jedyną ważną grupą, której zdanie nie jest często wysłuchane”.

J.F. Kennedy

Rozdział 4

Świadomość konsumentka jako forma świadomości prawnej

4.1. Człowiek jako źródło wolności i praw obywatelskich

Według Boecjusza człowiek jest istotą rozumną i odpowiedzialną za swoje czyny. Co więcej, dzięki rozumności posiada on możliwości poznania siebie i świata, a dzięki zdolności podejmowania decyzji może wybierać, stanowić oraz doskonalić zarówno siebie samego, jak i otaczający go świat. Człowiek jest zatem istotą rozumną, świadomą i odpowiedzialną zarówno za siebie, jak i innych. Ta właściwość jego bytu stanowi o jego godności, czyli o jego ontycznej i powinnościowej relacji do Absolutu, wspólnoty ludzkiej i porządku świata. Również Romano Guardini uważa, iż człowiek jako osoba posiada możliwości określenia samego siebie w działaniu, a nie tylko w dopasowywaniu się do warunków zewnętrznych; posiada więc zdolność do tworzenia sytuacji życiowych, a nie tylko do adaptacji do środowiska społecznego.

Filozofowie naturalną godność człowieka wiążą z jego rozumem, wolnością i zdolnością do afirmacji. Tutaj podstawową wartością jest człowiek a nie społeczeństwo. Społeczeństwo względem człowieka spełnia bowiem funkcję pomocniczą i ma obowiązek poszanowania godności ludzkiej i jej chronienia.

Prawa człowieka są obecnie jedną z dziedzin prawa konstytucyjnego i prawa

międzynarodowego. Międzynarodowa encyklopedia prawa publicznego podaje, iż „(...) Prawami człowieka są te wolności, środki ochrony oraz świadczenia, których respektowania właśnie jako praw, zgodnie ze współcześnie akceptowanymi wolnościami, wszyscy ludzie powinni móc domagać się od społeczeństwa, w którym żyją”³⁵⁶. Współczesny poziom rozwoju praw człowieka pozwala wyodrębnić:

- a) Prawa pierwszej generacji,
- b) Prawa drugiej generacji,
- c) Prawa trzeciej generacji.

Prawa pierwszej generacji obejmują prawa osobiste jednostek, mówiąc bardziej szczegółowo, obejmują prawa obywatelskie i prawa polityczne. Prawa te są konstytucyjnie zagwarantowane przez państwo. W odróżnieniu od praw człowieka, prawa obywatelskie są prawami o charakterze publicznym (dotyczą relacji między obywatelem a państwem). Dotyczy to prawa do życia, równość wobec prawa czy też prawo do uczestnictwa w życiu publicznym. Prawa drugiej generacji dotyczą prawa społecznego, gospodarczego i kulturalnego. Celem owych praw jest zabezpieczenie zarówno bytu materialnego jednostki, jak i zabezpieczenie praw do informacji i edukacji. Wreszcie prawo trzeciej generacji obejmuje prawo do demokracji i pokoju.

Sama idea praw człowieka narodziła się i rozwinęła w Europie, choć poszczególne wątki dotyczące omawianej kwestii można odnaleźć już w starożytności. W pierwszej kolejności należy wspomnieć o Kodeksie Hamurabiego w XVII p.n.e, w myśl którego władza jest po to, by chronić sprawiedliwości i strzec słabszych. Również greccy sofisci i stoicy głosili naturalną wolność i godność człowieka. Już w doktrynie ateńskiej demokracji (V wiek p.n.e.) widoczne są prawa wolności do słowa, wyboru, równość praw wobec obywateli ale z wyłączeniem kobiet, dzieci i niewolników.

Jednakże największy wkład w klarowanie się idei praw człowieka wniosło chrześcijaństwo (Talmud, Nowy Testament). Praktycznie cały Nowy Testament zawiera prawdy dotyczące godności, równości człowieka wobec innych oraz znaczenia pokoju między władzą a poddanymi. W Liście św. Pawła do Galatów czytamy: „Nie ma więcej ni Żyda, ni niewolnika, ni człowieka wolnego, ani

³⁵⁶ Encyclopedia of Public International Law, vol 8, Human Rights and the Individual Law, International Economics Relations, Amsterdam. New York, Oxford 1985, s. 268.

mężczyzny, ani kobiety, ponieważ wszyscy jesteście w Jezusie Chrystusie”, „ Bo wy do wolności zostaliście powołani, bracia.”

Kontynuatorem propagowania prawd objętych w Nowym Testamencie w średniowieczu był św. Tomasz z Akwinu, który w XIII w. w swojej, a jednocześnie chrześcijańskiej filozofii głosił, że praw człowiekowi nie nadaje władza, są one bowiem nieodłączne od natury człowieka nadanej mu przez Stwórcę. Normy tworzone więc przez władcę winny być zgodne z naturą, w przeciwnym razie tracą swą moc, są sprzeczne z podstawowymi prawami, a łamiący je jest tyranem. Trudno nie wspomnieć o panującym w Anglii Janie bez Ziemi, który zainicjował wydanie w 1215 roku Wielką Kartę Swobód (*The Great Charter*). Stała się ona podstawą swobód obywatelskich i konstytucyjnych ograniczeń władzy monarszej, głównie w dziedzinie skarbowej (nakładanie podatków za zgodą rady królestwa) i sądowej (zakaz więzienia lub karania bez wyroku sądowego).

W Polsce średniowiecznej na uwagę zasługuje sobór w Konstancji (1414 – 1418), podczas którego poruszono sprawy polityczne Polski. Paweł Włodkowic, ówczesny rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego, zaprezentował pogląd, iż wszystkie narodowości, nie wyłączając pogańskich, mają prawo do samorządności i życia w pokoju na ziemiach, które są ich własnością. Niewątpliwie jest to jedna z najwcześniejszych fundamentalnych myśli prawa międzynarodowego.

Renesans jest kolejną po średniowieczu epoką wnoszącą wkład w kształtowanie się obecnego obrazu praw człowieka. Teorie tego okresu obejmują prawa człowieka oparte na człowieku jako jednostce, której należą się uprawnienia wywodzące się nie z religii (średniowiecze) ale z praw naturalnych. To w tym okresie jako uzasadnieniem do należących się człowiekowi praw i przywilejów jest uwzględnienie praw naturalnych.

Dokonując analizy kształtowania się praw człowieka, koniecznym wydaje się wspomnieć o tak zwanej *umowie społecznej*, przy pomocy której ludzie tworzą narody i utrzymują porządek społeczny. Punktem dalszych analiz umowy społecznej jest *heurystyczna* analiza kondycji ludzkiej, określana jako *stan natury*. W podrozdziale 2.5. niniejszej pracy została już opisana doktryna prawa naturalnego. Warto przypomnieć, iż według prawa naturalnego funkcjonowanie społeczeństwa i ochrona praw jednostki wymaga powołania władzy publicznej, czyli państwa. Społeczeństwo zawiera umowę z państwem w zamian otrzymując ochronę praw

obywateli. Na skutek zawarcia umowy z państwem ludzie nie wyrzekają się praw naturalnych, uzyskują formalne gwarancje tych praw.

W Oświeceniu Karol, Ludwik Monteskiusz w *Listach perskich* (1721) skrytykował porządek panujący we Francji (przed rewolucją), traktując ustrój państwowy Anglii za wzór do naśladowania. Krytykując również poglądy Hobbes'a, uznał, iż prawo stanowione zostało ustanowione dla poskromienia dzikości natury. Według Monteskiusza, przy tworzeniu prawa należy brać pod uwagę naturalne uwarunkowania, które kształtują *ducha praw*. Wyróżnił on trzy formy państwa. Są to: despotia (zasadą rządzenia jest strach), monarchia (rządy odwołują się do honoru) oraz republika, która może mieć ustrój demokratyczny albo arystokratyczny.

Francuski filozof był przekonany, iż o jakości państwa stanowi gwarantowanie przez niego wolności obywateli poprzez ograniczenie jego władzy. Jest możliwe dzięki podziałowi władzy na władzę ustawodawczą, wykonawczą oraz sądowniczą. (*De l'esprit des lois*). Sądy powinny być całkowicie niezależne od władz państwowych. Wówczas sędziowie, nie obawiając się nacisków politycznych, mogliby wydawać sprawiedliwe wyroki. Monteskiusz zwrócił uwagę, iż tylko rozdzielenie sądów od państwa umożliwi obywatelowi dochodzeniu swoich praw.

W roku 1772 Jean Jackues Rousseau w dziele *Umowa społeczna* potraktował umowę społeczną (*le pacte social*) jako podstawę wolności i równości. Celem umowy jest przede wszystkim tworzenie prawa gwarantującego wolność i równość każdego człowieka. Jedną z jej głównych zasad jest prawo ogółu, aby za pomocą państwa dokonać nowego podziału własności. Rousseau odrzucał bowiem ideę prawa naturalnego. Przyznawał natomiast ogółowi prawo do przeprowadzania rewolucji totalnej w każdej dziedzinie życia jednostki czy grup społecznych.

W następnej kolejności mowa będzie o amerykańskim prawniku i trzecim prezydencie Stanów Zjednoczonych. Thomas Jefferson uchodzi za twórcę Amerykańskiej Deklaracji Niepodległości z 4 lipca 1776 roku. Deklaracja Niepodległości była pierwszym oświadczeniem na temat tego czym powinien być rząd. Jefferson w liście do Henry'ego Lee z 1825 roku podsumował jej rolę w następujących słowach: „Gdy więc Amerykanie zmuszeni zostali chwycić za broń dla naprawy krzywd, uznaliśmy za stosowne usprawiedliwić się przed trybunałem świata”.

W Polsce w epoce Oświecenia również nastąpiły przemiany mające na celu uznanie praw człowieka za najwyższe dobro. W dniu 3 maja 1791 roku została

uchwalona Konstytucja, a właściwie Ustawa Rządowa regulująca ustrój prawny Rzeczypospolitej Obojga Narodów. Konstytucja wprowadziła polityczne zrównanie mieszczan i szlachty oraz stawiała chłopów pod ochronę państwa (nadużycia pańszczyzny. Zniosła również *liberum veto*. Ponadto religia rzymskokatolicka stała się religią narodową, zapewniając pokój, wolność i opiekę innym wyznaniom. Hugo Kołłątaj pisał w *Prawie Politycznym Narodu Polskiego* z 1790 roku: „Nigdy, niezależnie od epoki, niezależnie od warunków, nie jest dozwolone gwałcić prawa człowieka ani odmawiać mu przywrócenia jego praw. Żaden kraj nie jest godny nazywać się wolnym, jeśli choć jeden członek zmuszony jest do niewoli. Żadne ustawodawstwo nie może przemilczeć praw człowieka, żadne społeczeństwo nie może poświęcać jednego człowieka dla innych. Rozumowanie, które by to umożliwiło, byłoby objawem strachu bądź niesprawiedliwości.”

Z końcem XVIII wieku została sformułowana liberalna koncepcja praw człowieka (prawo pierwszej generacji), której treść wyznaczają następujące założenia:

- każda jednostka jest podmiotem katalogu praw naturalnych- wolności, równości, własności,
- wolność jednostki ograniczają jedynie swobody innych i interesy egzystencji społeczności,
- prawa i swobody jednostki wyznaczają zakres władzy państwowej.

Wiek XIX jest wiekiem rozwoju społeczeństwa kapitalistycznego, tym samym tradycyjne koncepcje praw naturalnych stały się niewystarczające. Pomijały bowiem kwestię sfery socjalnej. Przecież rozwój kapitalizmu był wiekiem formułowania się partii politycznych oraz związków zawodowych. Z naturalnych przyczyn musiały zostać ustanowione przez państwo, między innymi, prawo do ubezpieczenia społecznego, do ochrony zdrowia, nauki (prawa drugiej generacji). Prawa te zobowiązują państwo do większego uczestnictwa w życiu obywateli, którzy przyjmują postawę roszczeniową wobec instytucji.

Po okresie rozwoju kapitalizmu nastął wiek XX, a wraz z nim zagrożenie praw człowieka (fasyzm, stalinizm). Dnia 24 października 1945 roku powstała uniwersalna organizacja międzynarodowa z siedzibą w Nowym Yorku (ONZ). Stawia sobie za cel zapewnienie pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego, rozwój współpracy między narodami oraz popieranie przestrzegania praw człowieka

(uznanie równości ras, płci, języków, wyznań). W ramach ONZ przystąpiono do kodyfikacji podstawowych praw i wolności. Pierwszym uchwalonym przez ONZ dokumentem stała się Powszechna Deklaracja Praw Człowieka z 10 grudnia 1948 roku w Paryżu. Na jej uchwaleniu zaważyły wydarzenia drugiej wojny światowej. Po ujawnieniu zbrodni nazistowskich Niemiec uznano, iż Karta Narodów Zjednoczonych jedynie ogólnie formułuje prawa człowieka, dlatego też na konferencji w San Francisco wysunięto utworzenie karty praw człowieka.

Na bazie deklaracji w 1966 roku uchwalono Międzynarodowe Pakty Praw Człowieka, które jako umowy międzynarodowe od początku obowiązywały wszystkie Państwa – Strony³⁵⁷. Deklaracja do dziś jest podstawą systemu ochrony praw człowieka ONZ.

Wraz z powstaniem w 1948 roku Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka rozwijały się regionalne systemy praw człowieka. W konsekwencji 5 maja 1949 roku powstała w Europie Zachodniej Rada Europy (podpisana przez dziesięć państw). W roku 1950 Rada Europy ustanowiła Europejską Konwencję Praw Człowieka

W systemie Rady Europy powstały również Europejska Karta Społeczna, Europejska konwencja o zapobieganiu torturom oraz niehumanicznemu lub poniżającemu traktowaniu albo karaniu, Konwencja o ochronie praw człowieka i godności osoby ludzkiej wobec zastosowań biologii i medycyny, Europejska konwencja o wykonywaniu praw dziecka. W ramach wspólnot europejskich obecnie – Unii Europejskiej powstała w 2000 r. Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej.

Oczywiście wraz z rozwojem społeczeństw i świata nie przestaje się na utartych prawdach co do praw człowieka, wprowadza się coraz to nowe pojęcia na potrzeby cywilizacji. W ten sposób ukształtowały się prawa czwartej generacji, regulowane tylko przez prawo międzynarodowe (prawo do obywatelstwa)

W ramach podsumowania ogólnej analizy kształtowania się praw człowieka nasuwa się myśl, iż prawa te mają charakter ewolucyjny, podobnie zresztą jak system prawny. Nieustanny rozwój cywilizacji, techniki, informacji czy też medycyny wymusza do ustanawiania coraz nowszych praw związanych chociażby z aborcją, klonowaniem, eutanazją i tym podobne³⁵⁸.

³⁵⁷ Zob. www.wikipedia.pl

³⁵⁸ Zob. T. Jasudowicz, Bioetyka a prawa człowieka: wybór materiałów międzynarodowych. Comer, Toruń 1997. W. Bołoz, Bioetyka i prawa człowieka. Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stanisława Wyszyńskiego, 2007. J.E. Kapelańska, Klonowanie człowieka i embrionalne komórki macierzyste w świetle prawa międzynarodowego i porównawczego. Adam Marszałek, Toruń 2006.

W przedstawionej klasyfikacji praw człowieka należy jeszcze umieścić prawa konsumenta. Przejdźmy zatem do próby wyjaśnienia pojęcia konsument XXI wieku, spróbujmy udzielić odpowiedzi na pytania: jaki rodzaj świadomości prawnej (aktywny, pasywny) posiada konsument, jaką wykazuje postawę oraz czy jedynie wykształcenie prawnicze decyduje o znajomości przysługujących mu praw?

Konsument w ujęciu socjologicznym

Problematyka związana z konsumentem, jego prawami i zachowaniami znajduje się w centrum zainteresowania nie tylko przedstawicieli nauk ekonomicznych³⁵⁹ ale również socjologicznych, prawniczych i filozoficznych.

Ogólnie rzecz ujmując, socjologia będąca nauką o społeczeństwie i grupach społecznych oraz zachodzących między nimi stosunkach, dostarcza wiedzy między innymi, z zakresu wpływu, jaki wywiera na postępowanie konsumenta klasa społeczna, grupa, rodzina, czy grupa odniesienia. Owe uzależnienie postępowania jednostki (o którym była już mowa) jako konsumenta ma duże znaczenie w procesie kształtowania się świadomości prawnej, która z kolei stanowi źródło powstania konkretnych obrazów konsumenta zwanych również jako stereotypami konsumenta.

Użyteczną dla socjologicznego rozumienia pojęcia „konsument” listę owych stereotypów stworzyli Yianmis Gabriel oraz Tim Lang³⁶⁰. Składa się na nią dziewięć różnych obrazów konsumenta, są to:

- a) konsument jako wyborca,
- b) konsument jako nadawca komunikatu,
- c) konsument jako odkrywca,
- d) konsument jako poszukiwacz tożsamości,
- e) konsument jako hedonista/artysta,
- f) konsument jako ofiara,
- g) konsument jako rebeliant,
- h) konsument jako aktywista,
- i) konsument jako obywatel.

Konsument postrzegany jako wyborca kieruje się w swym postępowaniu racjonalizmem i staje się najlepszym orędownikiem własnych interesów. Oznacza to, iż odnoszą korzyści z posiadania maksymalnego możliwego wyboru oraz dostępu do obiektywnych informacji, na których mogą go oprzeć.

³⁵⁹ Ekonomia próbuje przede wszystkim ustalić w jaki sposób konsument użytkuje posiadane zasoby, jak ocenia alternatywne środki zaspokojenia potrzeb i w jaki sposób podejmuje decyzje w celu zmaksymalizowania satysfakcji.

³⁶⁰ Y. Gabriel, T. Lang, *The Unmanageable Consumer: contemporary consumption and its fragmentation*. Sage in Londyn, 1995, s. 27 – 186.

Konsument będący nadawcą komunikatu z jednej strony przekazuje zarówno innym, jak i sobie samym symboliczne komunikaty ukryte w przedmiotach. Dzięki temu jednostka ma możliwość dostarczania informacji na temat swojego stylu życia i tożsamości. Zaprzecza się w ten sposób instrumentalności, tzn. konsument nie kupuje nigdy rzeczy, które są zwyczajnie użyteczne.

Powodowany wiecznie niezaspokojoną ciekawością, odkrywca wciąż poszukuje nowych wrażeń. Tutaj główną aktywnością konsumenta jest poszukiwanie tzw. okazji i przecen pewnych produktów. Często w takich sytuacjach tego typu konsumenci są szczególnie narażeni na manipulacje ze strony sprzedawców, którzy świadomie ograniczają suwerenność kupującego.

Budowanie własnej tożsamości stanowi życiowy i wymagający samoświadomości projekt. Jest ona płynna, potencjalnie niestabilna i zależna od kontekstu. Mówiąc za Alanem Aldridge: „Wizerunek można kupić, a narracje najzwyczajniej w świecie zmyślić, ale co z szacunkiem i poczuciem własnej wartości? Czy nie interesuje nas rozróżnienie pomiędzy ludźmi godnymi i niegodnymi zaufania i czy nie dotyczy ono także nas samych?”³⁶¹. Zdaniem Gabriela i Langa poszukujący tożsamości konsument przedstawiany jest jako postać samotna i permanentnie złąkniona.

Przeciwieństwem powyższego obrazu zagubionego konsumenta jest konsument określany mianem hedonisty. W podejściu tym kładzie się przede wszystkim nacisk na przyjemności płynące z kupowania. Warto podkreślić, iż tradycyjny hedonizm implikował bogactwo, wystawność i wielość pochodzących od zmysłów fizycznych przyjemności, nowoczesna odmiana hedonizmu poszukuje przyjemności nie w towarzyszących doznaniom emocjach, ale w samych doznaniach. Życie jest w pełni zestetyzowane a konsument stał się pewnym rodzajem artysty. Tradycyjni hedoniści oddawali się terażniejszości – współcześni odkładają gratyfikację w czasie w oczekiwaniu na intensywniejsze przyjemności w przyszłości.

Szósty z wyróżnionych obrazów konsumenta określa go mianem ofiary. Określenie to budzi pewne kontrowersje pomiędzy ekonomistami a socjologami i antropologami. Ci pierwsi postrzegają konsumenta jako podmiot suwerenny. Socjologowie i antropolodzy z kolei odrzucają „suwerenność” jako etnocentryczny, ideologiczny konstrukt. Jest to jednak zaledwie frazes, mówiący iż konsument nie jest naiwniakiem – jednak nawet jeśli tak jest, to również mądry ludzie również mogą

³⁶¹ A. Aldridge, *Konsumpcja*. Wydawnictwo *Sic!*, Warszawa 2006, s. 20 – 21.

stać się ofiarami. Zdarza się bowiem, iż również intelektualiści wykazują nadmierną łatwowierność³⁶². Co więcej obraz konsumenta jako ofiary jest niezgodny z teorią racjonalnego wyboru, która jest obiektem badań i teoretycznych rozważań ekonomistów. Otóż teoria racjonalnego wyboru pochwała raczej sukcesy niż porażki i przejawia tendencję do obwiniania ofiary, jak chociażby w przypadku zasady *caveat emptor* (niech kupujący ma się na baczności). Ofiary są z tej perspektywy potępiane za naiwność oraz, że nie powinny z tej racji otrzymywać żadnej rekompensaty.

Konsument jako rebeliant używa masowych produktów w sposób wywrotowy i ikonoklasyzyczny. Są to jednostki, które swym postępowaniem, np. niszcząc masowe rynkowe produkty, pragną wyrazić sprzeciw wobec utowarowieniu. W skrajnych przypadkach można nawet mówić o wojnie z międzynarodowymi korporacjami.

Aktywność konsumentencka przejawia się przede wszystkim w grupach nacisku i ruchach społecznych deklarujących się jako obrońcy interesów konsumentów. Tego typu konsument pozostaje w ścisłym związku z zasadą funkcjonowania tzw. konsumeryzmu, o którym będzie jeszcze mowa.

Wreszcie ostatni z wyróżnionych obrazów konsumenta stanowi źródło debat na temat, czy konsumeryzm jest jedynym sposobem utwierdzenia się konsumenta w przekonaniu o tym, iż jest on obywatelem, czy raczej obie te kategorie są ze sobą sprzeczne. Otóż twierdzenie, iż obywatele są określane jako konsumenci przyczynia się do zaniku politycznego zaangażowania. Obywatelstwo bowiem, predysponuje jednostkę do posiadania przez nią społecznych, ekonomicznych oraz politycznych praw ale również ponoszą odpowiedzialność i mają obowiązki. Konsumenci natomiast posiadają minimalne prawa konsumentenckie oraz wątpliwą ochronę ze strony prawodawcy. Ponadto obywatele, w odróżnieniu od konsumentów, podejmują wspólnie działania dla poprawy bytu i funkcjonowania społeczeństwa, podczas gdy konsumenci angażują się jedynie w celu ulepszenia własnego losu. Kolejną różnicą jest działalność konsumenta w sferze prywatnej, a obywatela – w sferze publicznej.

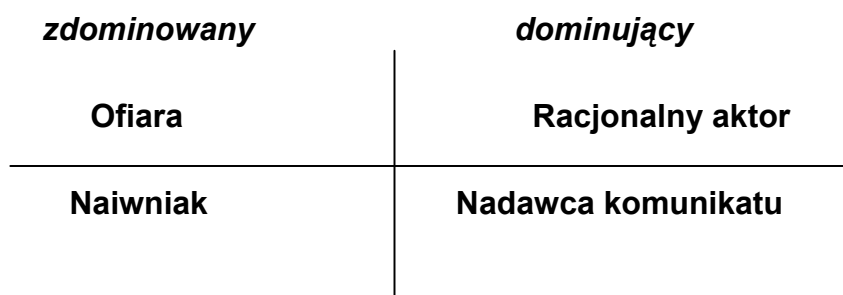
Zatem obywatelstwo nie jest jednym z aspektów konsumeryzmu, ale jego antytezą. Przeciwny argument głosi, iż jeżeli jednostka posiada pewne prawa jako konsument dóbr i usług to wzmacnia jego poczucie bycia obywatelem. Obywatele pozbawieni praw konsumentenckich pozostawieni są na łasce prywatnych przedsiębiorstw, biurokracji sektora publicznego i silnych grup zawodowych.

³⁶² Tamże, s. 22.

Niewątpliwie instytucje te mogą utrzymywać, iż działają w interesie zwykłych obywateli, ale może to być sprzeczne z odczuciami samych klientów³⁶³.

Przedstawienie powyższej analizy listy konsumentów Gabriel'a i Lang'a miało na celu przybliżenie znaczenia pojęcia „konsument”, który jak się okazało może przybierać wiele znaczeń. Należy jednak podkreślić, iż nie może być ona traktowana jako pełna klasyfikacja czy też typologia konsumentów. Jest to przede wszystkim klasyfikacja obrazów konsumentów, a nie ich samych. Jak nietrudno zauważyć zawiera ona dziewięć wzajemnie wykluczających się wizerunków konsumenta, które jednakże można pogrupować. Otóż aktywizm i rebelia łączą się ze sobą, odkrywanie jest subkategorią wyboru, a poszukiwanie tożsamości stanowi formę komunikacji, tyle że sobą samym.

W konsekwencji można raczej mówić nie o dziewięciu tylko o czterech głównych typach konsumentów, tj. konsument jako ofiara, naiwniak, racjonalny aktor oraz nadawca komunikatu (Rys. 2).



Rys.2. Klasyfikacja obrazów konsumenta. Opracowanie własne na podstawie A. Aldridge, *Konsumpcja. Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2006.*

Pozioma oś na rysunku 2. reprezentuje obiektywny wymiar władzy, przeciwstawiając dwie kategorie konsumentów: dominujących oraz zdominowanych. Do pierwszej grupy zalicza się racjonalnych aktorów oraz nadawców komunikatów, natomiast do grupy konsumentów zdominowanych należą ofiary oraz naiwniaki. Należy tutaj podkreślić, iż celem przyjęcia powyższej klasyfikacji Alan'a Aldrige'a nie jest analiza orientacji jednostki na konsumpcję lecz określenie podmiotu

³⁶³ Y. Gabriel, T. Lang, *The Unmanageable...*, s. 173 – 185.

świadomości prawnej³⁶⁴, a dokładniej mówiąc, wyodrębnienie podmiotu świadomości konsumenckiej. Warto zatem przejść do ich omówienia.

Zgodnie z tym, co zostało już powiedziane na temat sporu poglądów ekonomistów z socjologami i antropologami, nie ma zgodności co do istoty znaczenia „racjonalny konsument”. Ekonomia jako dyscyplina opiera się na założeniu, iż konsumenci dbający o własne interesy wykazują się racjonalnym podejmowaniem decyzji, a więc takim w którym brak jest miejsca na spontaniczność. Człowiek ekonomiczny (*homo oeconomicus*) nieustannie kalkuluje a jego zachowanie oscyluje między egoizmem i snobizmem. Ów paradygmat odrzuca podejście mówiące, iż konsumenci są naiwniakami.

Cztery z dziewięciu omówionych obrazów konsumenta, które zostały wyszczególnione przez Gabriel’a oraz Lang’a, tj. nadawca komunikatu, poszukiwacz tożsamości, hedonista/artysta oraz rebeliant stanowią, według Alan’a Aldridge’a, w rzeczywistości jedynie wariacje na temat pojęcia konsumenta jako nadawcy komunikatu³⁶⁵. W tym wymiarze jednostka przekazuje za pomocą symboli informacje na temat swojego stylu życia i tożsamości.

W odróżnieniu od omówionych konsumentów istnieją również tzw. ofiary, które dokonują niewłaściwych wyborów, czy też podejmują nieodpowiednie decyzje. Jak nietrudno się domyślić, jest to konsekwencja braku obiektywnych informacji, irracjonalnego zachowania lub też są ofiarami oszustw, np. ze strony sprzedawcy. Stąd bierze się potrzeba ochrony praw konsumentów, w której dużą rolę odgrywają pewne organizacje, stowarzyszenia, federacje konsumentów.

Wreszcie ostatnim z czterech wyróżnionych rodzajem konsumenta jest tzw. naiwniak. Ogólnie można powiedzieć, iż konsument – naiwniak jest szczególnie podatny na wszelkiego rodzaju manipulacje ze strony sprzedawców, reklam czy tzw. etykiet informacyjnych. Owa manipulacja przejawia się nie tylko w komunikowaniu przez kontrahenta walorów danego towaru ale również na decyzje konsumenta wpływa otoczenie, miejsce w którym dokonuje on ewentualnego zakupu. Niewątpliwie najbardziej podatną grupą na manipulację są dzieci oraz osoby starsze.

Zjawisko wspomnianej manipulacji pozostaje w sprzeczności z zasadą suwerenności konsumenta, którą można rozumieć jako niezależność konsumenta w wyborach rynkowych, podejmowaniu decyzji zakupu, swobodzie kształtowania

³⁶⁴ Zob. podrozdz. 2.6.

³⁶⁵ Zob. A. Aldridge. Konsumpcja, s. 29.

struktur konsumpcji, wolności postrzegania sygnałów marketingowych i reakcji na te sygnały.

Podobnie zresztą Tadeusz Sztucki twierdzi, iż „suwerenność zapewnia swoboda dokonywania wyboru i podejmowania decyzji zakupu dowolnego produktu czy usługi, od dowolnego dostawcy i sprzedawcy, w dowolnym czasie i miejscu, ograniczona jedynie przez posiadane środki pieniężne. Suwerenność nabywcy występuje jedynie na rynku nabywcy w konkurencyjnej gospodarce rynkowej dzięki stałej przewadze podaży nad popytem”³⁶⁶.

Powyższe definicje sugerują, iż konsument jako podmiot świadomości konsumenckiej posiada wiele praw w podejmowaniu decyzji nabycia określonego towaru. Jednakże pojawia się problem dotyczący tego, czy jest on tych praw świadomy oraz czy rzeczywiście jest tak, iż dokonując określonego zakupu sprzedawca osłabia jego suwerenność w procesie nabywczym.

Powyższa egzemplifikacja pojęcia konsumenta w ujęciu socjologicznym wskazuje na jego wieloaspektowość i niejednoznaczność. Koniecznym wydaje się zatem analiza omawianego pojęcia ale w ujęciu obowiązującego prawa. Trudno bowiem mówić o ochronie praw konsumenta i świadomości prawnej konsumentów bez ich odniesienia do obowiązujących przepisów i norm prawa³⁶⁷.

³⁶⁶ T. Sztucki, Encyklopedia marketingu. Agencja Wydawnicza Placet. Warszawa 1998, s. 318.

³⁶⁷ Zob. podrozdz. 3.1.1.

Konsument w ujęciu prawniczym

W języku potocznym za konsumenta uważa się nabywcę towarów na własny użytek³⁶⁸. Takiej ujmowanie pojęcia „konsument” jest bardzo ogólne, nieprecyzyjne i nie do przyjęcia w języku prawniczym. Dookreślenie owego pojęcia jest niezbędne z punktu widzenia szczególnego rodzaju ochrony.

Definicja pojęcia „konsument” znajduje się w art. 22¹ k.c., zgodnie z którym za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej nie związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Niejako dopełnieniem owego rozumienia pojęcia stanowi art.1 ust. 1 u. sp. kons.(ustawa sprzedaży konsumenckiej).

Przepisy tej ustawy stosuje się „do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą”. O ile w art. 22¹ kodeksu cywilnego, ustawodawca uważa za konsumenta osobę fizyczną dokonującą tej czynności w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą czy zawodową, o tyle art. 1 ust. 1 u. sp. kons. nie wprowadza wymagania bezpośredniego związku nabywanej rzeczy z działalnością gospodarczą czy zawodową. Jakkolwiek związek dokonywanej czynności eliminuje kupującego z zakresu ochrony przyznanej przez ustawę.

Oznacza to, że „nie definicja konsumenta zawarta w kodeksie cywilnym, ale autonomiczna definicja stworzona na potrzeby ustawy o sprzedaży konsumenckiej ma decydujące znaczenie”.³⁶⁹ W pierwszym przypadku można ewentualnie mówić o konsumencie w szerokim tego słowa znaczeniu (konsument sensu largo), w drugim o konsumencie w znaczeniu ścisłym, właściwym (konsument sensu stricto) lub krótko o konsumencie³⁷⁰.

Na marginesie niniejszych rozważań należy wspomnieć, iż prawo w Unii Europejskiej ogranicza ochronę konsumenta do osób fizycznych występujących w umowach zawieranych dla celów niegospodarczych. Za konsumenta uważa się w nim bowiem osobę prywatną, która ze względu na charakter transakcji nie działa z

³⁶⁸ Zob. Słownik wyrazów obcych. PWN, Warszawa 1980, s. 383.

³⁶⁹ Zob. M. Olczyk, Sprzedaż konsumencka. Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa 2006, s. 12 – 13.

³⁷⁰ J. Kufel (red.), Ochrona prawna konsumenta w uregulowaniach publicznoprawnych. AE., Poznań 1998, Zeszyt 263,s. 13.

tytułu swej działalności zawodowej lub gospodarczej. Wynika stąd, iż konsumentem jest wyłącznie osoba fizyczna, która zabiega o towary lub usługi z racji swych potrzeb osobistych lub rodzinnych. Skoro obowiązkiem polskim jest (wynikającym z art. 69 układu europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między Polską a Wspólnotą Europejską i ich członkami) jest dążenie do harmonizowania i zbliżania prawa polskiego z prawem europejskim, to stąd dodatkowo jeszcze wypływa potrzeba prawnej ochrony konsumenta³⁷¹.

W Unii Europejskiej przyjmuje się wzorzec konsumenta starannego, krytycznego, potrafiącego decydować o własnej konsumpcji. Z kolei w Polsce wzorzec ten znacznie odbiega od standardów ukształtowanych w tym zakresie w Unii Europejskiej. Otóż, według Roberta Stefanickiego przeważa tutaj „(...)model konsumenta nieposiadającego niezbędnej wiedzy i orientacji rynkowej, a w związku z tym nierozważnego, mało krytycznego, łatwo poddającego się wszelkim formom reklamowych manipulacji. Nie świadczy to jednak źle o polskim konsumencie, ale o niedostatku polityki informacyjno – edukacyjnej, do jakiej zobowiązane są władze publiczne”³⁷².

Nie ulega wątpliwości, iż świadomość przysługujących praw konsumentowi (zarówno w ujęciu socjologicznym, jak i prawniczym) pozostaje w ścisłym związku z jego świadomością prawną, która w tym przypadku dotyczyć będzie świadomości prawnej z zakresu prawa konsumenckiego.

³⁷¹ Tamże.

³⁷² R. Stefanicki, Sprzedaż konsumencka w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. *Monitor Prawniczy* 7/2004, s. 313.

4.2. Świadomość konsumencka jako forma świadomości prawnej

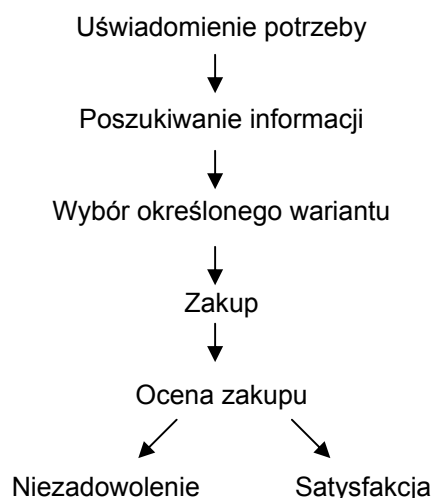
W ramach tego, co zostało już powiedziane na temat świadomości stricte prawniczej oraz jej elementów składowych³⁷³ można dokonać pewnej analogii ze świadomością konsumencką. Czym bowiem byłaby świadomość przysługujących praw jednostce przy braku wiedzy, znajomości elementarnych norm, przepisów prawa konsumenckiego oraz oceny, postaw i ewentualnie postulatów konsumenta wobec owych przepisów?

Wydaje się, iż chcąc mówić o świadomości konsumenckiej jako formy świadomości prawnej (jej elementach składowych) korzystnym będzie w pierwszej kolejności odwołanie się do procesu decyzyjnego konsumenta, który pozostaje w ścisłym związku z zachowaniem (a więc także z postawami) oraz pełnionymi przez niego rolami. Dzięki temu omawiany problem zyska na swej przejrzystości. Ponadto zachowania konsumenta w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru stanowiąc będą integralną część niniejszego rozdziału.

³⁷³ Zob. rozdz.3.

Etapy procesu decyzyjnego konsumenta

Zachowania rynkowe konsumentów składają się z szeregu decyzji³⁷⁴, które dotyczą celu (celów) działań na rynku konsumenta, sposobów działania, doboru środków osiągania tych celów, bądź jednoczesnego wyboru celów i środków działania. Podjęcie przez konsumenta decyzji o zakupie danego dobra lub usługi na rynku, wbrew pozorom, nie jest czynnością natychmiastową i jednoetapową. Jest to proces, który składa się z kilku etapów (Rys 3.).



Rys. 3. Etapy procesu decyzyjnego konsumenta. Opracowanie własne na podstawie S. Smyczek, I. Sowa, Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Difin, Warszawa 2005.

Pierwszy etap, który rozpoczyna proces podejmowania decyzji zakupu pozostaje w ścisłym związku z uświadomieniem sobie potrzeby. Uczucie to występuje wówczas gdy konsument spostrzega pewną rozbieżność między idealnym a aktualnym stanem rzeczy. Zatem odczuwanie potrzeby to odczuwanie stanu napięcia między tym, co konsument posiada i użytkuje, a tym, co chciałby posiadać i użytkować. Jest to swego rodzaju dysproporcja między stanem aktualnym a idealnym. Charakterystycznym dla potrzeb konsumenckich jest ich przede wszystkim ekonomiczny charakter i stanowi podstawową różnicę w stosunku do innych potrzeb

³⁷⁴ Decyzja jest to dokonywany przez podejmującego decyzję (decydenta) wolny wybór przyszłego zachowania (spośród zachowań możliwych), w szczególności wybór, spośród co najmniej dwóch wariantów działania, jednego wariantu, według którego będzie postępował decydent i (lub) wykonawca decyzji.

człowieka, o czym była zresztą mowa przy omawianiu postawy oceniającej laików³⁷⁵. Należy tutaj jedynie podkreślić, iż każda potrzeba może być zaspokojona przez różne dobra i usługi, a zarazem każde z tych dóbr i usług może zaspokajać wiele różnych potrzeb równocześnie. Poza tym, w odróżnieniu od wspomnianej hierarchii potrzeb, gdzie musi być zachowana kolejność w ich zaspokojeniu, w przypadku potrzeb konsumpcyjnych taka hierarchia nie istnieje. Intensywność bowiem każdej potrzeby jest zmienna i zależy od stopnia zaspokojenia innych potrzeb, i to w najrozmaitszy sposób: zaspokojenie jednej może wywołać drugą, bez czego ta ostatnia nie pojawiłaby się, może dalej wzmacniać jej intensywność albo też osłabiać lub uniemożliwiać jej pojawienie się. Wreszcie częściowe zaspokojenie jednej może powodować następnie pojawienie się jej stale w nieodłącznym towarzystwie drugiej³⁷⁶.

Drugim etapem procesu decyzyjnego konsumenta jest poszukiwanie informacji, czy też możliwości, które zapewnią jednostce zaspokojenie odczuwanej potrzeby. Każda bowiem potrzeba może zostać zaspokojona w różny sposób. Odczuwając określoną potrzebę konsumenci zastanawiają się, co może ją zaspokoić. W tej fazie, co jest istotne, jednostka jest niezwykle wrażliwa na docierające informacje, które mogą docierać z różnych źródeł. Jak nietrudno się domyślić, konsument wykorzystuje zdobyte informacje ze źródeł formalnych, takich jak, np. radio, telewizję, dzienniki, czasopisma, itp. oraz informacje ze źródeł nieformalnych, czyli takich które pochodzą od rad znajomych, rodziny, sprzedawców, itp. Niewątpliwie skuteczność oddziaływania poszczególnych środków przekazu na psychikę jednostki zależy od jego wrażliwości percepcyjnej. Mówiąc inaczej, jeśli potrzeba ma charakter podstawowy, to każda okazja zostanie wykorzystana aby ją zaspokoić, natomiast jeśli potrzeba ma charakter wyższego rzędu, to jednostka może pozostawać przez dłuższy czas bez jej zaspokojenia. Należy podkreślić, iż w większości przypadków rozpoznawanie sposobów zaspokojenia potrzeb odbywa się wyłącznie lub przede wszystkim dzięki wykorzystaniu własnego doświadczenia. Dotyczy to zwłaszcza dóbr lub usług, które są często nabywane. Niezależnie jednak od charakteru nabywanego dobra korzystanie z własnego doświadczenia następuje

³⁷⁵ Zob. podrozdz. 3.3.3.

³⁷⁶ E. Wiszniewski, *Ekonomika konsumpcji*. PWN Warszawa 1983, s. 98.

przede wszystkim wtedy, gdy konsumenci są zadowoleni z dotychczasowych zakupów³⁷⁷.

Konsument mając zgromadzone informacje o sposobach zaspokojenia potrzeby dokonuje wyboru określonego wariantu działania. Etap ten polega na kalkulacji dotyczącej strat i korzyści wynikających z przyjmowania jednej możliwości, a odrzucania drugiej. Pamiętać jednak należy, iż na tym etapie konsumenci mogą przypisywać różną wagę do poszczególnych cech. I tak, jedni konsumenci będą szczególnie wrażliwi na cenę, inni będą przywiązywać większą wagę do jakości, a jeszcze inni do prestiżu danej marki. Istnieje również możliwość pojawienia się takiej sytuacji, w której konsument może dojść do przekonania, iż żaden z środków nie zaspokoi jego potrzeby. Wówczas jednostka może rozpocząć poszukiwanie dodatkowych informacji o produktach, co oznacza cofnięcie się do drugiego etapu podejmowania decyzji.

Następnym etapem omawianego procesu jest podjęcie ostatecznej decyzji o zakupie danego dobra lub usługi. Z decyzją kupna związane jest również występowanie pewnego rodzaju ryzyka. Może to być ryzyko funkcjonalne, finansowe, społeczne oraz psychologiczne.

- 1) Ryzyko funkcjonalne – występuje wówczas, gdy produkt nie spełnia funkcji, które były oczekiwane przez konsumenta
- 2) Ryzyko finansowe – występuje wówczas gdy produkt nie jest swojej ceny
- 3) Ryzyko fizyczne – dotyczy bezpieczeństwa konsumenta i jego otoczenia w trakcie użytkowania
- 4) Ryzyko społeczne – wynika z funkcjonowania konsumenta jako jednostki w danej zbiorowości
- 5) Ryzyko psychologiczne – wynikające z obawy konsumenta czy wybrany produkt dorówna jego ego³⁷⁸.

Należy dodać, iż konsument jest pod wpływem wyłącznie tego rodzaju ryzyka, które jest w stanie zidentyfikować. W przeciwnym razie, ryzyko w wyborach rynkowych nie istnieje.

Decyzja zakupu jest co prawda ostatecznym aktem kończącym proces wartościowania, jednakże nie jest to ostatni etap w procesie decyzyjnym konsumenta

³⁷⁷ L. Garbarski, *Zachowania nabywców*. PWE, Warszawa 1994, s. 65.

³⁷⁸ S. Smyczek, I. Sowa, *Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje*. Dyfin, s. 166.

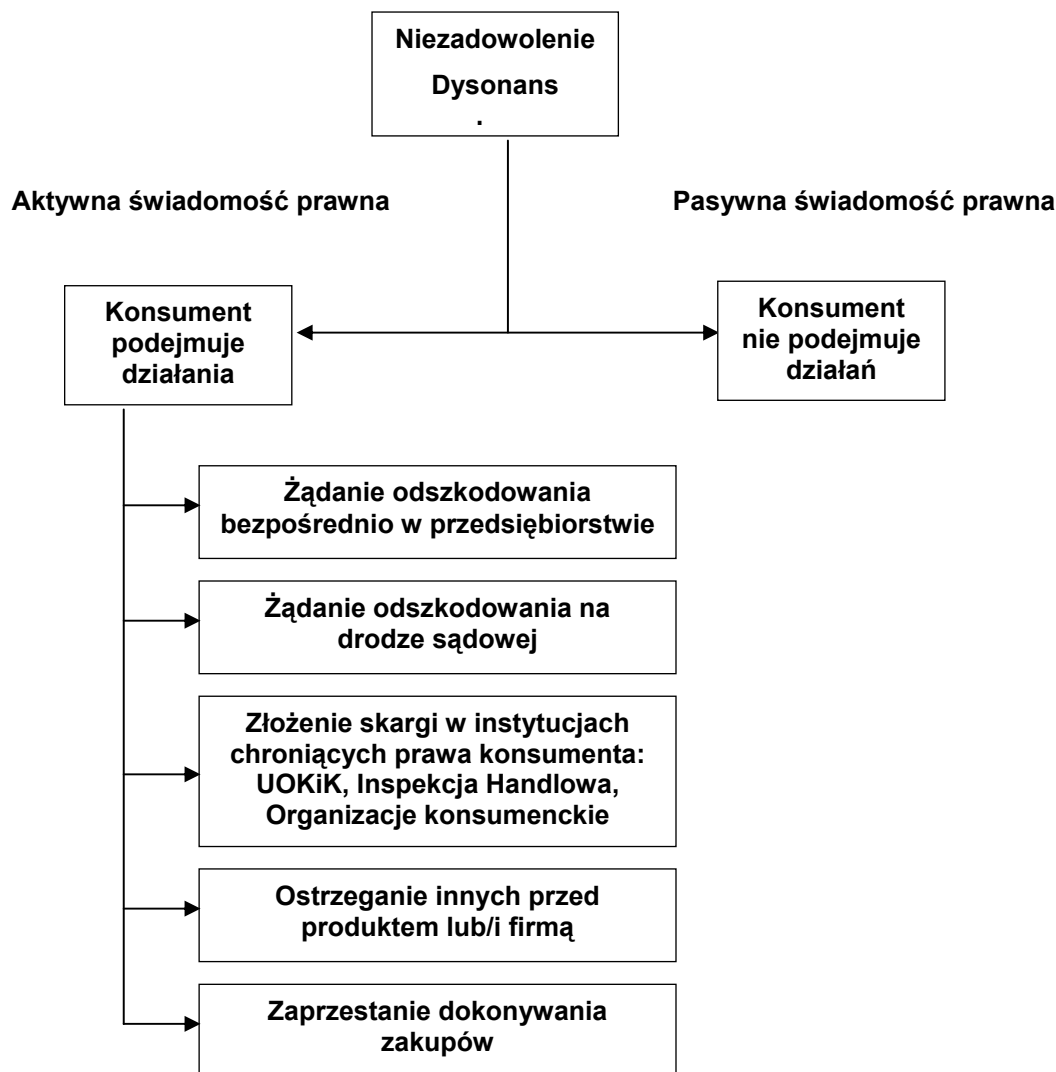
na rynku. Otóż należy mieć świadomość wystąpienia konkretnych zachowań po dokonaniu zakupu danego towaru lub usługi. Mowa tu o odczuciu zadowolenia, satysfakcji lub niezadowolenia konsumenta.

Nawiązując do wstępnych informacji niniejszego rozdziału przede wszystkim ostatni element procesu decyzyjnego, tj. odczucia satysfakcji lub niezadowolenia po dokonaniu zakupu wydaje się być najbardziej interesujący dla potrzeb niniejszej pracy. Dzięki niemu możliwe będzie nawiązanie do elementów składowych świadomości prawnej, a w szczególności znajomości prawa, postawy i zachowania się konsumenta.

Zadowolenie konsumenta z zakupu danego produktu jest funkcją zbieżności między jego oczekiwaniami a postrzeganym funkcjonowaniem danego produktu. Przeciwnością owego stanu jest natomiast niezadowolenie. Bez względu jednak na rodzaj z wyróżnionych stanów, każdy z nich wywołuje określone reakcje mające wpływ zarówno na obecne zachowanie konsumenta, jak i na postępowanie w przyszłości przy podejmowaniu przez niego podobnych decyzji. Istnieje duże prawdopodobieństwo, iż konsument zadowolony z nabytego towaru powtórzy jego zakup w sytuacji ponownego pojawienia się potrzeby. Co więcej, w wielu przypadkach, dzięki mechanizmowi uczenia się, może doprowadzić to do wytworzenia się pewnego schematu postępowania, przejawiającego się w decyzjach rutynowych³⁷⁹.

Nasuwa się jednak pytanie odnośnie zachowania się konsumenta w sytuacji negatywnych odczuć związanych z kupnem danego towaru czy usług. Czy posiadany przez niego zasób informacji, wiedzy czy też znajomości norm na temat przysługujących mu praw, jako konsumentowi pozostaje w związku z jego konkretnym działaniem? Rysunek 4 przedstawia warianty zachowania się konsumenta w przypadku niezadowolenia i uczucia dysonansu pozakupowego w wyniku zawarcia umowy sprzedaży.

³⁷⁹ Por. S. Gajewski, *Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1994, s. 165.



Rys. 4. Warianty zachowania się konsumenta w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. Opracowanie własne na podstawie L. Nowak, Pozaekonomiczne determinanty zachowań nabywców. WAE, Poznań 1995, s. 84.

W sytuacji, w której konsument odczuwa niezadowolenie z zakupu danego towaru może wykazywać się dwoma rodzajami świadomości prawnej, a ściślej mówiąc, świadomości konsumenckiej. Może to być świadomość aktywna lub

pasywną, która zgodnie z wcześniej przedstawioną koncepcją Leona Petrażyckiego³⁸⁰ może być używana jako synonim motywacji.

Według Petrażyckiego prawna świadomość aktywna (motywacja zasadnicza) zachęca i sankcjonuje postępowanie jednostki, zmierzających do urzeczywistnienia jej praw. Ujawnia się tam, gdzie jednostka jest przekonana o posiadanych przez siebie uprawnieniach przy jednoczesnym obarczaniu innych konkretnymi obowiązkami. Adaptując owe dywagacje można uznać, iż konsument który w przypadku niezadowolenia podejmuje konkretne działania w celu zmniejszenia dysonansu pozakupowego posiada aktywną świadomość prawną z zakresu przysługujących mu praw konsumenckich. Jednakże czym jest wspomniany dysonans pozakupowy?

³⁸⁰ Zob. podrozdz. 2.1.

Dysonans pozakupowy a znajomość prawa

Koncepcja dysonansu pozakupowego (*postpurchase dissonance*) wywodzi się z teorii tzw. dysonansu poznawczego (*cognitive dissonance*) sformułowanego przez Leona Festingera³⁸¹. Przyjął on założenie, iż ludzie odczuwają potrzebę wewnętrznej harmonii (konsonansu) między ich postawami, przekonaniami i wartościami. W przypadku istnienia niezgodności pomiędzy przynajmniej dwoma elementami tego układu powstaje sytuacja przykrego napięcia wewnętrznego (dysonansu).

Ponieważ, dysonans działa jak kara, naturalną rzeczą jest dążenie do jego usunięcia lub zmniejszenia owego przykrego stanu i przywrócenia harmonii (równowagi). Z tego też powodu jednostki starają się unikać sytuacji, które wywołują lub mogą wywołać dysonans. Są to reakcje często nieuświadomione, które przejawiają się, między innymi, poprzez selektywną percepcję nowych informacji oraz przewartościowanie już informacji już posiadanych w taki sposób, aby te z nich, które wytwarzają dysonans uznać za mniej ważne.

Przykładowo osoby lubiące słodkie ignorują ostrzeżenia lekarzy przed nadmiernym spożyciem węglowodanów.

Teoria dysonansu poznawczego znalazła wkrótce zastosowanie w wyjaśnieniu niektórych aspektów zachowania się konsumenta, zwłaszcza jego zachowania po dokonaniu zakupu. Zgodnie z tą koncepcją, większość zakupów (z oczywistym wyjątkiem zakupów rutynowych) wywołuje u konsumentów pewien niepokój co do słuszności podjętej decyzji. Niepokój ten oraz zwątpienie (dysonans pozakupowy) występuje w sytuacji, gdy konsument dokonał wyboru spośród produktów posiadających zarówno pozytywne, jak i negatywne cechy. W takiej sytuacji wybrana alternatywa ma pewne wady, a równocześnie alternatywa odrzucona posiada pewne cechy pozytywne.

Wspomniane negatywne cechy zakupionego towaru i dodatnie cechy towaru nie zakupionego powodują w konsekwencji właśnie dysonans pozakupowy.

Warto tutaj dodać, iż na prawdopodobieństwo wystąpienia dysonansu pozakupowego, jak i na jego intensywność wywierają wpływ następujące czynniki:

- 1) Ważność decyzji pod względem ekonomicznym lub psychologicznym dla konsumenta – im decyzja ważniejsza, tym większa możliwość wystąpienia dysonansu.

³⁸¹ Analiza dysonansu poznawczego L. Festingera została omówiona w rozdz.3.2.

- 2) Stopień nieodwracalności decyzji – im łatwiej zmienić decyzję (np. oddać towar do sklepu), tym mniejsze prawdopodobieństwo wystąpienia dysonansu.
- 3) Złożoność decyzji. Decyzje bardziej złożone (gdy trudniej dokonać wyboru) wywołują większy dysonans. Jest to konsekwencją: a) liczby rozważanych alternatyw, b) liczby istotnych cech związanych z każdą alternatywą, c) podobieństwa alternatyw. Innymi słowy im większa liczba produktów, im bardziej są one do siebie podobne i im więcej cech obejmują tym dysonans jest intensywniejszy.
- 4) Liczba pozytywnych cech spostrzeganych w odrzuconych produktach i /lub liczba cech negatywnych w zakupionym produkcie. W miarę wzrostu tej liczby zwiększa się szansa wystąpienia dysonansu.
- 5) Okres jaki upłynął od podjęcia decyzji. W miarę upływu czasu zmniejsza się dysonans, co związane jest ze zjawiskiem zapominania.
- 6) Trwałość postaw – decyzja, która narusza silną postawę, wywołuje silniejszy dysonans aniżeli decyzja, która narusza słabsze przekonanie.
- 7) Wysilek i czas niezbędny do dokonania zakupu – w miarę wzrostu wysiłku zwiększa się dysonans, jeśli towar nie spełni oczekiwań nabywcy.
- 8) Skłonność jednostki do przeżywania niepokoju – im wyższa taka skłonność, tym większe prawdopodobieństwo wystąpienia dysonansu poznawczego³⁸².

Konsument odczuwający dysonans pozakupowy będzie dążyć do jego usunięcia lub zredukowania. Wyrazić się to może w następujących formach zachowania. Otóż może on oddać produkt do sklepu, aby w ten sposób usunąć przyczynę dysonansu, może pozbyć się zakupionego towaru poprzez jego odsprzedaż, ofiarowanie go innej osobie lub jego odrzucenie

Konsument ma możliwość redukcji doznanego dysonansu poprzez dokonanie przewartościowania danego towaru, uwypuklając jego pozytywne cechy. Wreszcie może poszukiwać dodatkowych informacji o pozytywnych cechach zakupionego produktu i jednocześnie unikać informacji mogących zwiększyć dysonans lub poprzez całkowitą zmianę własnego zachowania³⁸³.

³⁸² S. Gajewski, *Zachowanie...*, s. 166 – 167.

³⁸³ Tamże, s. 167-168.

Jak nietrudno zauważyć powyższa analiza dysonansu pozakupowego oraz sposoby jego redukowania mają psychologiczny charakter. Jednakże z rys. 4 wynika, iż jednostka może podejmować również bardziej instytucjonalne działania, takie jak żądanie odszkodowania bezpośrednio w przedsiębiorstwie, żądanie odszkodowania na drodze sądowej, czy też poprzez złożenie skargi w odpowiednich instytucjach.

Nie ulega wątpliwości, iż konsument chcąc skutecznie podjąć działania w celu uzyskania rekompensaty przy użyciu przysługujących mu zewnętrznych możliwości, np. za pośrednictwem polubownych sądów konsumenckich winien posiadać pewien zakres wiedzy z prawa (tutaj konsumenckiego). Oczywiście nie jest to wymóg konieczny ale w znacznym stopniu przyspiesza uruchomienie procedury postępowania sądowego, czy też otrzymanie zadośćuczynienia ze strony sprzedawcy.

Problematyka znajomości prawa³⁸⁴ wiąże się ściśle z zagadnieniem informacyjnego działania prawa, w tym również prawa konsumenckiego. W ramach przypomnienia warto wspomnieć przede wszystkim o hipotezie F. Studnickiego, w której autor przyjmuje, iż jednostka posiada wiedzę z zakresu prawa, jeśli dysponuje trzema rodzajami informacji, tj. a) podstawowymi, b) niezbędnymi z uwagi na pełnione role społeczne, tzw. minimum rolowe, c) potrzebnymi do podejmowania decyzji.

Oznacza to, iż jednostka odczuwająca niepokój wywołany dysonansem pozakupowym przy posiadaniu chociażby niewielkiej znajomości przysługujących jej praw nie pozostanie bierna w poprawie swej sytuacji. W konsekwencji następuje zamiana pozycji konsumenta z ofiary lub naiwniaka na pozycję konsumenta racjonalnego (rys.2).

W tym miejscu powstaje problem odnośnie istoty edukacji konsumenta oraz sposobów zdobywania podstawowych informacji o prawie konsumenckim.

Edukacja konsumenta stanowi integralny element polityki konsumenckiej. Jednym z jej głównych celów jest zapewnienie konsumentom pełnej, rzetelnej, obiektywnej informacji umożliwiającej powstanie warunków rozwoju i pogłębiania znajomości prawa konsumenckiego.

³⁸⁴ Zob. podrozdz. 3.1.

W strategii polityki prawa³⁸⁵, w tym także polityki konsumenckiej podkreślano, iż duża odpowiedzialność za informacje oraz edukację konsumencką pozostaje w gestii władz krajowych.

Rząd przywiązuje coraz większą wagę do problemu ochrony konsumentów i skutecznego egzekwowania ich praw. Realizację przedsięwzięć umożliwiających wykreowanie w Polsce świadomej polityki konsumenckiej, logicznie wkomponowanej w całość polityki ekonomicznej państwa, rząd rozpoczął we wrześniu 1998r, przyjęciem dokumentów pt. *Rządowa polityka konsumencka na lata 1998 – 1999*, następnie dokumentów pt. *Rządowa polityka konsumencka na lata 2002 – 2003*, *Strategia polityki konsumenckiej na lata 2004 – 2006*, przedstawionych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów³⁸⁶.

Edukacja konsumenta jest to działalność informacyjno – doradcza dotycząca racjonalizacji potrzeb, sposobów ich zaspakajania, zakupów oraz procesów związanych z wykorzystaniem i użytkowaniem posiadanych zasobów konsumpcyjnych. Celem owej edukacji jest nie tylko aktywne oddziaływanie na motyw i postawy konsumentów we wszystkich fazach procesu decyzyjnego, ale także uświadomienie konsumentom ich praw i obowiązków. Wiedza ta ma pomóc w kształtowaniu ich postaw³⁸⁷ i nabraniu doświadczenia do wykształcenia optymalnych wzorców zachowań na rynku, tak aby dokonany przez konsumenta wybór chronił jego interesy ekonomiczne, zdrowie i bezpieczeństwo.

Prawo do edukacji konsumenckiej jest jednym z niezbywalnych praw przysługujących konsumentowi a nabyta wiedza z jednej strony chroni konsumenta przed dokonaniem nieudanego zakupu, z drugiej strony stanowi narzędzie samoobrony. Pełna i szeroka informacja o produkcie, jak i przepisach prawnych jest niezbędna, aby konsument mógł dokonać racjonalnego i trafnego wyboru podejmowanych działań w przypadku odczucia np. dysonansu pozakupowego.

Niewątpliwie proces edukacji konsumenta pozostaje w związku z wyrażanymi przez niego potrzebami³⁸⁸ i możliwościami dokonywania zakupów. Istnieje bowiem

³⁸⁵ Zob. podrozdz. 3.1.1.

³⁸⁶ A. Dąbrowska, M. Janoś – Kresło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 143.

³⁸⁷ Zob. podrozdz. 3.3.

³⁸⁸ O hierarchii potrzeb była już mowa w rozdz. 3.3.3.

wiele możliwości zawierania umów sprzedaży, tj. począwszy od umów w krajach UE a na umowach zawieranych przez internet kończąc³⁸⁹

Czasem w literaturze przedmiotu spotyka się teorie głoszące, iż „budowanie świadomości konsumenckiej powinno się zaczynać od kształcenia producentów/ dostawców w zakresie wymagań stawianych przez prawo i dotyczących przepisów dopuszczających produkty do obrotu oraz obowiązków producenta w zakresie odpowiedzialności za bezpieczeństwo i jakość produktów. Edukacja samych zaś konsumentów powinna zaś być ostatni ogniwem w łańcuchu producent/ dostawca – handel – organizacje konsumenckie – konsument”³⁹⁰. Pogląd ten oddaje istotę zasady, która brzmi: „jeden świadomy producent to tysiąc zadowolonych konsumentów”. Należy jednak zauważyć, iż w warunkach polskich stwierdzenie to ma charakter idealistyczny i znacznie odbiega od smutnej rzeczywistości, w której polski konsument nie jest równorzędnym partnerem na rynku, a zważywszy na skalę i obszary naruszeń jego interesów potrzebne są szeroko zakrojone działania edukacyjne, o których będzie jeszcze mowa.

Zatem odczuwany przez konsumenta dysonans uruchamia jeden z dwóch rodzajów świadomości prawnej, tj. aktywnej oraz pasywnej. W przypadku świadomości aktywnej konsumenta o przysługujących mu prawach, zachodzi większe prawdopodobieństwo zadośćuczynienia za poniesione szkody z tytułu niezgodności zakupionego towaru z zawartą umową sprzedaży. Jednakże, zanim konsument ma możliwość ubiegania się o swoje prawa musi w pierwszej kolejności zdobyć chociażby podstawowe informacje z zakresu prawa konsumenckiego lub mieć świadomość istnienia organizacji, stowarzyszeń czy też instytucji, które w dość dużym stopniu stanowią dla niego źródło cennych informacji. Współpracują one ze środkami masowego przekazu, co z kolei gwarantuje systematyczne przekazywanie społeczeństwu istotnych informacji. Można nawet zaryzykować stwierdzeniem, iż bez ich działalności zmiana postaw społecznych odpowiednio do przemian zachodzących na rynku będzie niemożliwa.

Informacja i edukacja konsumencka stanowią podstawę do ochrony praw konsumenta a wszelkie rozwiązania zarówno prawne, jak i instytucjonalne działają

³⁸⁹ Zob. aneks 2.

³⁹⁰ M. Strużycki, Jak rozwinąć świadomość konsumencką w Polsce, tezy do dyskusji na konferencję nt. „Świadomość konsumencka i ochrona konsumentów – doświadczenia fińskie a polskie perspektywy”. Warszawa, 23 – 24. 05. 2002.

tylko w takim zakresie, w jakim zaistnieją w świadomości konsumentów. W kontekście poruszonej problematyki edukacji trudno nie zgodzić się z poglądem E. Ostrowskiej, *iż konsument zaczyna być aktywnym poszukiwaczem informacji dopiero wówczas, gdy jego interes został silnie naruszony*³⁹¹.

Jednakże czy jedynie owa znajomość przepisów wpływa na zachowanie, postawy, postulaty oraz ewentualnie oceny prawa konsumenta? Jakie są inne źródła, determinanty powstania aktywnej świadomości prawnej konsumenta?

³⁹¹ Zob. A. Dąbrowska, M. Janoś – Kresło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja...*, s. 146. Por. K. Kuśmierczyk, B. Modzelewska, *Edukacja konsumenta. Cele, kierunki, formy i środki*. Instytut Handlu Wewnętrznego i Usług. Warszawa 1980, s. 21i nast.

4.3. Socjologiczne determinanty zachowania konsumenta

Wpływ grupy społecznej na świadomość prawną konsumenta

Dotychczasowe rozważania na temat świadomości konsumenckiej koncentrowały się głównie wokół znajomości prawa konsumenckiego oraz edukacji konsumentów w zakresie przysługujących im praw oraz instytucji, które prawa te chronią. Jednakże konsumenci są istotami społecznymi a podejmowane przez nich działania są determinowane również silnym wpływem z zewnątrz, tj. wpływem innych osób. Aktywna świadomość prawną konsumentów może zatem wynikać nie tylko ze znajomości konkretnych praw lecz także z naśladownictwa zachowania innych konsumentów. Należy jednak zaznaczyć, iż wpływy te mogą pochodzić zarówno z różnorodnych grup społecznych, jak i ze strony poszczególnych jednostek.

W literaturze przedmiotu pojęcie grupy społecznej jest definiowane jako zbiór ludzi wchodzących ze sobą w jakiś typ kontaktu, aby osiągnąć określone cele o charakterze indywidualnym lub zbiorowym. Wspólnym mianownikiem dla wszystkich członków grupy jest więź psychiczna, wyrażająca się we wspólnym układzie przekonań, norm, wartości, które są podstawowymi regulatorami zachowania.

Pojęcie „grupy” jest węższe od pojęcia „zbiór ludzi”, poza jej obrębem pozostają bowiem rozmaite zbiorowości jednostek, które przypadkowo znalazły się w fizycznym sąsiedztwie. Oznacza to, iż grupy społecznej nie będą stanowić, np. wszyscy ludzie przebywający w Polubownym Sądzie Konsumenckim, pomimo iż są oni połączeni w danym momencie wspólnym celem, którym jest rozstrzygnięcie sporu, np. między konsumentem a sprzedawcą. Ponadto grupy społeczne można klasyfikować na podstawie różnorodnych kryteriów. Najczęściej spotykanym podziałem jest podział na grupy dobrowolne i niedobrowolne, pierwotne i wtórne oraz formalne i nieformalne.

Grupy dobrowolne są to grupy, do których jednostka przystępuje na podstawie własnej decyzji (stowarzyszenia, federacje konsumentów). Natomiast przynależność do grup niedobrowolnych wynika z tytułu urodzenia (rodzina, naród) lub postanowień prawnych (np. strony pokrzywdzone w wydanym orzeczeniu sądowym).

Kolejną kategorią wyróżnionych grup to grupy pierwotne, które obejmują swym zasięgiem rodzinę, kolegów z pracy, klasę szkolną itp. Oznacza to, iż tego typu grupy obok wspólnie wyznawanych norm i wartości swych członków, muszą spełniać dodatkowe wartości, którymi są 1) ścisłe więzy personalne, 2) bezpośredni kontakt

wchodzących w jej skład osobników, 3) spontaniczne zachowanie się wobec innych członków grupy. W odróżnieniu, grupy wtórne to, np. partie polityczne, związki zawodowe które obejmują z reguły pewną liczbę grup pierwotnych.

Przedstawiony podział grup na grupy pierwotne i wtórne pozostaje w pewnym związku z kolejnym rodzajem grup, jakim są grypy formalne i nieformalne. Otóż grupa formalna, jak sama nazwa wskazuje, powstaje jeśli posiada ściśle określoną strukturę oraz wyraźny podział ról na prezesa, skarbnika, księgowego, członka itd. Ponadto grupa ta posiada statut i wyszczególnione cele (np. realizacja zadań z zakresu ochrony konsumentów, występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów itd.). Jeśli natomiast spotkania członków grupy mają luźny, nieformalny charakter są charakterystyczne dla grupy nieformalnej.

Bez względu na rodzaj grupy społecznej umożliwia konsumentowi osiągnięcie pewnych celów. Owe cele stając się czynnikiem wiążącym poszczególne jednostki umożliwiają ich identyfikację. Oczywiście można dokonać podziału na cele podstawowe oraz drugorzędne. Przykładowo, podstawowym celem Stowarzyszenia Konsumentów Polskich (SKP) jest rozwijanie świadomości konsumentów w zakresie posiadanego przez nich prawa do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia, informacji, edukacji i reprezentacji, jak również ochrony interesów ekonomicznych i prawnych³⁹². Natomiast celem drugorzędnym może być nawiązanie kontaktów z innymi o podobnych zainteresowaniach.

Oczywistym jest, iż każdy konsument może jednocześnie przynależeć do wielu grup społecznych. Otóż będąc członkiem rodziny może równocześnie pracować w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) i przynależeć do SKP, albowiem każda z tych grup zaspakaja inne jego potrzeby.

Podobnie jak w przypadku omówionych wcześniej postaw oceniających prawników oraz „laików”³⁹³ również tutaj grupa odniesienia stanowi ważne źródło informacji dla konsumenta.

Przeważnie wyróżnia się trzy główne rodzaje grup odniesienia: komparatywna, statusowa oraz normatywna. Komparatywna grupa odniesienia, to taka grupa, na podstawie której konsument porównuje i ocenia własne zachowanie. Stanowi ona zatem bazę dla oceny przekonań, postaw, wartości i wzorów postępowania bez konieczności osobistych kontaktów danej jednostki z członkami owej grupy.

³⁹² Statut Stowarzyszenia Konsumentów Polskich (www.skp.pl).

³⁹³ Zob. podrozdziały 3.3.2 oraz 3.3.3.

Statusowa grupa odniesienia jest grupą, w obrębie której konsument poszukuje akceptacji i wyraża chęć bycia jej członkiem. W takim przypadku grupa statusowa staje się grupą aspiracyjną. W skład owej grupy mogą wchodzić członkowie, którzy nie znają się osobiście lecz pośrednio, poprzez środki masowego przekazu, np. prawnicy, politycy czy też urzędnicy, np. UOKiK. Otóż konsument „laik”, który nie posiada wiedzy z zakresu prawa konsumenckiego może odczuwać chęć poznania owej wiedzy. Grupa aspiracyjna, w skład której wchodzi konsument posiadający większy lub mniejszy zakres wiedzy na temat prawa konsumenckiego, staje się tym bardziej atrakcyjna dla przeciętnego konsumenta jeśli doznał on przykrości i rozczarowania w wyniku niepowodzenia w dochodzeniu swoich praw.

Przeciwieństwem grupy aspiracyjnej jest grupa negatywna, czyli grupa, w której obowiązujące postawy, normy i wzory zachowania są odrzucane i z którą jednostka nie chce być w żadnym przypadku identyfikowana³⁹⁴.

Wreszcie normatywna grupa odniesienia jest grupą, której wartości, normy i standardy są przyjmowane przez jednostkę w celu oceny różnorodnych zjawisk świata zewnętrznego.

Koncepcja grup odniesienia ma poważne znaczenie dla niniejszej pracy. Można nawet zaryzykować stwierdzeniem, iż grupy te w dużym stopniu wpływają na prawną świadomość konsumentów, a tym samym na proces decyzyjny. Konsument zwyczajnie naśladuje sposób postępowania innych osób. Oczywiście pożądanym byłby stan, w którym zachowanie jednostki wyrażałoby się w aktywnym domaganiu się własnych praw. Jednakże mogą zaistnieć takie sytuacje, w których jednostka, będąc pod wpływem oddziaływania grupy odniesienia (np. rodzina), która nie wykazuje żadnej inicjatywy w celu zmiany uczucia niezadowolenia z dokonanego zakupu, przyczynia się do tego, iż konsument pozostaje bierny w swym działaniu. Prowadzić to może do powstania stereotypów i uprzedzeń w stosunku do wymiaru sprawiedliwości oraz skuteczności instytucji i organizacji działających na rzecz ochrony praw konsumenta³⁹⁵.

Zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku grupa odniesienia przekazuje konsumentowi określone wzorce zachowania. Oznacza to, iż „inni” pełnią rolę nadawcy komunikatu, w jaki sposób winien się on zachować.

³⁹⁴ Por. T.M. Newcomb, Kształtowanie postaw jako funkcja grup odniesienia, w: A. Malewski (red.), Zagadnienia psychologii społecznej. PWN, Warszawa 1962, s. 103.

³⁹⁵ Zob. podrozdz. 1.3.

Wpływ mechanizmu naśladownictwa na świadomość prawną konsumenta

Grupy społeczne dostarczają jednostce różnorodnych wzorców postępowania, które może ona uznać za własne i godne naśladowania. Zjawisko to zachodzi w wyniku kontaktów z innymi ludźmi, poprzez które jednostka uświadamia sobie różnice między własnym postępowaniem a zachowaniem członków grupy, do której aspiruje lub której wartości i normy podziela. Dotyczy to również procesu kształtowania się świadomości konsumenckiej. Zdobywanie informacji o prawie konsumenckim od osób, które są dla jednostki wiarygodne, a przede wszystkim realizowanie identycznego lub zbliżonego sposobu działania na rzecz ochrony własnych praw stanowi istotę omawianego problemu w ujęciu świadomości konsumenckiej.

Naśladowanie wynika w wielu przypadkach nie tylko z chęci upodobnienia się do członków innych grup, np. poprzez przyjęcie sposobów postępowania z nieuczciwym sprzedawcą ale również może być wyrazem konformistycznej tendencji bycia takim samym jak inni we własnej grupie społecznej. Warunkiem koniecznym wystąpienia tendencji postępowania według jakiegoś wzorca jest istnienie modeli czy wzorów uważanych przez imitatorów za atrakcyjne, cieszące się prestiżem społecznym. Podkreślić przy tym trzeba, iż jednostka może również naśladować zachowanie osób nie tylko tych, które szanuje i darzy prestiżem, ale i tych, których się obawia lub którym zazdrości.

Zjawisko naśladownictwa społecznego można więc określić jako dążenie do upodobnienia się pod pewnym względem (lub całkowicie) do określonego modelu. Ponadto naśladownictwo może być procesem świadomego upodobnienia się do celem uzyskania prestiżu i pozytywnej oceny społecznej³⁹⁶.

Mechanizm naśladownictwa, jak nietrudno się domyślić, najczęściej jest wyzwalany przez motyw nagrody zewnętrznej, którą stanowi pozytywna ocena społeczna. Uzyskanie takiej oceny sprzyja z kolei utrwalaniu pewnych wzorów postępowania. Oznacza to, że jeżeli konsument skutecznie dochodził swoich praw i zyskał aprobatę i pochwałę ze strony mniej lub bardziej znanych mu osób prawdopodobnie będzie on wykazywać tendencję do naśladowania również i innych

³⁹⁶ Zob. S. Gajewski, *Zachowanie...*, s. 107.

elementów zachowań, np. dokładnego czytania zawieranych umów (nie tylko umów sprzedaży).

Istnieje kilka rodzajów klasyfikacji procesu naśladownictwa. Otóż można wyróżnić: a) kopiowanie czyli pełne odtwarzanie naśladowanego wzoru, które polega na identycznym do modelu zachowaniu się konsumenta, b) modelowanie (adaptacja), które polega na odtwarzaniu intencji naśladowującego modela, c) naśladowanie bezpośrednie czyli konsument naśladuje zachowania osób, pozostających z nim w bezpośrednim kontakcie, d) naśladowanie pośrednie, które dotyczy naśladowania jednostek znanych za pośrednictwem środków masowego przekazu. Należy zasygnalizować, iż terminy „kopiowanie” oraz „modelowanie” w literaturze używa się na ogół zamiennie, albowiem trudno jest dokonać pełnego między nimi rozróżnienia. Wydaje się, iż zjawiska te można rozpatrywać na pewnym kontinuum, w ramach którego na jednym krańcu znajdują się zachowania identyczne, imitujące wzorców w sposób kompleksowy, a na drugim krańcu zachowania adaptacyjne nie powiązanych ze sobą elementów³⁹⁷.

Istotnym jest również zakres naśladownictwa, które można rozpatrywać w dwóch płaszczyznach, tj. przedmiotowej oraz podmiotowej. W pierwszym przypadku istnieje możliwość uzyskania odpowiedzi na pytanie „co” (jakie wzory, style zachowań ludzie naśladują), w drugim – „kogo” (jakie grupy społeczne lub jednostki są naśladowane przez konkretnego konsumenta).

Przy analizie podmiotowego zakresu naśladownictwa należy mieć na uwadze to, iż proces naśladownictwa może występować w obrębie tej samej grupy społecznej (naśladownictwo wewnątrzgrupowe) oraz między różnymi grupami (naśladownictwo międzygrupowe łącznie ze zjawiskiem naśladownictwa międzynarodowego)³⁹⁸.

Niewątpliwie interesującym jest zjawisko naśladownictwa wewnątrzgrupowego, które należy wiązać z konformistyczną tendencją podporządkowania się normom i standardom obowiązującym w grupie. Konsekwencją owego zjawiska jest ujednoczenie wzorów zachowań w obrębie danej zbiorowości. Jednakże błędem byłoby twierdzenie, iż owo ujednoczenie prowadzi do całkowitej unifikacji i ograniczeniu wolnej woli konsumentów przez daną grupę społeczną. Oczywiście jest bowiem, iż w obrębie każdej społeczności istnieje grupa

³⁹⁷ Tamże, s. 109.

³⁹⁸ Tamże.

konsumentów, która nie chce w pełni podporządkować się obowiązującym normom i zachowań w sytuacji zawierania umowy sprzedaży. Swoją indywidualność i swobodę decyzji może okazywać poprzez szczegółową rozmowę ze sprzedawcą odnośnie, np. warunków gwarancji czy odstąpienia od umowy.

W przypadku naśladownictwa międzygrupowego szczególnego znaczenia nabiera naśladownictwo na płaszczyźnie międzynarodowej, któremu sprzyja rozwój łączności i postęp w sposobie przekazywania informacji. Ogromną rolę ogrywa tutaj coraz łatwiejszy dostęp do internetu, który dla większości konsumentów stanowi główne źródło wiedzy prawniczej. Przykładem mogą być międzynarodowe fora dyskusyjne na temat ochrony praw konsumenta.

Proces naśladownictwa jest stymulowany przez oddziaływanie tzw. liderów, tj. osób, które ze względu na zajmowane stanowisko, wiedzę i prestiż stanowią dla konsumenta indywidualny wzorzec do naśladowania. W tym przypadku liderzy pełnią rolę ekspertów, których rady i doświadczenie mogą służyć jednostce za wzór postępowania. Nie można wykluczyć, iż owym liderem może być dla konsumenta rodzina, a dokładniej mówiąc współmałżonek, rodzic, rodzeństwo, itp.

Wpływ grup odniesienia na świadomość prawną konsumenta

Mówiąc o socjologicznych determinantach powstania aktywnej świadomości prawnej konsumenta trudno nie wspomnieć o podstawowej, pierwotnej grupie społecznej jaką jest rodzina. Na czym polega jej istota? Otóż rodzinę można scharakteryzować jako grupę złożoną z osób połączonych jednym z dwu typów stosunków społecznych, tj. stosunkiem małżeństwa i stosunkiem rodzice – dzieci. Co więcej, stosunki te są określane zarówno przez siły wewnętrzne, do których zalicza się osobiste potrzeby człowieka, jego dążenia i popędy, uczucie miłości, przywiązania i szacunku, jak i formy kontroli zewnętrznej, a więc prawo, obyczaj, tradycję czy nakazy i normy religijne³⁹⁹.

Zatem, pod wpływem rodziny kształtują się najwcześniejsze postawy i sposoby zachowań, które dopiero później modyfikowane są poprzez własne doświadczenia lub wpływ innych grup społecznych. Celem jej istnienia jest spełnianie podstawowych funkcji: a) prokreacyjnej, b) wychowania dzieci, c) socjalizacyjnej, d) ekonomicznej.

Każda z tych czterech funkcji rodziny wpływa na zachowanie się konsumenta na rynku, a więc także wpływa na jego świadomość prawną. Przykładowo, popęd seksualny i związana z tym funkcja prokreacyjna wyraża się nie tylko w zakupie środków farmakologicznych ale również zauważa się wpływ seksu na zachowanie się konsumenta w takich branżach, jak odzieżowa czy kosmetyczna. Oznacza to, iż w każdej z tych sytuacji konsument dokonując zakupu zawiera ze sprzedawcą umowę sprzedaży. Znacznie silniejszy wpływ na świadomość prawną wywiera wychowanie i socjalizacja⁴⁰⁰ młodych konsumentów. Rodzina bowiem wpaja jednostce nie tylko obowiązujące normy, tradycję ale również przekazuje umiejętności i wiedzę teoretyczną z zakresu prawa. Wreszcie funkcja ekonomiczna przejawia się w następujących aspektach:

- a) w obrębie rodziny kształtują się potrzeby, gusty i aspiracje,
- b) rodzina wywiera znaczny wpływ na postawy i ambicje wobec pracy,
- c) stwarza materialne podstawy zaspokojenia potrzeb swoich członków przy wykorzystaniu posiadanych środków⁴⁰¹.

³⁹⁹ F. Adamski, Socjologia małżeństwa i rodziny. Wprowadzenie. PWN, Warszawa 1984, s.14.

⁴⁰⁰ Zob. podrozdz. 2.3.

⁴⁰¹ S. Gajewski, Zachowanie..., s. 125.

W konsekwencji wszystkie aspekty życia jednostki w rodzinie nieustannie wzbogacają jej świadomość prawną. Jest ona pierwszą grupą odniesienia, za pośrednictwem której młody konsument zdobywa podstawowe informacje, wzory postępowania w jaki sposób winien się zachować w przypadku niezadowolenia z dokonanego zakupu. Oczywistym jest, iż w późniejszym okresie życia jednostka porównuje swoją wiedzę i zachowanie z innymi grupami odniesienia, jednakże rodzina jest dla niej pierwotnym źródłem cennych informacji.

Nie mniej jednak trudno ograniczyć się wyłącznie do rodziny jako grupy odniesienia badanych konsumentów. Na potrzeby niniejszej pracy dodatkowo zostanie zbadany wpływ takich grup odniesienia, jak koledzy ze studiów, znajomi i przyjaciele oraz nauczyciele akademicy. Dzięki temu możliwe będzie pełne poznanie siły zależności wpływu konkretnych grup na rodzaj świadomości prawnej konsumentów.

Pozostaje jeszcze kwestia omówienia roli kultury w kształtowaniu świadomości prawnej konsumenta.

Wpływ kultury na świadomość prawną konsumenta

Kulturę można określić jako „ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom”⁴⁰². Zatem, kultura obejmuje swym zasięgiem następujące elementy:

- a) wytwory materialne (przedmioty codziennego użytku), które są efektem kultury materialnej, tj. cywilizacji,
- b) wytwory niematerialne (wartości, przekonania, idee, wrażenia),
- c) oczekiwane wzory zachowań i działań.

Elementy te tworzą jakby uniwersalny system regulacji postępowania poprzez kształtowanie i wzmacnianie norm i standardów zachowania się konsumenta. Owo oddziaływanie przybiera dwie podstawowe formy: bezpośrednią oraz pośrednią. Bezpośrednia dotyczy zjawiska określanego mianem samoświadomości kulturowej⁴⁰³. Oznacza to, iż jednostka stosuje się automatycznie, bezrefleksyjnie do przestrzegania reguł oraz idei. Mówiąc inaczej, konsument musi wiedzieć, iż ciężą na nim pewne zobowiązania, np. zapłaty za zakupiony towar. Z kolei oddziaływanie pośrednie zachodzi przy udziale rodziny, grup społecznych i grup odniesienia, które jak wiadomo kształtują postawy, przekonania i opinie konsumenta. Omawiane zjawisko przedstawia rys. 5.

Chcąc mówić o kulturze, która wpływa na świadomość konsumencką jednostki należy wspomnieć o kilku charakterystycznych dla niej cechach. Przede wszystkim każda kultura tworzy i utrwała pewne systemy wartości, przekonania i formy zachowania ułatwiających przystosowanie się człowieka do innych ludzi i otaczającego go środowiska. Zatem kultura ustanawia granice aprobowanego zachowania, ułatwiające osiągnięcie założonych celów. Odbywać się to może w sposób zinstytucjonalizowany poprzez oddziaływanie systemu norm prawnych lub poprzez kreowanie nieformalnych, lecz oczekiwanych przez społeczeństwo form zachowania.

⁴⁰² J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*. PWN, Warszawa 1967, s. 47.

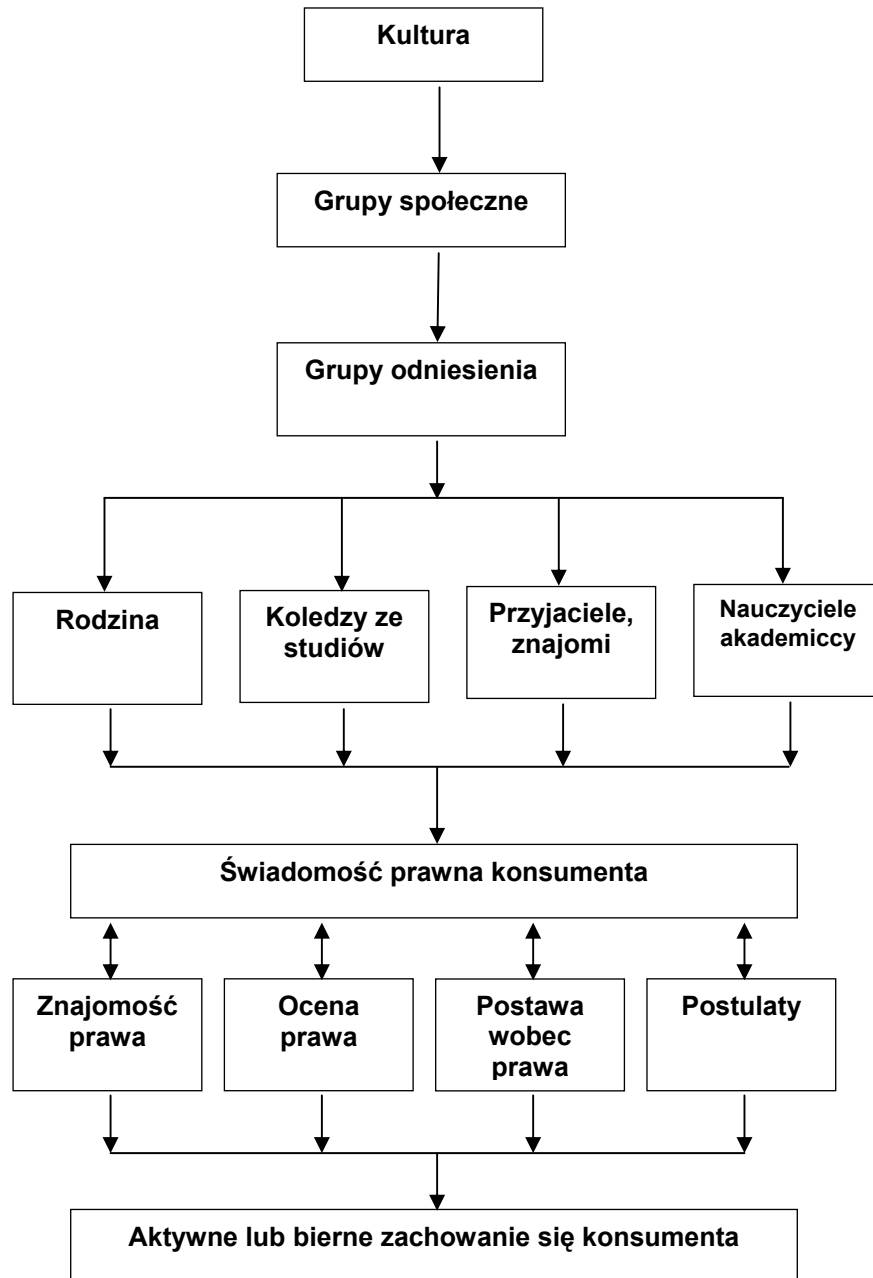
⁴⁰³ Zob. P. Sztompka, *Socjologia...*, s. 236.

Kolejną cechą charakterystyczną jest to, iż kulturę jednostka nie dziedziczy lecz ją nabywa. Innymi słowy, kultura stanowi rezultat uczenia się. Rodzice, nauczyciele oraz poszczególne instytucje, np. teatr, muzea wdrażają każdemu pokoleniu tradycję kulturową społeczeństwa. Owe wzory postępowania jednostka nabywa w dwojaki sposób: a) poprzez wpajanie pewnych form pożądanego zachowania się, b) poprzez obserwację i naśladownictwo konkretnych zachowań innych ludzi.

Niewątpliwie kultura ma ponadczasowy wymiar. Jest ona przekazywana kolejnym pokoleniom i umożliwia im rozwiązywanie problemów.

Kultura ma również arbitralny charakter, co oznacza, iż pewne typy zachowań przyjęte w jednej kulturze nie muszą być akceptowane, wręcz przeciwnie. Za przykład może posłużyć sztuka negocjacji w handlu w krajach arabskich, gdzie konsument zanim dokonana zapłaty za towar winien wpierw podjąć próbę obniżenia wystawionej ceny. W innych krajach, np. w Polsce nie ma zwyczaju targowania się ze sprzedawcą. Czasem, nawet jeśli cena jest za wysoka konsument zwyczajnie nie dokonuje zakupu, wierząc iż dokona tańszych zakupów w innym sklepie. W niektórych przypadkach dopuszcza się możliwość negocjowania ceny za dany towar lecz są to sporadyczne przypadki.

Skoro znane są już cechy charakterystyczne kultury można przejść do omówienia niżej przedstawionego schematu obrazującego wpływy kulturowe na kształtowanie się świadomości prawnej konsumenta.



**Rys.5. Wpływy kulturowe na kształtowanie się świadomości prawnej konsumenta.
Opracowanie własne.**

Powyższy rys.5. ukazuje coraz to bardziej złożony charakter kształtowania się świadomości prawnej konsumenta. Ze wcześniejszych rozdziałów poświęconych omówieniu świadomości stricte prawniczej wynika, iż świadomość prawna jest kształtowana przez znajomość prawa, oceny i postawy wobec istniejących norm i instytucji prawno – politycznych oraz ewentualne postulaty dotyczące zmiany

istniejących przepisów. Okazuje się jednak, iż duże znaczenie odgrywają również wpływy kulturowe, które poprzez oddziaływanie pośrednie (grupy społecznej, grupy odniesienia, rodziny) niejako decydują o rodzaju świadomości prawnej konsumenta, a mówiąc dokładnie świadomości konsumenckiej.

Stosunkowo często w niniejszej pracy była poruszana kwestia postulatów wobec prawa. Jak wiadomo istnieje powszechny spór wśród prawników oraz socjologów prawa na temat tego, czy jednostka nie posiadająca wykształcenia prawniczego może wygłaszać postulaty wobec obowiązującego prawa. O ile prawdą jest, iż „laik” nie posiadający prawniczej wiedzy nie jest w stanie dokonać rzetelnej i poprawnej modyfikacji konkretnych przepisów, to nie można zakładać, iż nie posiada on pewnych predyspozycji i umiejętności wykorzystania nabytych doświadczeń do usprawnienia, np. edukacji konsumenckiej. Któż bowiem bardziej dotkliwie odczuwa brak wiedzy prawniczej: konsument – prawnik, czy konsument – „laik”?

4.3.1. Postulaty wobec prawa konsumenckiego – uwagi końcowe

Ogólnym wnioskiem, który nasuwa się w kontekście wskazanych uwarunkowań powstania świadomości prawnej, a w szczególności świadomości konsumenckiej jest potrzeba ujednoczenia działań mających na celu wzbogacenie wiedzy, znajomości z zakresu prawa konsumenckiego przeciętnych obywateli. Przynajmniej podstawowa znajomość przepisów prawa jest warunkiem koniecznym, aby można mówić o świadomości prawnej konsumenta. Nie ulega również wątpliwości, iż od spełnienia tego warunku zależy zasadność rozpatrywania pozostałych jej elementów składowych. Jeśli bowiem oceny czy postawy badanych osób wobec interesujących nas norm prawnych lub uregulowań przez prawo zachowań kształtują się wyłącznie na zasadzie zbieżności regulacji dokonanej przez inne normy społeczne (moralne, obyczajowe, organizacyjne), to nie można mówić o świadomości prawnej ani o oddziaływaniu prawa na konsumentów.

Problemom znajomości prawa poświęcono już wiele uwagi w niniejszej pracy. Na podkreślenie zasługuje tu zagadnienie zróżnicowania stopnia znajomości prawa w zależności od roli społecznej, w jakiej występuje konkretny konsument. Jak nietrudno się domyślić, realizacja takiej roli może wiązać się z bardzo różnym zakresem kontaktów z prawem i realnych potrzeb znajomości jedynie wybranych przepisów z zakresu prawa konsumenckiego. Dlatego też, istotne jest uwzględnienie, czy respondent ma styczność z prawem, np. studiuje prawo, czy też studiuje, np. nauki społeczne, gdzie program studiów nie uwzględnia w równym stopniu do nauk prawnych wiedzy z zakresu obowiązującego prawa. Warto również dokonać rozróżnienia na inne dodatkowe zmienne, jakim jest np. prowadzenie działalności gospodarczej. Otóż może okazać się, iż respondent który nie studiuje prawa ale prowadzi działalność gospodarczą posiada dogłębną wiedzę z zakresu przepisów prawa, w tym również z przepisów prawa konsumenckiego.

Oceny prawa są elementem o szczególnej doniosłości, one bowiem warunkują w dużym stopniu zachowanie się adresata normy prawnej. Stanowią one przedmiot szczególnego zainteresowania w społeczeństwie, które ulega zmianom, dokonywanym w ciągu stosunkowo krótkiego czasu. Co więcej, są to zmiany o podstawowym znaczeniu z punktu widzenia przeobrażeń struktury społecznej, preferowanych wartości oraz systemu prawnego. Zjawisko to przyczynia się z jednej strony do powstania konfrontacji systemu wartości wyrażonego przez ustawodawcę

w postaci określonych norm prawnych z ocenami tych nowych norm dokonywanymi przez różne kręgi jednostek, a z drugiej konieczność dotarcia do źródeł ewentualnych rozbieżności poglądów i ocen w jednych sprawach, a zbieżności w drugich⁴⁰⁴.

Koniecznym wydaje się zasygnalizowanie, iż znaczna część ocen dotyczących zarówno prawa, jak i instytucji je stosujących pozostaje w związku z ukształtowanymi stereotypami, uprzedzeniami, które są dość silnie ukształtowane w społeczeństwie. Jak już było powiedziane, wśród jednostek, które miały kontakty z instytucjami stosującymi prawo, stereotypy te ulegają konfrontacji z osobistymi jej doświadczeniami oraz z subiektywną oceną wymiaru sprawiedliwości. Natomiast u osób, które owych doświadczeń nie miały, oceny prawa są mocno poparte funkcjonowaniem tych stereotypów.

Doniosłą rolę odgrywają tu czynniki socjogenne, jak kultura, rodzina, grupy społeczne czy odniesienia, które swoim oddziaływaniem mogą wzmacniać lub osłabiać często pejoratywną ocenę prawa. Siła utrwalonych stereotypów może być tak silna, iż nawet jeśli jednostka ma kontakt z wymiarem sprawiedliwości stereotypy mogą zniekształcać owo doświadczenie. Co więcej poszukuje ona potwierdzeń dla swoich negatywnych przekonań i uprzedzeń w stosunku do sądu oraz instytucji stojących na straży prawa. Przykładowo, aktywność pokrzywdzonego i często świadomie oszukanego przez sprzedawcę ograniczać się będzie jedynie do próby nawiązania ponownego kontaktu z kontrahentem zawartej umowy w celu, np. skorzystania z prawa gwarancji. Prawdopodobnie, w przypadku odmowy, konsument ten nie będzie się domagać swoich praw, np. w Polubownym Sądzie Konsumenckim. Powodem jego decyzji może być przekonanie o nieuczciwych wyrokach i stronniczości składu sędziowskiego.

Zatem ocena dotycząca osób oraz instytucji stosujących prawo nie zawsze może traktowana jako obiektywny miernik ich działalności, ale też nie może być obojętna dla wymiaru sprawiedliwości. Nie jest również bez znaczenia konfrontacja oczekiwań wiązanych zarówno z sądem, jak i z innymi instytucjami stosującymi prawo z faktyczną działalnością tych instytucji na rzecz ochrony praw konsumenta.

Oczywiście, społeczne stereotypy na temat określonych instytucji prawno – politycznych są czynnikiem kształtujących również poglądy i oceny jednostek uczestniczących w procesie stosowania prawa, o czym zresztą była mowa w

⁴⁰⁴ Por. M. Borucka – Arctowa, Świadomość prawna..., s. 53.

poprzednich rozdziałach. Otóż pewne kręgi zawodowe, profesjonalnie związane z wykonywaniem określonych funkcji na rzecz przestrzegania praw konsumenta, wykazują skłonność do petryfikacji raz ukształtowanych na ten temat działań. Jest to typowe dla stereotypów i charakteryzuje się sztywnością, odpornością na zmianę poglądów.

Wreszcie postawy stanowią połączenie trzech elementów, tj. wiedzy (czynnik poznawczy), ocen (czynnik emocjonalny) oraz gotowości, dyspozycji do określonego zachowania się wobec przedmiotu postawy (czynnik behawioralny). Szczęólnego znaczenia nabiera tutaj znaczenie pojęcia „dyspozycja”. Otóż postawa jest jednym z czynników warunkujących zachowanie ale nim nie jest. Zarówno Stanisław Nowak, jak i Janusz Reykowski kładą silny nacisk na to, iż mówiąc o dyspozycjach do zachowania się należy mieć na uwadze przede wszystkim psychikę człowieka, w której ma miejsce mniej lub bardziej skrytalizowany program działania wobec przedmiotu postawy.

Program ten może być introspektywnie postrzegany jako zamiar, pragnienie, dążenie czy poczucie powinności zachowania się w określony sposób. Niekiedy przybiera on postać subiektywnie odczuwanego przymusu wewnętrznego, niemal niemożliwości zachowania się w inny sposób⁴⁰⁵.

Postawy muszą więc charakteryzować się względnie trwałym nastawieniem wobec przedmiotu postawy, powtarzalnym sposobem reagowania podmiotu postawy na podobne bodźce w postaci określonych osób, norm, instytucji lub zachowania się innych. Jak można zauważyć, postawy stanowią taki element świadomości prawnej konsumenta, który najbardziej zbliża niniejsze dywagacje na teren realnych zachowań w postaci podejmowanych przez konsumenta decyzji w celu zmniejszenia dysonansu pozakupowego, czy też czynów w postaci złożenia, np. powiadomienia o nieprzestrzeganiu przepisów prawa konsumenckiego przez kontrahenta umowy sprzedaży odpowiednich instytucji.

Niewątpliwie duże znaczenie dla świadomości prawnej konsumenta ma jego aktywne lub bierne uczestnictwo w życiu politycznym, zainteresowanie polityką i uświadomienie sobie pewnych zasad i uprawnień oraz objawy znanej już alienacji. Aktywność konsumenta wyraża się w gotowości wykorzystania z własnej inicjatywy przysługujących mu praw i jest wyrazem jego aktywnej świadomości prawnej. Przeciwnieństwem jest postawa bierna (świadomość pasywna), która może, ale nie

⁴⁰⁵ S. Nowak, Teorie..., s. 31.

musi łączyć się z brakiem zainteresowania i świadomości co do własnych praw. Może bowiem wynikać nie tyle z braku zainteresowania, co przeświadczenia o bezsilności i bezskuteczności określonych działań.

Połączenie świadomości o własnych prawach z takim właśnie poczuciem bezsilności przyczynia się do powstania alienacji, frustracji, która z kolei może się przerodzić w pewien rodzaj buntu. Co ciekawe, bunt ten może stanowić impuls do powstania postulatów, chęci wprowadzenia innowacji, modyfikacji nie tylko konkretnych przepisów prawa konsumenckiego ale również sposobu ich przekazywania, który jak wiadomo stanowi podstawę jego znajomości.

W ramach podsumowania niniejszego rozdziału można zauważyć ogromną złożoność problematyki świadomości prawnej jednostki. Wydawać by się mogło, iż świadomość ta uwarunkowana jest jedynie znajomością prawa jednostki. Jednakże w trakcie dalszych analiz literatury przedmiotu okazało się, iż chcąc mówić o świadomości prawnej należy uwzględnić jeszcze szereg dodatkowych elementów składowych, które wpływają na rodzaj podejmowanych przez jednostkę decyzji. Nasuwa się dość zasadnicze pytanie, czy owe elementy nadają się do operacjonalizacji w badaniach empirycznych? Czy rzeczywiście dzięki nim możliwa będzie weryfikacja założonych hipotez odnośnie rodzaju świadomości konsumenckiej? Zatem nie pozostaje nic innego jak przejście do analizy zebranego materiału badawczego.

Rozdział 5

Metodologiczne podstawy przeprowadzonych badań

5.1. Przyjęty paradygmat badawczy

Przyjmując, iż wyznacznikiem świadomości konsumenckiej jest świadomość prawna należy podkreślić, iż stanowi ona jeden z kluczowych przedmiotów badawczych socjologii prawa. Dziedziny wiedzy, w której uwidaczniają się zainteresowania zarówno socjologów, jak i prawników. Chodzi tu w szczególności o zagadnienia związane:

- ze społecznym uwarunkowaniem norm prawnych i instytucji prawno – politycznych, a więc uwarunkowaniem norm prawnych i instytucji prawno – politycznych. Dotyczy to uwarunkowań ekonomicznych, kulturalnych i politycznych oraz z analizą czynników, które wpływają na treść norm prawnych wśród których świadomość prawna zajmuje bardzo istotne miejsce;
- ze społecznymi konsekwencjami ustanawianych norm prawnych i ich wpływem na postępowanie ludzkie, na kształtowanie się ocen i postaw wobec prawa. instrumentalne podejście do prawa prowadzi nie tylko do badań nad społecznym działaniem prawa, ale i do analizy czynników pozaprawnych, wywierających wpływ na określone dziedziny stosunków społecznych, jakim może być wzajemny stosunek konsument – sprzedawca.

Mówiąc o zazębaniu się problematyki prawa i socjologii, trudno pominąć kwestię doniosłej roli prawa w tworzeniu pewnych form życia zbiorowego. W związku z powyższym, badając świadomość konsumencką błędem byłoby ograniczenie się wyłącznie do analizy poziomu znajomości przysługujących im praw. Przyjęcie zaś odpowiedniego paradygmatu badań pozwoli na dokonanie diagnozy nie tylko aktualnego stanu wiedzy i poglądów dotyczących wybranych norm i instytucji prawnych respondentów, ale przede wszystkim pozwoli na dotarcie do źródeł owych poglądów, a więc czynników kształtujących świadomość konsumencką nie tylko

prawników ale również osób, które nie posiadają lub nie zdobywają wykształcenia prawniczego.

Stosownie do omówionej złożoności badania świadomości konsumenckiej korzystnym wydaje się przyjęcie dwóch metod postępowania badawczego, tj. metody ilościowej oraz metody jakościowej.

Teresa Bauman określa metodę ilościową jako metodę podporządkowaną metodologii, opartej na założeniach filozofii pozytywistycznej. Posługiwanie się tą metodą wiąże się z uznaniem istnienia obiektywnego świata oraz możliwości równie obiektywnego poznania przy pomocy precyzyjnie skonstruowanych narzędzi⁴⁰⁶.

W niniejszej dysertacji zakłada się realizację procesu badawczego zgodnie z założonym planem poprzez użycie kwestionariusza ankiety. Badacz nie uczestniczy w samym akcie jej wypełniania, jedynie zwraca się do respondenta za pośrednictwem kwestionariusza, a ten odpowiada pisemnie na zamieszczone tam pytania. Nie wchodząc w dalsze szczegóły i spory dotyczące rozumienia ankiety można wyróżnić następujące jej cechy:

- są prowadzone na próbie reprezentatywnej,
- wykorzystuje się w nich kwestionariusz ankiety o wysokim stopniu standaryzacji (pytania są konkretne, ścisłe i jednopropozycyjne, najczęściej zamknięte i zaopatrzone w tzw. Kafeterię),
- zebrany materiał jest opracowywany w sposób ilościowy.

Przedstawiona wyżej charakterystyka metody ilościowej wydaje się być niewystarczająca na potrzeby niniejszej pracy. Otóż złożoność problemu świadomości prawnej, a dokładniej świadomości konsumenckiej wymusza dokonanie podziału badanej grupy na osoby, które mają bezpośredni kontakt z prawem oraz instytucjami prawnymi – politycznymi od tych, których styczność z prawem jest znikoma. Korzystnym będzie zatem wykorzystanie metody jakościowej, która umożliwi dokładniejsze zbadanie omawianego zjawiska.

W przypadku drugiej metody, badacz musi wykazywać się elastycznością w zdobywaniu informacji. Badani są informowani o rzeczywistym celu badania, traktowani są jako kompetentni współtwórcy kreowanej w procesie badawczym wiedzy. Badanie posiada charakter relacji dialektycznej, gdzie badani posiadają

⁴⁰⁶ T. Bauman, O możliwościach zastosowania metod jakościowych w badaniach pedagogicznych, w: T. Pilch, Zasady badań pedagogicznych. ŻAK, Warszawa 1998, s. 55.

możliwość wpływania na jego przebieg, zmianę kierunku realizowanej części procesu badawczego. Postulowana jest otwartość badacza pojawiająca się w toku relacji z badanymi oraz dostosowaniem do nich wykorzystywanego narzędzia badawczego, przy równoczesnym „zawieszeniu” na czas badania wiedzy badającego, by zapobiec determinowaniu przez nią przebiegu procesu badawczego. Badacz posiada świadomość własnej subiektywności odbioru uzyskanych danych w toku realizowanego badania, dlatego też nie obiektywizuje uzyskanej w ten sposób wiedzy. Proces badania zasadzając się na partnerskiej relacji pomiędzy jego uczestnikami może wprowadzić do ich świadomości określone zmiany⁴⁰⁷. Ponadto wykorzystanie metody jakościowej wobec specjalistów prawa jest korzystne z uwagi na ogólnie przyjęte zasady jej stosowania. Otóż badanie jakościowe winno się zastosować wówczas, gdy badacz:

- chce przyjrzeć się zjawiskom w ich kontekście, gdy chce je poznać takimi jakimi są a nie stwierdzić, czy zgadzają się z jego mniemaniem,
- badane zjawisko dotyczy problemów uznawanych przez badanych za prywatne i osobiste,
- osobami badanymi są albo jednostki o wysokim stopniu samoświadomości posiadający dużą zdolność do artykulacji badanych problemów, bądź gdy są one zdolne do wypowiedzania się na temat interesujący badacza⁴⁰⁸.

Nie ulega wątpliwości, iż charakterystyczna grupa jaką są prawnicy, a dokładniej mówiąc specjaliści w zakresie prawa cywilnego wymaga od badacza zastosowania metody wywiadu. Umożliwi to bowiem poznanie ich prywatnych opinii, sądów, merytorycznych postulatów, czy też postaw odnośnie prawa konsumenckiego.

Również Adam Podgórecki większe znaczenie przywiązuje do metody wywiadu, polegającej na kontrolowanej przez badacza rozmowie, prowadzonej według przygotowanego kwestionariusza. Jej zaletą jest możliwość bezpośredniego zetknięcia się badacza z respondentem, powrotu do tych samych kwestii, zadawania w razie potrzeby pytań kontrolnych, kontrolowania sytuacji, w której dane sądy są

⁴⁰⁷ Tamże, s. 60 – 61.

⁴⁰⁸ Tamże, s. 57.

wypowiadane oraz wyrobienia poglądu przez badacza co do zaangażowania respondenta w badanie⁴⁰⁹.

Zatem w celu zbadania świadomości konsumenckiej prawników zostanie wykorzystana metoda wywiadu, natomiast w celu zbadania świadomości konsumenckiej „laików” korzystnym wydaje się posłużeniem metody ankiety.

^{4 09}A. Podgórecki, *Prestż prawa. Książka i Wiedza*, Warszawa 1966, s. 34 – 37.

5.2. Cel i przedmiot badań

Celem niniejszej rozprawy jest dokonanie diagnozy rodzaju posiadanej przez konsumentów świadomości prawnej. Z części teoretycznej wynika, iż ważną rolę w działaniu konsumenta odgrywają warianty zachowania się konsumenta w przypadku niezadowolenia i uczucia dysonansu pozakupowego⁴¹⁰.

W sytuacji, w której konsument odczuwa niezadowolenie z zakupu danego towaru może wykazywać się dwoma rodzajami świadomości prawnej (konsumenckiej). Może to być świadomość aktywna lub pasywna, która zgodnie z wcześniej przedstawioną koncepcją Leona Petrażyckiego może być używana jako synonim motywacji.

W kwestionariuszu ankiety⁴¹¹ zostało wyróżnionych pięć możliwych wariantów zachowań się konsumenta w przypadku niezadowolenia z dokonanego zakupu. Są to:

1. Złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich
2. Złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta
3. Ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą
4. Zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów
5. Zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy.

Należy zwrócić uwagę na ważny podział form aktywnej świadomości prawnej. Otóż złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich oraz złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta są formami aktywności instytucjonalnej. Natomiast pozostałe trzy formy aktywności mają pozainstytucjonalny charakter.

W sytuacji gdy badany konsument stwierdzi, iż nigdy nie korzysta z zaproponowanych form aktywnej świadomości konsumenckiej lub skorzysta z pytania otwartego i przedstawi w nim opinię, iż nie podejmuje żadnych działań zostanie zakwalifikowany do grupy konsumentów wykazujących się pasywną świadomością prawną (konsumencką).

⁴ ¹⁰Zob. rozdz. 4

⁴ ¹¹Zob. pyt. 32

Niniejsza dysertacja obejmuje realizację celu poznawczego, który został uznany w metodologii badań społecznych. Dzięki temu możliwe jest po pierwsze, uzyskanie odpowiedzi na nurtujące badacza pytania i problemy badawcze przyjęte u podstaw podejmowanych eksploracji, a po drugie – weryfikowanie przyjętych hipotez badawczych. Realizacja przyjętego celu badań jest możliwa dzięki zebraniu danych ilościowych oraz jakościowych.

Badaniu metodą ilościową zostaną objęci studenci pierwszego i piątego roku socjologii oraz pierwszego i piątego roku prawa. Natomiast badaniu metodą jakościową zostaną objęci sędziowie specjalizujący się w prawie cywilnym, a dokładniej, w prawie konsumenckim.

Podkreślenia wymaga również fakt, iż przez badania nad świadomością konsumencką należy rozumieć badania obejmujące wszystkie cztery elementy tego pojęcia, a więc znajomość prawa, oceny istniejących norm i instytucji prawno – politycznych, postawy wobec nich oraz postulaty, dotyczące zmiany istniejących przepisów, sposobów przekazywania informacji o prawie konsumenckim. Dzięki temu możliwe będzie określenie rodzaju posiadanej przez badanych świadomości konsumenckiej.

Zdając sobie sprawę z doniosłości innych czynników, jak, np. cechy osobowości na świadomość konsumencką zaniechano w niniejszej pracy ich zbadania. Wynika to z faktu konieczności skonstruowania innych, bardziej złożonych technik badawczych, które wydają się być domeną nauk z dziedziny psychologii aniżeli dziedziny socjologii prawa.

5.3. Pytania, hipotezy i problematyka badań

Planowane badania ukierunkowane są na uzyskanie odpowiedzi na pytania i problemy badawcze, których treść determinowana jest realizacją przyjętych celów badawczych. Problem badawczy jest „swoistym pytaniem określającym jakość i rozmiary pewnej niewiedzy”⁴¹², a sformułowanie problemów i pytań badawczych stanowi istotny warunek wszelkiego rodzaju realizowanych przedsięwzięć naukowych, bowiem to one określają ich kierunek.

Adekwatnie do przedstawionych w podrozdziale 5.2 przejawów aktywnej świadomości prawnej konsumentów, zostały sformułowane następujące pytania badawcze:

1. Czy kierunek studiów ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów?
2. Czy poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na rodzaj świadomości prawnej konsumentów?
3. Czy poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest uzależnione od roku studiów?
4. Czy poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma wpływ na rodzaj świadomości prawnej konsumentów?
5. Czy ocena procesu sądowego wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów?
6. Czy przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru ma wpływ na instytucjonalną świadomość prawną konsumentów?
7. Czy postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej?
8. W jakim stopniu grupy odniesienia wywierają wpływ na rodzaj świadomości prawnej konsumentów?

Zanim zostaną przedstawione założone hipotezy należy mieć na uwadze podział próby badawczej na cztery grupy konsumentów. Otóż badaniem zostali objęci studenci pierwszego i piątego roku socjologii oraz pierwszego i piątego roku

⁴ ¹² J. Pieter: Zarys metodologii naukowej. PWN, Warszawa 1975, s. 37.

prawa. Zatem do każdego pytania badawczego zostaną przyporządkowane cztery hipotezy. Wyjątek stanowi pierwsza i trzecia hipoteza do pytania „Czy kierunek studiów ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów?”, „Czy poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest uzależnione od roku studiów?”. W obu tych przypadkach zostanie postawiona jedna hipoteza.

W odpowiedzi na pierwsze postawione pytanie badawcze została sformułowana następująca hipoteza:

Kierunek studiów nie ma wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów.

W odpowiedzi na drugie postawione pytanie badawcze zostały sformułowane cztery hipotezy:

1. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów pierwszego roku socjologii.
2. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów piątego roku socjologii
3. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów pierwszego roku prawa.
4. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów piątego roku prawa.

W odpowiedzi na trzecie postawione pytanie badawcze została sformułowana następująca hipoteza:

Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest zależne od roku studiów.

W odpowiedzi na czwarte postawione pytanie badawcze została sformułowana cztery hipotezy:

1. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.
3. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.
4. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

W odpowiedzi na piąte pytanie badawcze zostały sformułowane cztery hipotezy:

1. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.
3. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.
4. Ocena procesu sądowego wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

W odpowiedzi na szóste pytanie badawcze zostały sformułowane cztery hipotezy:

1. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

3. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.
4. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

W odpowiedzi na siódme pytanie badawcze zostały sformułowane cztery hipotezy:

1. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.
3. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.
4. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

Zanim zostaną przedstawione dalsze hipotezy odnośnie oddziaływania grup odniesienia koniecznym wydaje się wspomnieć o czterech grupach odniesienia. Są to: rodzina, koledzy ze studiów, przyjaciele i znajomi oraz nauczyciele akademicy. Zatem każdej z owych grup zostaną przyporządkowane cztery hipotezy.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu rodziny na zachowanie badanych konsumentów.

1. Rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.
3. Rodzina wywiera większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

4. Rodzina wywiera większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu kolegów na zachowanie badanych konsumentów.

1. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalne formy aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.
3. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa
4. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu przyjaciół, znajomych na zachowanie badanych konsumentów.

1. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.
3. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.
4. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu nauczycieli akademickich na zachowanie badanych konsumentów.

1. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.
2. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.
3. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

4. Nauczyciele akademicki wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

W ramach uzupełnienia pojęć zawartych w hipotezach poniżej zostały przedstawione zmienne zależne i niezależne.

Pierwszym wyróżnionym w części teoretycznej elementem składowym świadomości prawnej (konsumenckiej) jest znajomość przepisów prawa. Z uwagi na badaną problematykę przyjęto następującą zależność, im większa znajomość obowiązujących przepisów chroniących interesy konsumentów, tym zwiększa się aktywna świadomość prawna w następujących formach:

- a) złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich,
- b) złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta,
- c) ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą,
- d) zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów,
- e) zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy.

Dwie spośród pięciu wyróżnionych aktywnych form świadomości konsumenckiej, tj. złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenta oraz złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta mają charakter instytucjonalny.

W dalszej kolejności do każdej z form aktywności zostały przyporządkowane odpowiednie zmienne niezależne. Są to:

- poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumenckich,
- ocena skuteczności procesu sądowego,
- poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego,
- przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru
- stopień zależności rodzaju postępowania badanego z informacjami umieszczanymi w sklepie,
- wpływ grup odniesienia (rodziny, kolegów ze studiów, przyjaciół, znajomych, nauczycieli akademickich) na zachowanie badanego.

Zgodnie z założeniami części teoretycznej badaniu zostaną objęci również osoby, które specjalizują się w prawie cywilnym, a zatem są specjalistami również w

zakresie przepisów prawa konsumenckiego. Narzędziem badawczym będzie tutaj kwestionariusz wywiadu.

Pytania skierowane do specjalistów prawa dotyczyć będą tego, czy:

- w ciągu ostatniego roku zdarzyło się respondentowi zakupić towar niezgodny z umową?
- po stwierdzeniu niezgodności zakupionego towaru z umową, podejmuje respondent aktywne działanie w celu ochrony swoich praw konsumenckich?
- według respondenta świadomość przysługujących praw konsumentom zależy od posiadanego wykształcenia, np. prawniczego?
- jak ocenia respondent działalność instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów?
- zdaniem respondenta przedsiębiorcy mają świadomość ponoszenia odpowiedzialności za niezgodność towaru z umową?
- zdaniem respondenta przedsiębiorcy mają świadomość jakie prawa przysługują klientom?
- wprowadziłby respondent zmiany w obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego? Jeśli tak, to jakie/ Jeśli nie, to dlaczego?
- czy wprowadziłby respondent zmiany w sposobach przekazywania konsumentom informacji o przysługujących im prawach? Jeśli tak, to jakie/ Jeśli nie, to dlaczego?
- czy podczas własnej praktyki zawodowej zauważył respondent zwiększenie aktywności konsumentów w ochronie własnych praw? Jeśli tak, to jaka może być tego przyczyna?
- jak według respondenta konsumenci oceniają dochodzenie swoich praw konsumenckich na drodze procesu sądowego? Proszę uzasadnić odpowiedź.

Celem badań będzie poznanie różnic w ocenie prawa laików i prawników. Pozwoli to również udzielić odpowiedzi na pytanie, czy prawnicy wykazują się postawą ideacyjną (poznawczą) czy realną.

5.4. Metody i techniki badawcze

Zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe posiadają jeden wspólny cel, a jest nim chęć dokładnego poznania badanego zjawiska. Chcąc zbadać złożoność zjawiska, jakim jest świadomość konsumencka trudno ograniczyć się wyłącznie do jednej metody badawczej. Wydaje się, iż wykorzystując narzędzie metody ilościowej jakim jest kwestionariusz ankiety oraz narzędzie metody jakościowej, jakim jest kwestionariusz wywiadu swobodnego pozwoli na uzyskanie pełnej i rzetelnej weryfikacji założonych hipotez.

Badania jakościowe obejmują swym zasięgiem przede wszystkim monografię społeczności lokalnych i instytucji, obserwację uczestniczącą, swobodny wywiad z informatorami oraz studia nad wydarzeniami historycznymi. Wywiad wbrew pozorom nie jest zwykłą rozmową między badanym a badającym, lecz rozmową kierowaną, poprzez którą badacz ma możliwość uzyskania od respondenta dane określone celem badań⁴¹³.

W socjologii wyróżnia się kilka typów wywiadów. Otóż można mówić o wywiadzie ustnym, pisemnym, kategoryzowanym, częściowo skategoryzowanym, nieskategoryzowanym, jawnym, ukrytym, indywidualnym, czy też panelowym. Zatem badacz ma możliwość zdobywania cennych informacji w rozmaity sposób, począwszy od wypełnienia przez respondenta przygotowanego kwestionariusza po swobodną z badanym dyskusję. Jednakże bez względu na rodzaj wywiadu socjologicznego zawarte są w nim pytania o fakty, które odnoszą się do faktów sprawdzalnych (odnoszą się do samego respondenta albo znanych mu osób, czy grup); i pytania o opinie, które mają na celu poznanie subiektywnych nastawień respondenta. Należą do nich pytania o poglądy i oceny faktów obiektywnych, o postawy, uczucia, życzenia, motywy i normy indywidualnych zachowań. Wywiad charakteryzuje się znaczną elastycznością formy, zakłada możliwość zadawania przez badacza pytań nieantycypowanych w pierwszym planie, których istotność wynika z kontekstu uzyskiwanych danych⁴¹⁴.

Wydaje się, iż najbardziej adekwatnym rodzajem wywiadu ze specjalistami prawa konsumenckiego jest wywiad nieskategoryzowany z listą dyspozycji do pytań. Tego rodzaju wywiad nie dostarcza danych o charakterze ilościowym, lecz dane

⁴ ¹³J. Sztumski, Wstęp do metod i technik badań społecznych. Śląsk, Katowice 1995, s. 120.

⁴ ¹⁴S. Bruce: Socjologia. Wydawnictwo Prószyński i S-ka, Warszawa 2000.

jakościowe, dotyczące między innymi, opinii, postaw, postulatów prawników odnośnie prawa konsumenckiego i świadomości prawnej konsumentów.

Współcześnie metoda ilościowa w odróżnieniu do metody jakościowej polega na pośredniej formie komunikowania się badacza z respondentem⁴¹⁵ i jest stosowana do badania opinii publicznej w celu weryfikacji hipotez powstałych na szczeblu teoretycznej refleksji. W literaturze z zakresu badań socjologicznych najczęściej wyróżnia się następujące kwestionariusze ankiet: pocztowe, prasowe, dołączone do towarów konsumpcyjnych, radiowe, telewizyjne, telefoniczne, rozdawane, audytoryjne oraz ogólnie dostępne.

Do wymogów stawianych dobrej ankiecie należą odpowiednio we właściwej kolejności sformułowane pytania, a więc takie, które pozwolą na uzyskanie wiarygodnej odpowiedzi. Wśród pytań można wyróżnić dwa podstawowe ich rodzaje, tj. otwarte oraz zamknięte. Oczywiście istnieją również pytania półotwarte (półzamknięte), które powstają na skutek połączenia pytań otwartych i zamkniętych. Pierwszy rodzaj pytań umożliwi respondentowi całkowitą swobodę wypowiedzi, natomiast pytania zamknięte zawierają przewidziany przez badacza rodzaj odpowiedzi. W przypadku, gdy respondentowi umożliwia się wskazanie jego własnej wersji odpowiedzi, pytanie przybiera formę pytania półotwartego zwanego również pytaniem półzamkniętym⁴¹⁶.

W celu uzyskania pełnowartościowych wyników badania świadomości konsumenckiej respondentów kwestionariusz ankiety nie może być zaopatrzone jedynie w kafeterię zamkniętą, a więc zawierający ograniczony zestaw możliwych odpowiedzi, poza które odpowiadający wyjść nie może. W dużym stopniu utrudniłoby to zbadanie postaw konsumenta, czy też źródeł kształtowania świadomości konsumenckiej. W związku z powyższym w kwestionariuszu będą zawarte również pytania zaopatrzone w kafeterie półotwarte oraz koniunktywne.

Powyższe dwie metody badawcze można traktować jako przeciwstawne sobie bądź jako komplementarne wobec siebie. Traktowanie ich antagonistycznie prowadzi nieuchronnie do rywalizacji a w rezultacie do dyskwalifikacji jednej przez drugą. Założenie o ich komplementarności pozwala jednak zaakceptować tezę, iż możliwe jest poznawanie rzeczywistości społecznej w różny sposób zwłaszcza w sytuacji gdy

⁴ ¹⁵Zob. J. Lutyński, Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów, w: Z. Gostkowski (red.), J. Lutyński, Analizy i próby technik badawczych w socjologii, t.2. PWN, Warszawa 1968.

⁴ ¹⁶Por. A. Pieniążek, M. Stefaniuk, Socjologia prawa. Zarys wykładu. Zakamycze, Kraków 2000, s. 147- 148, Zob. Z. Ziemiński, Metodologiczne zagadnienia prawoznawstwa. PWN, Warszawa 1974.

przedmiotem badań jest świadomość konsumencka. Trudno nie zgodzić się z Teresą Bauman, według której każdy z nich ma swoje wady i zalety, każdy jednak pozwala na dostrzeżenie w niej czegoś innego i mimo ich odmienności obydwie przyczyniają się do poszerzania naszej wiedzy⁴¹⁷.

⁴¹⁷ T. Bauman, O możliwościach...,s. 55.

5.5. Dobór próby badawczej

Badania nad świadomością konsumencką zostały przeprowadzone na próbie czterech grup studentów. Uściślając, badaniem zostali objęci studenci pierwszego i piątego roku akademickiego Wydziału Nauk Społecznych oraz studenci pierwszego i piątego roku Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego. Ponadto w celu uzupełnienia otrzymanych wyników zostało przeprowadzonych 12 wywiadów z sędziami Sądu Rejonowego w Zabrze oraz z sędziami Sądu Rejonowego w Zabrze. Sędziowie ci specjalizują się w dziedzinie prawa cywilnego, a zatem również w zakresie prawa konsumenckiego.

Wydaje się, iż najbardziej odpowiednim rodzajem doboru próby był dobór celowy. Według Stanisława Nowaka metoda doboru celowego może być wskazana wówczas, kiedy badanie ma być prowadzone – na przykład ze względów oszczędnościowych – na próbie na tyle niewielkiej, iż nie może zadziałać prawo wielkich liczb, tj. mechanizm losowy nie jest w stanie zagwarantować doboru takich jednostek, aby próba była dostatecznie reprezentatywna ze względu na interesujące nas cechy⁴¹⁸.

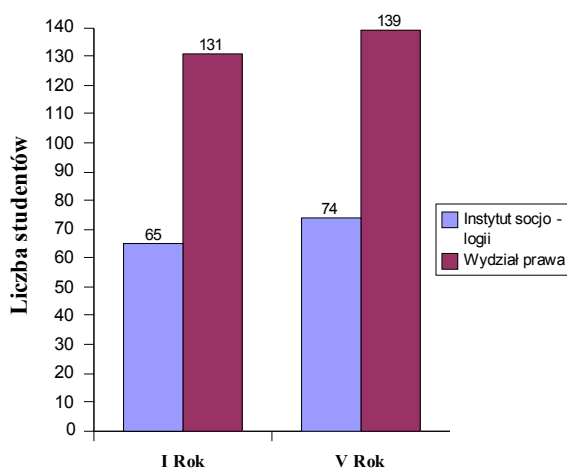
⁴ ¹⁸ S. Nowak, Metodologia badań społecznych. PWN, Warszawa 1985, s. 302.

5.6. Przebieg procesu badawczego

Przed przystąpieniem do badań zasadniczych, w dniach 15 października 2007 roku i 16 października 2007 roku, zarówno na Wydziale Nauk Społecznych, jak i na Wydziale Prawa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, zostały przeprowadzone badania pilotażowe. W sumie badaniami pilotażowymi zostało objętych trzydziestu studentów socjologii oraz dwudziestu pięciu studentów prawa. Warto zaznaczyć, iż uczestnicy badań pilotażowych nie weszli do zasadniczej próby badawczej. Dzięki uzyskanym wynikom badań próbnych została dokonana techniczna korekta pięciu spośród trzydziestu czterech pytań zawartych w kwestionariuszu ankiety.

Badania zasadnicze zostały przeprowadzone na omawianych próbach badawczych w dniach od 23 października 2007 roku do 6 listopada 2007 roku. W sumie udział w badaniu wzięło 409 studentów studiów stacjonarnych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Badania przebiegały bez zakłóceń technicznych. Studenci chętnie wypełniali kwestionariusze ankiety. Również prowadzący zajęcia wykazywali się dużą wyrozumiałością i życzliwością dla osoby przeprowadzającej badania.

Wykres 1 przedstawia liczbę wszystkich respondentów biorących udział w



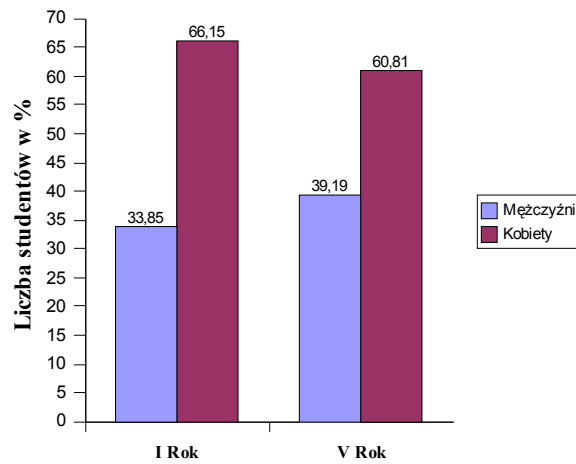
badaniu.

Wykres 1

Próba badawcza studentów studiów stacjonarnych Instytutu Socjologii oraz Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

Z wyżej przedstawionego wykresu wynika, iż próba badawcza studentów studiujących w Instytucie Socjologii w sumie wynosi 139 osób. W przypadku studentów studiujących na Wydziale Prawa próba badawcza w sumie wynosi 270 osób. Porównując liczbę studentów pierwszego roku socjologii ze studentami pierwszego roku prawa z wykresu można odczytać, iż liczba studentów socjologii wynosi 65 osób, natomiast liczba studentów prawa wynosi 131 osób. Porównując natomiast liczbę studentów piątego roku socjologii ze studentami piątego roku prawa z omawianego wykresu można odczytać, iż liczba studentów socjologii wynosi 74 osób, natomiast liczba studentów prawa wynosi 139 osób. Nietrudno zauważyć dość dużą dysproporcję pod względem liczby badanych grup studentów. Należy jednak zwrócić uwagę na dwie istotne kwestie w celowym doborze omawianej próby badawczej. Po pierwsze Wydział Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach dzieli się na kilka Instytutów. Poza Instytutem Socjologii istnieje również Instytut Filozofii, Instytut Historii oraz Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa. Nietrudno się domyślić, iż zarówno program nauczania, jak i postawy studentów są również w jakimś stopniu zróżnicowane. Przykładowo, świadomość prawna (konsumencka) studentów Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa może się różnić od świadomości prawnej (konsumenckiej) studentów Instytutu Historii, Filozofii, czy też Instytutu Socjologii. Zatem korzystnym wydaje się być wybór jednego instytutu jakim jest Instytut Socjologii. Po drugie należy mieć świadomość faktu, iż Wydział Prawa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach nie posiada podziałów na instytuty. Oznacza to, iż wszyscy studenci studiujący prawo są objęci tym samym programem kształcenia. Zatem przedstawionej na wykresie 1 dysproporcji nie należy traktować jako błąd w doborze próby badawczej, wręcz przeciwnie, należy uznać ten fakt za naturalny, chociażby ze względu istniejącą różnicę w programach dydaktycznych studentów Wydziału Nauk Społecznych oraz studentów Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Ponadto przyjmując, iż analiza zebranego materiału badawczego zostanie przedstawiona w wartościach procentowych owe dysproporcje liczbowe w badanych grupach studentów nie mają najmniejszego znaczenia.

Wykres 2 przedstawia procentowy podział studentów Instytutu Socjologii ze względu na płeć.

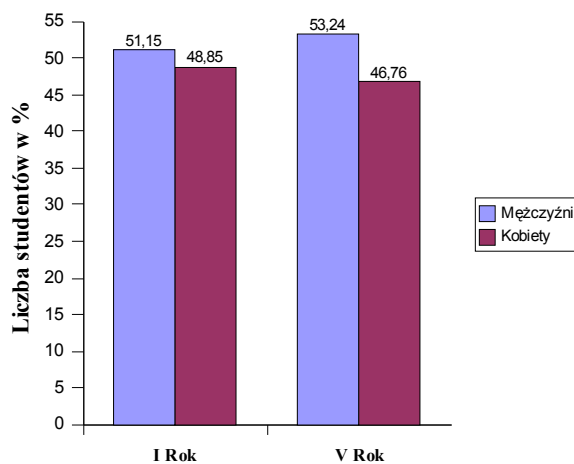


Wykres 2

Podział studentów socjologii ze względu na płeć

Zgodnie z drugim przedstawionym wykresem można powiedzieć, iż spośród 139 studentów socjologii, mężczyźni stanowią 33,85% pierwszego roku studiów oraz 39,19% piątego roku studiów. Kobiety natomiast stanowią 66,15% pierwszego roku studiów oraz 60,81% piątego roku studiów. Wyraźnie widać, iż kobiety zarówno będące studentkami pierwszego, jak i piątego roku stanowią większość.

W przypadku podziału na płeć studentów prawa nie zauważa się tak dużych dysproporcji jak to miało miejsce wśród studentów socjologii (Wykres 3).

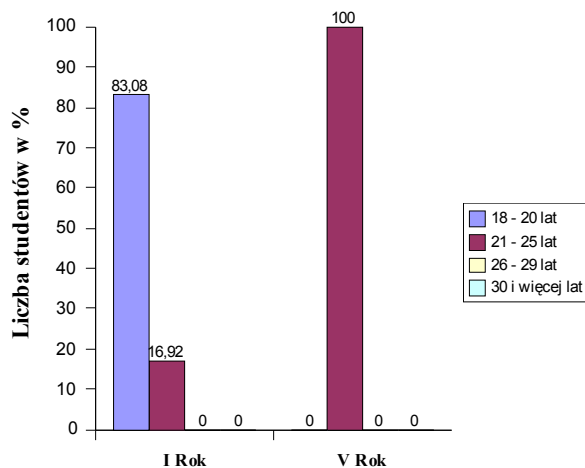


Wykres 3

Podział studentów prawa ze względu na płeć

Spośród 270 studentów prawa mężczyźni stanowią 51,15% pierwszego roku studiów oraz 53,24% piątego roku studiów. Kobiety stanowią 48,85% oraz 46,76% piątego roku studiów. Zatem różnica między kobietami, a mężczyznami pierwszego roku prawa wynosi zaledwie 2,3%, natomiast różnica między kobietami, a mężczyznami piątego roku prawa wynosi 6,48%.

W trakcie przeprowadzania badań uwzględniono również podział badanej populacji ze względu na wiek. Wykres 4 oraz 5 przedstawiają różnice wiekowe studentów socjologii oraz studentów prawa.

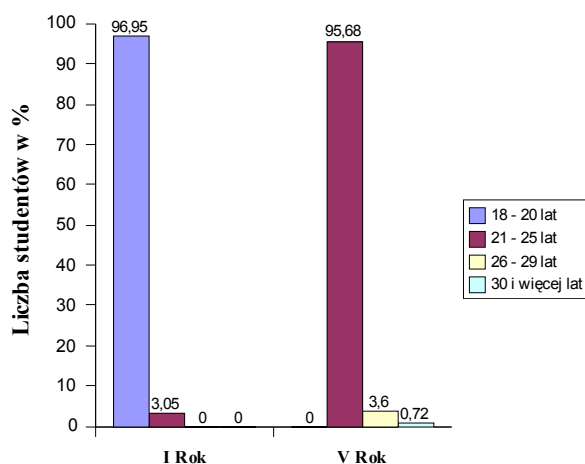


Wykres 4

Wiek studentów pierwszego i piątego roku socjologii

Z wykresu obrazującego wiek studentów socjologii można odczytać, iż 83,08% studentów pierwszego roku studiów znajduje się w przedziale wiekowym od 18 do 20 roku życia, natomiast w wieku od 21 do 25 lat jest 16,92% osób. Co ciekawe, 100% studentów piątego roku znajduje się w przedziale od 21 do 25 lat.

Wykres 5 przedstawia przedział wiekowy studentów pierwszego oraz piątego roku prawa.

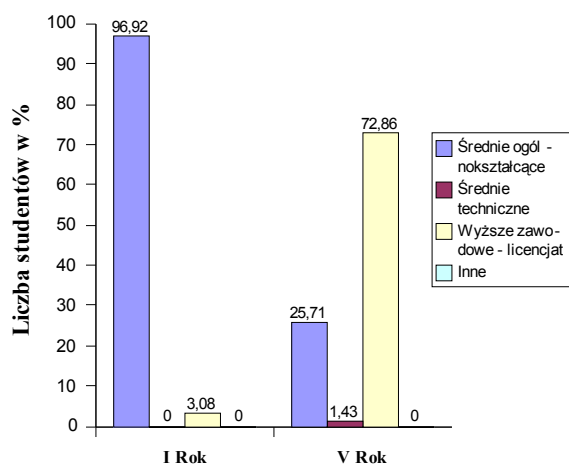


Wykres 5

Wiek studentów pierwszego i piątego roku prawa

Spośród 131 studentów pierwszego roku prawa 96,95% stanowią studenci z przedziału wiekowego od 18 do 20 lat. Zaledwie 3,05% stanowią studenci mający od 21 do 25 lat. W przypadku 139 studentów piątego roku prawa większość, tj. 95,68% stanowią osoby w wieku od 21 do 25 lat. W pozostałych przypadkach 3,6% stanowi grupa studentów w wieku od 26 do 29 lat, natomiast 0,72% mieści się w przedziale wiekowym od 30 i więcej lat.

Wykres 6 oraz wykres 7 przedstawiają rodzaj posiadanego wykształcenia badanej populacji studentów.

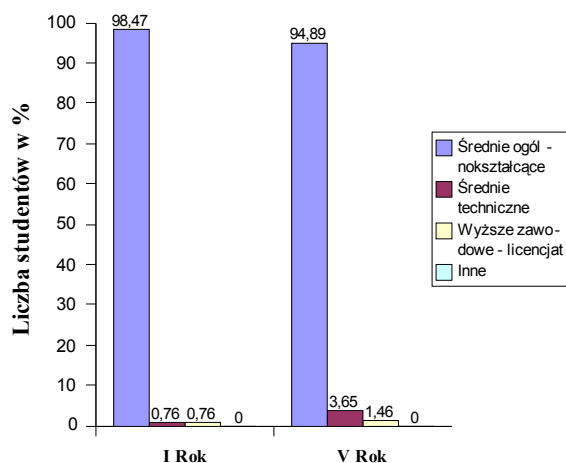


Wykres 6

Wykształcenie studentów pierwszego i piątego roku studiów socjologii

Spośród 139 studentów socjologii 95,92% stanowią studenci pierwszego roku z wykształceniem średnim ogólnokształcącym, natomiast 3,06% z wykształceniem licencjackim. W przypadku studentów piątego roku socjologii widoczny jest wzrost liczby osób z wykształceniem licencjackim – wynosi on 72,86%. Studentów z wykształceniem średnim ogólnokształcącym jest 25,71%, natomiast 1,43% stanowią studenci z wykształceniem średnim technicznym.

Wykres 7 przedstawia rodzaj posiadanego wykształcenia przez studentów pierwszego i piątego roku prawa.



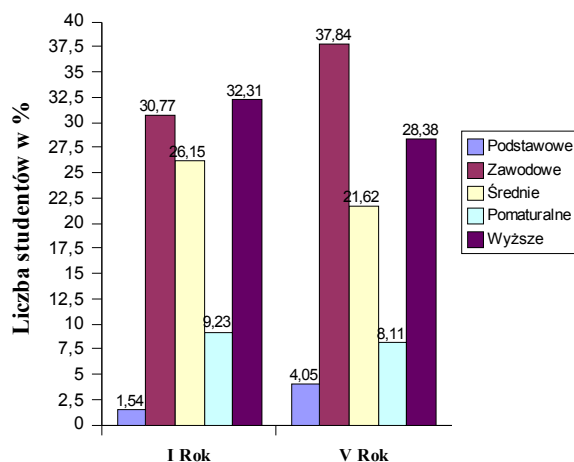
Wykres 7

Wykształcenie studentów pierwszego i piątego roku studiów prawa

Spośród 270 studentów prawa 96,47% stanowią studenci pierwszego roku z wykształceniem średnim ogólnokształcącym, natomiast 0,76% z wykształceniem średnim technicznym i 0,76% z licencjackim. Również w przypadku studentów piątego roku prawa zdecydowana większość osób posiada wykształcenie ogólnokształcące – jest to 94,89% osób. Z kolei 3,65% studentów ma wykształcenie średnie techniczne, zaś 1,46% - licencjackie.

Niewątpliwie do większości studentów posiadających wykształcenie licencjackie należą studenci piątego roku socjologii. Jest to konsekwencja istnienia wymogu ukończenia trzyletnich studiów licencjackich w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Śląskiego.

Kolejne dwa wykresy dotyczą wykształcenia ojców badanych grup studentów.

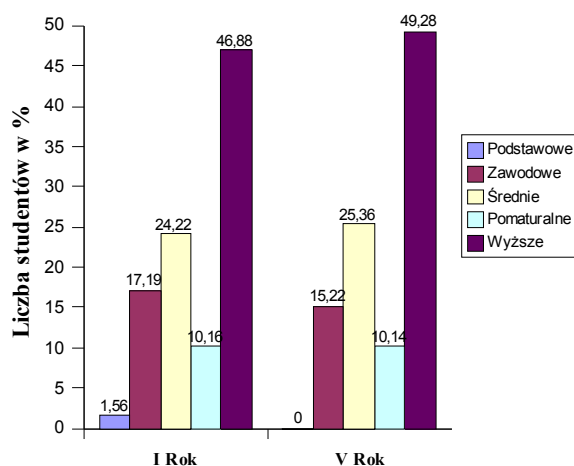


Wykres 8

Wykształcenie ojców studentów pierwszego i piątego roku socjologii

Z wykresu 8 wynika, iż 32,31% ojców studentów socjologii pierwszego roku posiada wyższe wykształcenie. Jednakże aż 30,77% ojców omawianej populacji ma wykształcenie zawodowe. 25,15% stanowią ojcowie z wykształceniem średnim, a 9,23% ojcowie z wykształceniem pomaturalnym. Najmniejszy procent stanowi grupa ojców z wykształceniem podstawowym - wynosi ona 1,54%. O ile ojcowie studentów pierwszego roku w większości posiadają wykształcenie wyższe, o tyle większość ojców studentów piątego roku posiada wykształcenie zawodowe – jest to 37,84% ojców. Z kolei 28,8% ojców studentów piątego roku posiada wykształcenie wyższe. W dalszej kolejności 21,62% ojców posiada wykształcenie średnie, zaś 8,11% wykształcenie pomaturalne. Najmniejszy procent, podobnie jak w przypadku ojców studentów pierwszego roku, stanowią ojcowie z podstawowym wykształceniem – jest to 4,05%.

Wykres 9 przedstawia wykształcenie ojców studentów pierwszego i piątego roku prawa.

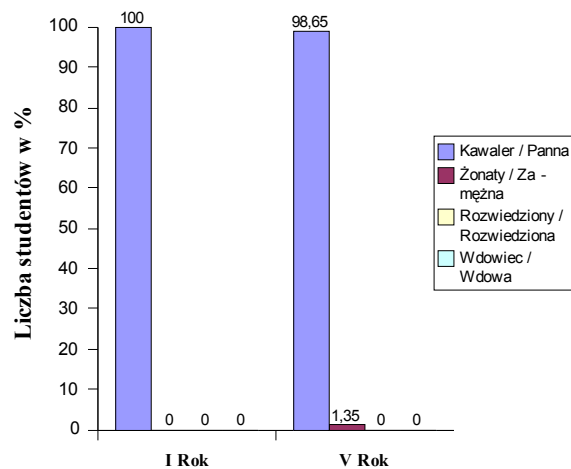


Wykres 9

Wykształcenie ojców studentów pierwszego i piątego roku prawa

Największy procent, aż 46,88%, stanowią ojcowie studentów pierwszego roku prawa. Kolejną grupę stanowią ojcowie ze średnim wykształceniem – 24,22%. 17,19% ojców studentów omawianego roku posiada wykształcenie zawodowe, a 10,16% - wykształcenie pomaturalne. Najmniejszą grupę stanowią ojcowie z wykształceniem podstawowym – 1,56%. Również w przypadku ojców studentów piątego roku największy procent stanowią osoby z wyższym wykształceniem – 49,28%. Natomiast 25,36% ojców omawianej grupy studentów posiada średnie wykształcenie, a 15,22% ma wykształcenie zawodowe. Wykształcenie pomaturalne posiada 10,14% osób. Żaden z ojców studentów piątego roku prawa nie ma wykształcenia podstawowego.

Oczywistym było również dokonanie podziału próby badawczej ze względu na stan cywilny. Wykres 10 obrazuje stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku socjologii.

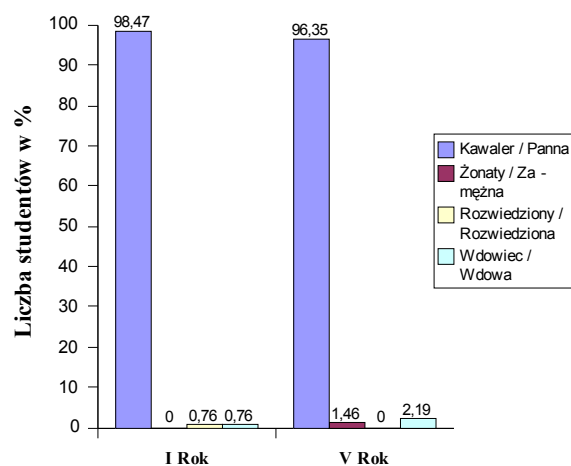


Wykres 10

Stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku socjologii

Z wykresu 10 wynika, iż studenci pierwszego roku socjologii stanowią w 100% grupę złożoną z kawalerów i panien. W przypadku piątego roku zaledwie 1,35% osób zmieniło swój stan cywilny.

Stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku prawa przedstawia wykres 11.



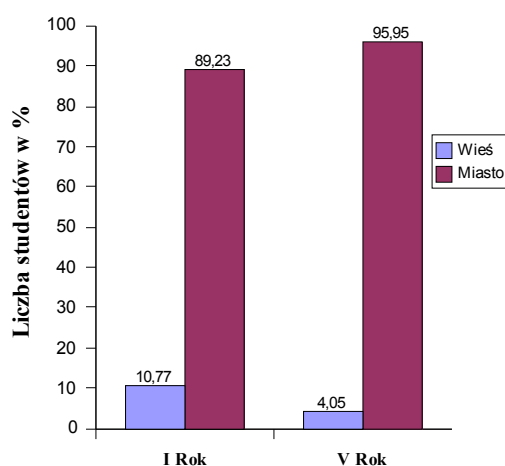
Wykres 11

Stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku prawa

Z wykresu 11 wynika, iż w stanie wolnym jest 96,47% studentów pierwszego roku prawa. Z kolei 0,76% jest rozwiedzionych, zaś 0,76% pozostało wdowami lub wdowcami.

W przypadku piątego roku prawa przeważającą grupę stanowią kawalerowie i panny – 96,35% osób. Swój wolny stan zmieniło zaledwie 1,46%, zaś 2,19% stanowią wdowy lub wdowcy.

Kolejne dwa wykresy dotyczyć będą miejsca zamieszkania. Wykres 12 przedstawia miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku socjologii.

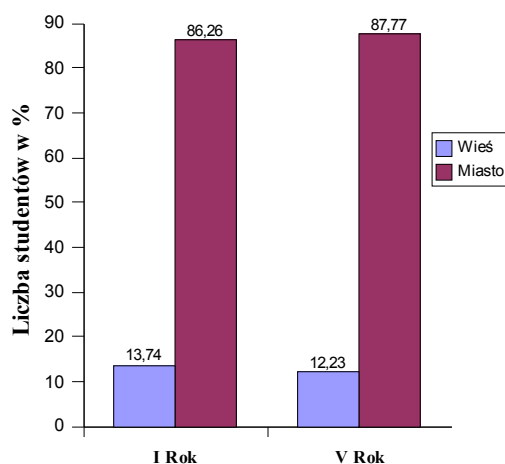


Wykres 12

Miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku socjologii

Zdecydowana większość studentów zarówno pierwszego jak i piątego roku socjologii pochodzi z miasta. 89,23% studentów pierwszego roku wskazało miasto jako swoje miejsce zamieszkania. Pozostałe 10,77% studentów pochodzi ze wsi. Spośród studentów piątego roku socjologii 95,95% wskazało miasto jako swoje miejsce zamieszkania, natomiast 4,05% studentów pochodzi ze wsi.

Wykres 13 przedstawia miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku prawa.



Wykres 13

Miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku prawa

Podobnie jak w przypadku studentów socjologii większość respondentów pochodzi z miasta. Spośród studentów pierwszego roku prawa 86,26% wskazało miasto jako swoje miejsce zamieszkania, zaś pozostałe 13,74% osób wskazało wieś. 87,77% studentów piątego roku prawa również pochodzi z miasta, natomiast 12,23% respondentów wskazało wieś jako swoje miejsce zamieszkania.

Po dokonaniu analizy danych metryczkowych materiału badawczego możliwe jest omówienie zasadniczej części przeprowadzonych badań na temat świadomości konsumenckiej.

Rozdział 6

Analiza wyników badań

6.1. Pytania wprowadzające

Do przeprowadzenia badań został wykorzystany kwestionariusz ankiety. W narzędziu tym zostało umieszczonych 34 pytań, które zostały odpowiednio podzielone na cztery grupy. Jednakże w pierwszej kolejności respondenci musieli udzielić odpowiedzi na pytania wprowadzające a więc takie (...) „których celem jest przygotowanie badanych do zagadnień poruszanych w całym kwestionariuszu lub w pewnych jego sekwencjach tematycznie odmiennych od pozostałych części narzędzia badawczego”.⁴¹⁹

Celem pierwszej grupy pytań było zbadanie znajomości praw przysługujących konsumentom. Druga grupa pytań dotyczyła ocen prawa, natomiast celem trzeciej grupy pytań było zbadanie postaw studentów. Wreszcie czwarta grupa pytań dotyczyła postulatów studentów związanych ochroną praw konsumenta.

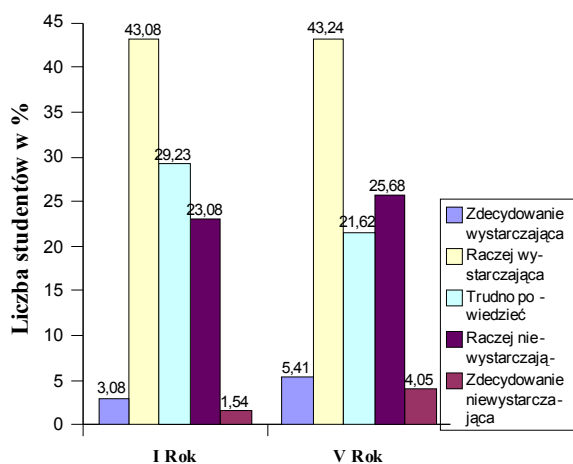
Większość z zawartych w kwestionariuszu pytań była zaopatrzona w kafeterię półotwartą, dzięki czemu respondent miał możliwość zaprezentować własną odpowiedź. Oczywiście w narzędziu badawczym były również kafeterie zamknięte oraz koniunktywne. O ile w pierwszym przypadku student miał ograniczony zestaw możliwych odpowiedzi, o tyle w drugim przypadku miał on możliwość dokonania wyboru kilku spośród możliwych odpowiedzi. Ponadto w celu zbadania ocen oraz postaw wobec prawa zostały wykorzystane tzw. pytania filtrujące. Pytania te w dużym stopniu pozwoliły uniknąć logicznych i merytorycznych błędów związanych z zadawaniem studentom pytań.

Warto dodać, iż w kwestionariuszu zostały również wykorzystane tzw. scenki rodzajowe. Dzięki nim respondent miał możliwość odniesienia się do ocen zachowań innych osób.

⁴ ¹⁹ Gruszczyński L.A. Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi surveyowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2001, s. 28.

Pierwsze pytanie z kategorii pytań wprowadzających dotyczyło określenia stopnia wiedzy studentów z zakresu przysługujących im praw konsumenckich.

Wykres 14 przedstawia odpowiedzi studentów pierwszego i piątego roku socjologii.



Wykres 14

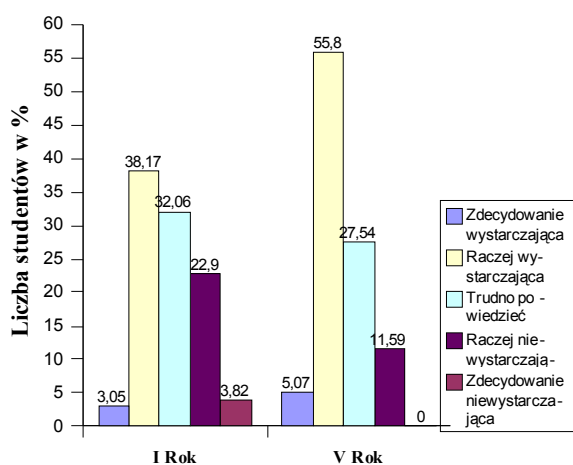
Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego i piątego roku socjologii

Na pytanie "Jak określiliby Pan/ określiliby Pani swoją wiedzę z zakresu przysługujących Panu(i) praw konsumenckich?", aż 43,08% studentów pierwszego roku socjologii uznało swoją wiedzę za "raczej wystarczającą". 29,23% respondentów wskazało odpowiedź "trudno powiedzieć", 23,08% - "raczej niewystarczająca". Spośród omawianej grupy jedynie 1,54% uznało swoją wiedzę za "zdecydowanie niewystarczającą", a 3,08% - za "zdecydowanie wystarczającą".

W przypadku piątego roku omawianej próby badawczej 43,24% studentów uznało swoją wiedzę z zakresu przysługujących im praw konsumenckich za "raczej wystarczającą", 25,68% wskazało odpowiedź "raczej niewystarczająca", 21,62% wskazało odpowiedź "trudno powiedzieć". Za wiedzą "zdecydowanie wystarczającą" opowiedziało się 5,41%. Najmniej studentów, tj. 4,05%, uznało swoją wiedzę za "zdecydowanie niewystarczającą".

Z analizowanego wykresy wynika, iż spośród studentów zarówno pierwszego, jak i piątego roku socjologii, najwięcej uznało swoją wiedzę z zakresu przysługujących im praw konsumenckich za "raczej wystarczającą".

Przejdźmy zatem do analizy odpowiedzi na to samo pytanie studentom pierwszego i piątego roku prawa (Wykres 15).



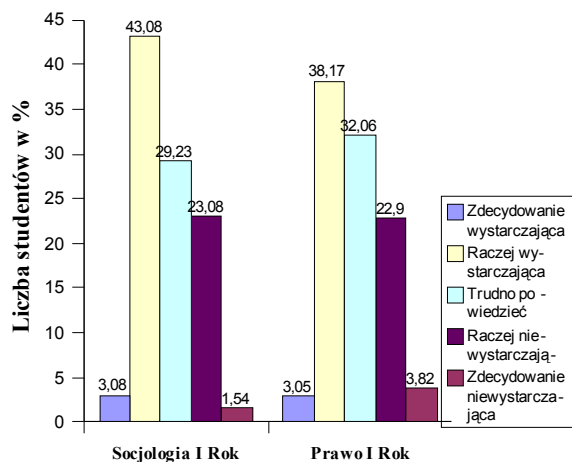
Wykres 15

Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego i piątego roku prawa

Na pytanie "Jak określiliby Pan/ określiliby Pani swoją wiedzę z zakresu przysługujących Panu(i) praw konsumenckich?" 38,17% respondentów pierwszego roku prawa wybrało odpowiedź "raczej wystarczająca", 32,06% wskazało odpowiedź "trudno powiedzieć", natomiast 22,9% studentów określiło swoją wiedzę za "raczej niewystarczającą". Jedynie 3,82% osób wskazało odpowiedź "zdecydowanie niewystarczającą". Najmniejszą procent omawianej grupy stanowią studenci, którzy określili swoją wiedzę za "zdecydowanie wystarczającą" – 3,05%.

W przypadku piątego roku prawa można zauważyć procentowy wzrost odpowiedzi studentów, którzy oceniają swoją wiedzę jako "raczej wystarczającą". Co ciekawe, zaledwie 5,07% osób uznało swoją wiedzę za "zdecydowanie wystarczającą". 27,54% studentów omawianej grupy wskazało odpowiedź "trudno powiedzieć", a 11,59% uznało swoją wiedzę za "raczej niewystarczającą". Jednakże nikt spośród studentów piątego roku prawa nie uznał swojej wiedzy za "zdecydowanie niewystarczającą".

Wykres 16 ilustruje procentowe zestawienie odpowiedzi na omawiane pytanie studentów socjologii oraz prawa.

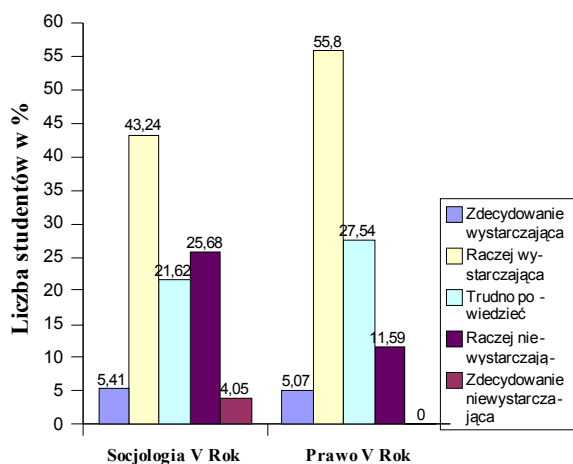


Wykres 16

Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego roku socjologii oraz prawa

Wykres 16 pozwala na dokonanie porównania udzielonych odpowiedzi na pytanie o stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego roku socjologii i prawa. Porównując odpowiedzi studentów socjologii i prawa można zauważyć, iż studenci pierwszego roku socjologii w 43,08% uważa swoją wiedzę za "raczej wystarczającą". Studenci pierwszego roku prawa nie są już takimi optymistami. Owszem, w większości określili swoją wiedzę jako "raczej wystarczającą" ale w 38,17%. Stopnia swej wiedzy nie potrafił określić większy procent studentów prawa niż studentów socjologii. Otóż 32,06% studentów prawa wybrało odpowiedź "trudno powiedzieć", zaś w przypadku studentów socjologii było to 29,23%. Z omawianego wykresu nie wynika duża dysproporcja w stosunku do odpowiedzi, iż posiadana przez studentów wiedza na temat praw konsumenckich jest "raczej niewystarczająca". Odpowiedź tą wybrało 23,08% studentów socjologii oraz 22,9% studentów prawa. Natomiast ciekawa jest różnica w wyborze odpowiedzi "zdecydowanie niewystarczająca". Okazało się, iż 3,84% studentów pierwszego roku prawa uznało swoją wiedzę z zakresu przysługujących im praw konsumenckich za zdecydowanie niewystarczającą. W przypadku studentów socjologii – 1,54% osób. Zarówno studenci prawa, jak i socjologii w większości nie traktują swojej wiedzy jako "zdecydowanie wystarczającą". Taką odpowiedź wybrało 3,08% studentów socjologii oraz 3,05% studentów prawa.

Warto teraz porównać odpowiedzi udzielonych przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.



Wykres 17

Stopień posiadanej wiedzy studentów piątego roku socjologii oraz prawa

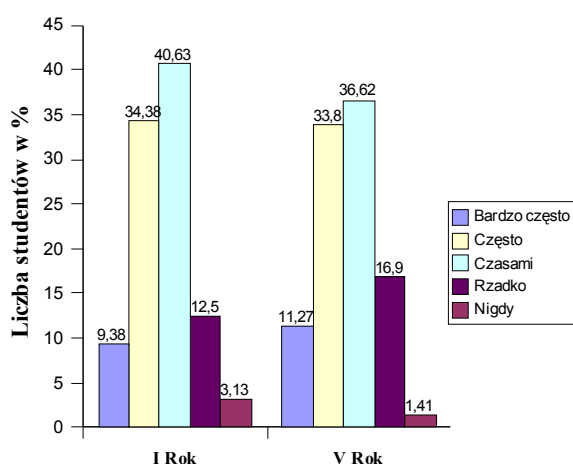
Wykres 17 ilustruje porównanie stopnia posiadanej wiedzy przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa. Jak nietrudno zauważyć 43,24% studentów socjologii uznało swoją wiedzę z zakresu przysługujących im praw konsumenckich za "raczej wystarczającą". W przypadku studentów piątego roku prawa taką opinię wyraziło aż 55,8%.

Warto w tym miejscu wrócić do analizy wykresu 16, gdzie swoją wiedzę za "raczej wystarczającą" deklarowało 43,08% studentów pierwszego roku socjologii i 38,17% studentów pierwszego roku prawa.

Wracając do wykresu 17, studenci piątego roku socjologii w 25,68% oceniają swoją wiedzę jako "raczej niewystarczającą", zaś studenci piątego roku prawa w 11,59%. W przypadku wyboru odpowiedzi "trudno powiedzieć", studenci socjologii w porównaniu ze studentami prawa stanowią mniejszość. Otóż odpowiedź tą wskazało 21,62% studentów socjologii i 27,54% studentów prawa. 5,41% studentów socjologii określa swoją wiedzę jako "zdecydowanie wystarczającą". Z takim określeniem swej wiedzy zgadza się zaledwie 5,07% studentów prawa. W przypadku analizy odpowiedzi "zdecydowanie niewystarczającą", warto ponownie wrócić do wykresu 16. Otóż o ile 3,82% studentów prawa pierwszego roku nisko oceniło swoją wiedzę,

tak spośród studentów piątego roku prawa 0% wskazało wspomnianą odpowiedź. W przypadku studentów socjologii można zauważyć odwrotne proporcje. Mianowicie 1,54% studentów pierwszego roku socjologii określającego swoją wiedzę za "zdecydowanie niewystarczającą", wzrasta do 4,05% studentów piątego roku.

Kolejne pytanie dotyczyło źródeł zdobywanych informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Studenci oprócz zaproponowanych siedmiu możliwych do wyboru odpowiedzi mieli możliwość dopisania własnego źródła informacji o obowiązujących prawach konsumenta. Wykres 18 przedstawia pierwsze z zaproponowanych źródeł, jakim jest prasa. W pierwszej kolejności zostanie rozpatrzony przypadek studentów socjologii.

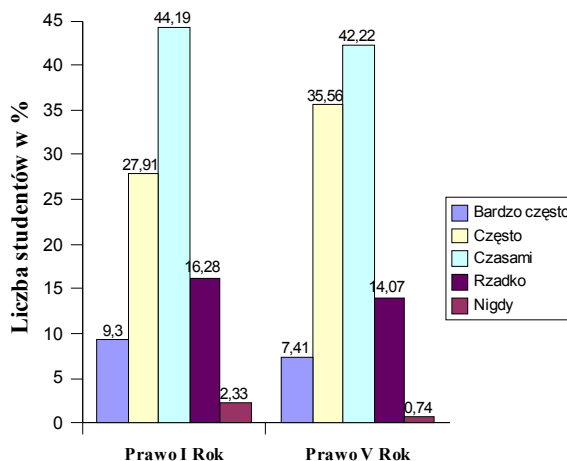


Wykres 18

Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Z przedstawionego wykresu 18 wynika, iż zarówno dla studentów pierwszego, jak i piątego roku socjologii prasa jest ważnym źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Spośród studentów pierwszego roku socjologii 34,38% osób wybrało odpowiedź "często", a 40,63% - "czasami". Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku piątego roku omawianej grupy. Tutaj prasa jest "często" wybierana w 33,8%, zaś "czasami" w 36,62%. Odpowiedź "bardzo często" wybrało 9,38% osób pierwszego roku oraz 11,27% piątego roku studiów. Dla 16,9% studentów piątego roku oraz dla 12,5% pierwszego roku socjologii prasa stanowi

"rzadkie" źródło informacji. Natomiast 1,41% studentów piątego roku oraz 3,13% studentów pierwszego roku nigdy nie korzysta z prasy w celu uzyskania informacji o przepisach prawa konsumenckiego.



Wykres 19

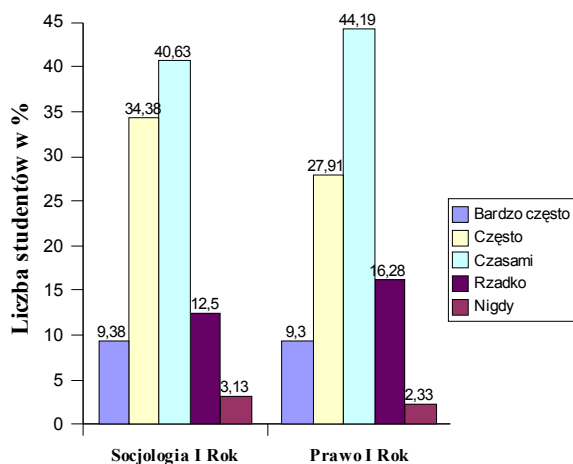
Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Wykres 19 przedstawia prasę jako źródło informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego studentów pierwszego i piątego roku prawa. Najwięcej spośród studentów pierwszego roku (44,19%) stwierdziło, iż "czasami", a 27,9% "często" korzysta z prasy w omawianym celu. Studenci piątego roku korzystają z prasy "czasami" w 42,22%, zaś "często" w 35,56%. Zarówno badanie pierwszego, jak i piątego roku prawa stosunkowo w niewielkim stopniu potwierdziło, iż prasa "bardzo często" jest głównym źródłem informacji o prawie - dla studentów pierwszego roku było to 9,3% zaś dla studentów piątego roku – 7,41%.

Nie dziwi zatem fakt występowania niewielkiej różnicy procentowej między pierwszym, a piątym rokiem w stwierdzeniu, iż prasa "rzadko" stanowi dla nich źródło wiedzy o prawach konsumentów. Jednakże zaledwie 2,33% studentów pierwszego roku oraz 0,74% studentów piątego roku "nigdy" nie korzysta z prasy.

Warto teraz dokonać zestawienia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii i prawa, by w dalszej kolejności móc porównać studentów ostatnich lat omawianych kierunków studiów.

Wykres 20 przedstawia częstotliwość wyboru prasy przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa.

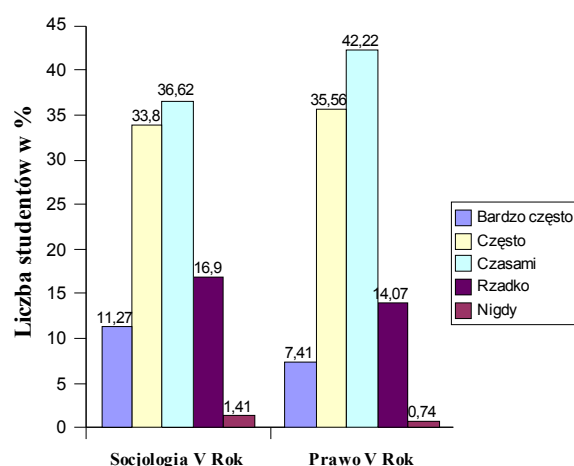


Wykres 20

Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu wynika, iż 40,63% studentów pierwszego roku socjologii "czasami" korzysta z prasy jako źródła informacji o prawie konsumenckim. Tą samą odpowiedź wybrało 44,19% studentów prawa. Jednakże porównując wybór odpowiedzi "często" okazuje się, iż studenci socjologii stanowią większość – 34,38%, studenci prawa – 27,91%. Spośród studentów socjologii 9,36% osób korzysta z prasy jako źródła informacji o prawie "bardzo często", a spośród studentów prawa taką odpowiedź wybrało 9,3%. "Rzadko" prasa jest źródłem wiedzy o przepisach prawnych dla 12,5% studentów socjologii oraz dla 16,28% studentów prawa. Nigdy nie korzysta z prasy 3,13% studentów socjologii i 2,33% studentów prawa.

W dalszej kolejności zostanie dokonane zestawienie odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa (Wykres 21).

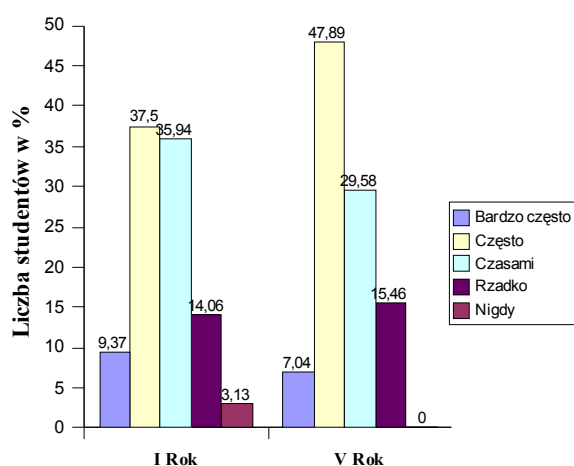


Wykres 21

Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Porównując wykres 21 z wykresem 20 można zauważyć niewielki wzrost znaczenia prasy jako źródła informacji o przepisach prawa konsumenckiego. 36,62% studentów socjologii piątego roku stwierdziło, iż "czasami" korzysta z prasy jako źródła informacji, 33,8% robi to "często", zaś 11,27% "bardzo często". Podobna sytuacja miała miejsce przy wyborze odpowiedzi przez studentów piątego roku prawa. 42,22% studentów stwierdziło, iż "czasami" korzysta z prasy w celu zdobycia informacji o przepisach prawa konsumenckiego, 35,56% wybrało odpowiedź "często", zaś 7,41% "bardzo często". Rzadko z prasy korzysta 16,9% studentów socjologii oraz 14,07% studentów prawa. Natomiast nigdy z prasy jako źródła omawianych informacji nie korzysta 1,41% studentów socjologii oraz 0,74% studentów prawa. Istnieją zatem pewne różnice w korzystaniu z prasy między badanymi grupami. Okazało się bowiem, iż studenci socjologii częściej niż studenci prawa korzystają z prasy jako źródła informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego.

Kolejnym zaproponowanym respondentom źródłem informacji jest radio lub telewizja. Wykres 22 przedstawia odpowiedzi studentów pierwszego i piątego roku socjologii.

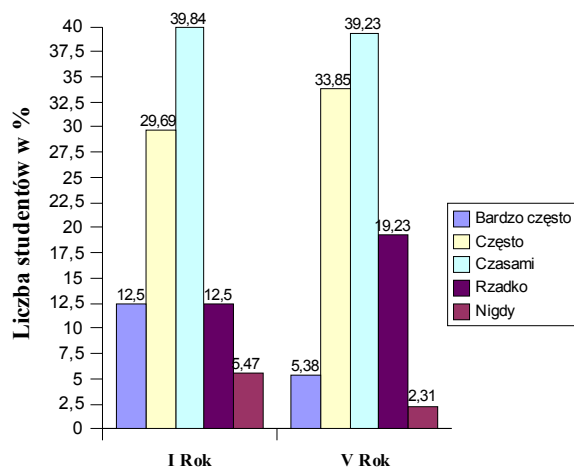


Wykres 22

Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Porównując na wykresie 22 pierwszy i ostatni rok studiów socjologii wyraźnie widać, iż dla studentów piątego roku (47,89%) media "często" stanowią źródło informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. W przypadku pierwszego roku, media są "częstym" źródłem wiedzy dla 37,5%. Również stosunkowo duża różnica między omawianymi grupami studentów jest w przypadku wyboru odpowiedzi "czasami". Otóż procent dla pierwszego roku wynosi 35,94%, a dla piątego – 29,58%. Jedynie 9,37% pierwszego roku i 7,04% piątego roku "bardzo często" uzyskuje informacje o prawach konsumenta dzięki mediom. Dla 14,06% studentów pierwszego roku, radio i telewizja "rzadko" stanowi główne źródło informacji, podobnie dla roku piątego – 15,46%. "Nigdy" media nie stanowią źródła informacji o przepisach prawa jedynie dla 3,13% studentów pierwszego roku. Żaden ze studentów piątego roku nie wybrał tej odpowiedzi.

Kolejny wykres (Wykres 23) dotyczy analizy odpowiedzi udzielonych przez studentów prawa.

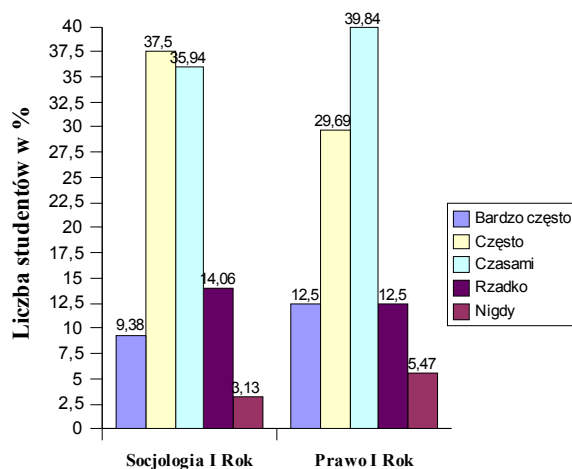


Wykres 23

Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Pierwszy rok prawa "bardzo często" korzysta z mediów w 12,5%, natomiast piąty rok – w 5,38%. Zatem widać wyraźny procentowy spadek ważności mediów dla osób z ostatniego roku studiów. Niemniej jednak zarówno dla pierwszego, jak i piątego roku, radio i telewizja jest stosunkowo popularnym źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Otóż odpowiedź "często" czerpię informacje z mediów wybrało 29,69% studentów pierwszego oraz 33,85% studentów piątego roku studiów. Najwięcej osób z omawianych roczników wybrało odpowiedź "czasami", tj. 39,84% studentów pierwszego roku oraz 39,23% studentów piątego roku prawa. 12,5% spośród osób pierwszego roku oraz 19,23% osób piątego roku "rzadko" korzysta z mediów. Radio lub telewizja "nigdy" nie stanowią źródła informacji o przepisach prawa konsumenckiego dla 5,47% studentów pierwszego roku oraz dla 2,31% studentów piątego roku prawa.

Za pomocą wykresu 24 możliwe jest zestawienie udzielonych odpowiedzi na omawiany temat przez studentów pierwszego roku socjologii i prawa.

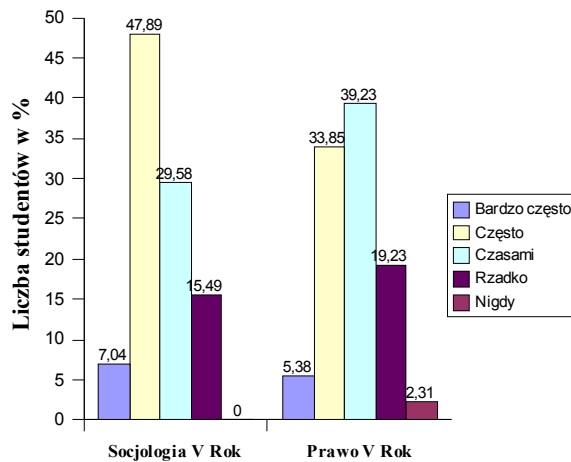


Wykres 24

Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Niewątpliwie z wykresu 24 wynika, iż media "często" są źródłem informacji o przepisach prawa konsumenckiego dla większej ilości studentów pierwszego roku socjologii niż studentów pierwszego roku prawa. Ową odpowiedź wybrało 37,5% studentów socjologii oraz 29,69% studentów prawa wspomnianych roczników. Aż dla 39,84% studentów prawa radio lub telewizja jest "czasami" omawianym źródłem informacji, z kolei dla studentów socjologii – 35,94%. Ciekawe, iż odpowiedź "bardzo często" wybrało 12,5% studentów prawa oraz 9,38% studentów socjologii. Niewielkie różnice widoczne są przy wyborze odpowiedzi "rzadko". W tym przypadku odpowiedź tą wybrało 14,06% studentów socjologii oraz 12,5% studentów prawa. "Nigdy" radio lub telewizja nie stanowią źródła informacji o prawie dla 3,13% studentów socjologii oraz dla 5,47% studentów prawa.

Kolejny wykres (Wykres 25) ilustruje zestawienie odpowiedzi studentów ostatnich lat studiów socjologii i prawa.



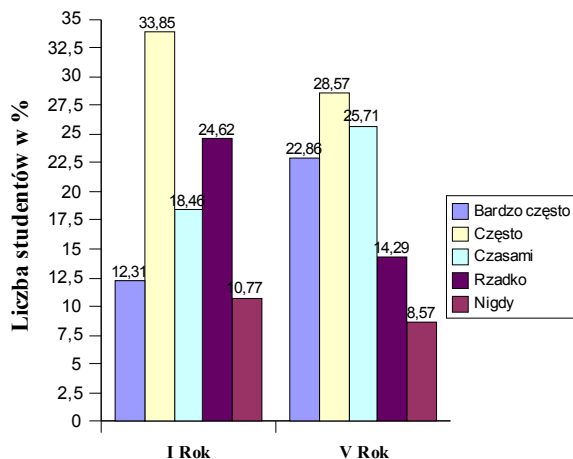
Wykres 25

Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Porównując wykres 24 z wykresem 25 można zauważyć jeszcze większy spadek znaczenia mediów w zdobywaniu informacji o przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku prawa. Natomiast dla piątego roku socjologii zauważa się odmienne dysproporcje. Otóż nastąpił wzrost z 37,5% do 47,89% liczby studentów socjologii deklarujących, iż media są dla nich częstym źródłem omawianych informacji. Faktem jest, iż porównując pierwszy z ostatnim rokiem prawa również zauważa się wzrost wyboru odpowiedzi "często" z 26,69% do 33,85%. Należy jednak zwrócić uwagę na jednoczesny znaczny procentowy wzrost liczby osób deklarujących, iż "rzadko" media stanowią dla omawianej grupy źródło informacji – jest to wzrost z 12,5% do 26,69%. W przypadku studentów socjologii procent odpowiedzi "rzadko" wzrósł zaledwie z 14,06% do 15,49%.

Dla 7,04% studentów piątego roku socjologii radio lub telewizja "bardzo często" stanowi źródło wiedzy na temat prawa, takiej odpowiedzi udzieliło 5,38% studentów piątego roku prawa. Spośród wszystkich studentów socjologii omawianej grupy nikt nie wskazał odpowiedzi, iż media "nigdy" nie stanowią dla nich źródła informacji o przepisach prawa konsumenckiego. W przypadku studentów prawa – taką odpowiedź wskazało 2,31%.

Trzecią zaproponowaną odpowiedzią na pytanie o źródła informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest internet. Analizę odpowiedzi studentów socjologii przedstawia wykres 26.

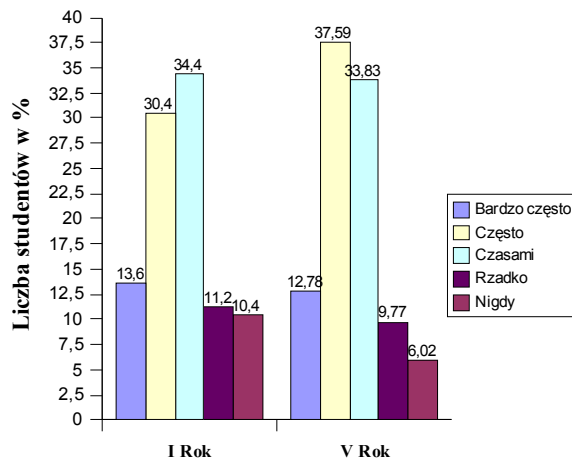


Wykres 26

Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Wykres 26 przedstawia internet jako kolejne źródło czerpania informacji na temat przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów socjologii. Nietrudno zauważyć, iż w porównaniu z wcześniej omówionymi źródłami (prasą, radiem lub telewizją) internet jest bardzo ważnym źródłem informacji dla omawianej grupy badawczej. Świadczyć o tym może stosunkowo duży procent odpowiedzi typu: "bardzo często" – 12,31% studentów pierwszego roku oraz 22,86% studentów piątego roku socjologii. Najwięcej, bo aż 33,85% studentów pierwszego roku stwierdziło, iż "często" korzystają z internetu w celu zapoznania się z obowiązującymi przepisami prawa. W przypadku studentów piątego roku taką odpowiedź wskazało 28,57%. Odpowiedź "czasami" wybrało 25,71% studentów piątego roku oraz 18,46% studentów pierwszego roku socjologii. Dla porównania, 24,62% studentów pierwszego roku stwierdziło, iż "rzadko" korzysta z internetu w celu zapoznania się z przepisami prawa konsumenckiego. Internet "nigdy" nie stanowi omawianych źródeł informacji dla 10,77% studentów pierwszego roku oraz dla 8,57% studentów piątego roku socjologii.

Warto teraz dokonać analizy wykresu 27, w którym zostały zestawione odpowiedzi studentów prawa.

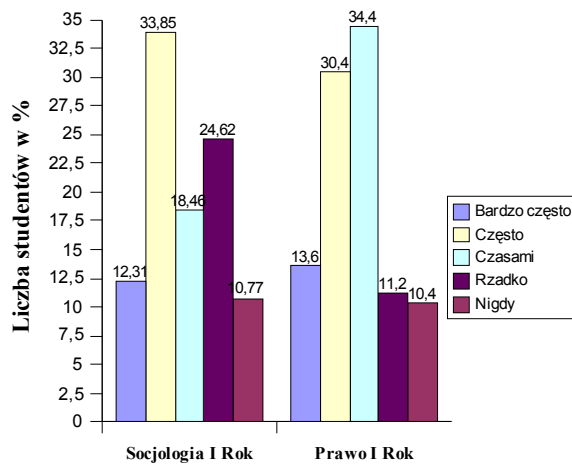


Wykres 27

Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu wynika, iż 12,6% pierwszego roku prawa oraz 12,78% piątego roku prawa "bardzo często" korzysta z internetu w celu zapoznania się z obowiązującymi przepisami prawa konsumenckiego. Aż 37,59% studentów piątego roku wybrało przyznało, iż internet "często" stanowi dla nich źródło wiedzy prawniczej, niewiele mniej – 33,83%, uznało, iż "czasami" korzystają w tym celu z internetu. W przypadku pierwszego roku, 30,4% stwierdziło, iż "często" korzysta z tego źródła informacji, a 34,4% - "czasami". Stosunkowo niski procent osób stwierdziło, iż "rzadko" korzysta z internetu jako źródła wiedzy o przepisach. Otóż stanowią oni 11,2% studentów pierwszego roku oraz 9,77% studentów piątego roku prawa. "Nigdy" internet nie stanowi omawianego źródła informacji dla 10,4% studentów pierwszej grupy oraz dla 5,02% drugiej grupy omawianej próby badawczej.

Kolejny wykres dotyczy porównania tych samych pod względem roku studiów różnych grup studentów. Wykres 28 przedstawia zestawienie odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa.

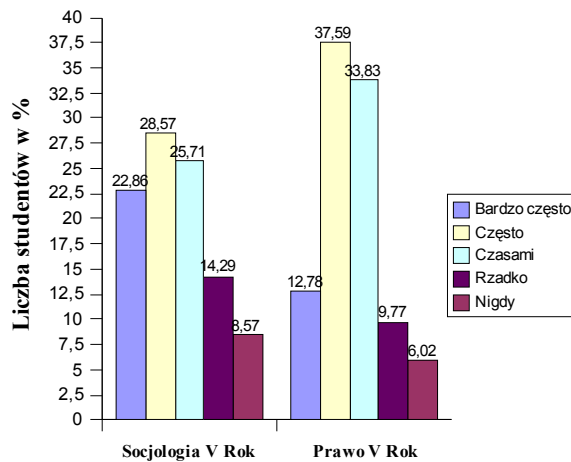


Wykres 28

Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wykresu 28 wynika, iż dla 33,85% studentów socjologii pierwszego roku internet "często" stanowi źródło informacji o przepisach prawa konsumenckiego. Również dla 30,4% studentów prawa pierwszego roku internet jest "często" wykorzystywany w omawianym celu. Jednakże w porównaniu do studentów prawa, studenci socjologii w dużo mniejszym stopniu wybierali odpowiedź "czasami". Otóż "czasami" korzysta z internetu 18,46% studentów socjologii i 34,4% studentów prawa. Owa dysproporcja wynika stąd, iż aż 24,62% studentów pierwszej omawianej grupy "rzadko" czerpie informacje o prawie z zaproponowanego źródła. Takiej odpowiedzi udzieliło 11,2% studentów prawa. Porównując częstotliwość wyboru diametralnie różnych odpowiedzi, takich jak "bardzo często" oraz "nigdy", nie ma wyraźnej różnicy między badanymi grupami studentów. Odpowiedź "bardzo często" wybrało 12,31% studentów socjologii, 13,6% - studentów prawa, przy czym odpowiedź "nigdy" wybrało 10,77% studentów socjologii oraz 10,4% - studentów prawa.

Kolejny wykres 29 przedstawia porównanie dwóch starszych pod względem roku studiów studentów socjologii oraz prawa.



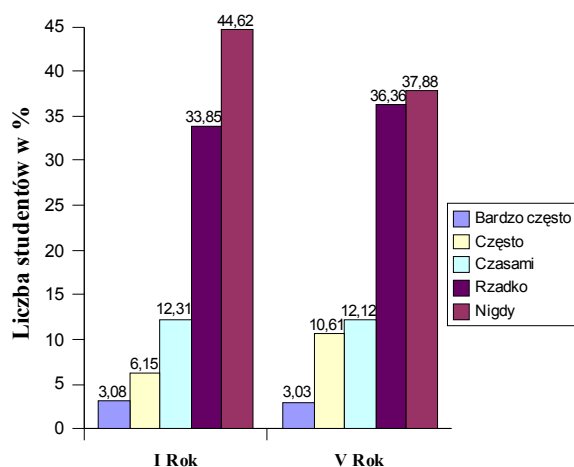
Wykres 29

Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Z przedstawionego wykresu 29 wynika, iż w porównaniu ze studentami prawa, studenci piątego roku socjologii stanowią większość pod względem wyboru odpowiedzi "bardzo często" korzystam z internetu jako źródła informacji o prawie – 22,86%, podczas gdy studenci prawa – 12,78%. Odpowiedź "często" wybrało 28,57% studentów socjologii, oraz 37,59% prawa. Aż 33,83% studentów piątego roku prawa zadeklarowało, iż "czasami" internet stanowi dla nich źródło omawianych informacji, w przypadku studentów piątego roku socjologii - 25,71%. "Rzadko" czerpie wiedzę o przepisach prawa konsumenckiego 14,29% studentów socjologii oraz 9,77% studentów prawa. Natomiast odpowiedź "nigdy" wybrało więcej studentów socjologii (8,57%) niż studentów prawa (5,02%).

Zatem okazuje się, iż dla studentów piątego roku prawa internet jest stosunkowo ważnym źródłem informacji o przepisach prawa konsumenckiego jednakże nie tak ważnym jak dla studentów socjologii.

Warto teraz przejść do analizy następnego zaproponowanego źródła wiedzy o prawie, jakim są specjalistyczne książki lub broszury. Wykres 30 przedstawia procentową ilość odpowiedzi udzielonych przez studentów socjologii.

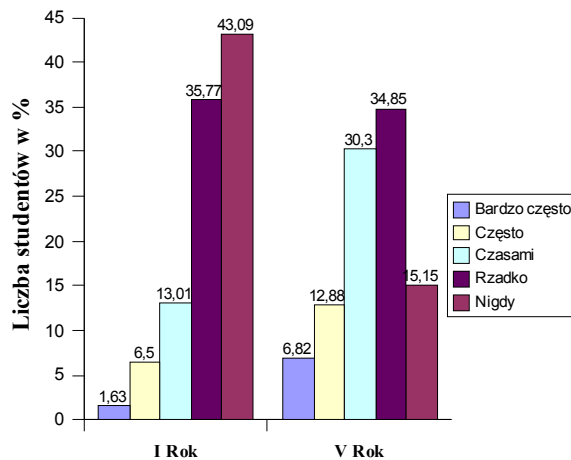


Wykres 30

Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Z wykresu 30 wyraźnie widać, iż specjalistyczne książki lub broszury nie stanowią głównego źródła informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii. Okazało się, iż bez względu na rok studiów omawiane źródło wiedzy nie jest popularne wśród analizowanej próby badawczej. "Bardzo często" korzysta z zaproponowanego źródła wiedzy zaledwie 3,08% studentów pierwszego roku oraz 3,03% studentów piątego roku socjologii. W przypadku odpowiedzi "często" zaznacza się niewielki procentowy wzrost z 6,15% do 10,61% wśród studentów ostatniego roku studiów. Odpowiedź „czasami” deklaruje 12,31% studentów pierwszego oraz niemalże tyle samo – 12,12% studentów piątego roku socjologii. Aż 44,62% studentów pierwszej analizowanej grupy "nigdy" nie korzysta ze specjalistycznych książek lub broszur, a 33,85% twierdzi, iż "rzadko" zaproponowane źródło jest dla nich cenne pod względem czerpania wiedzy prawniczej. Podobna sytuacja ma miejsce odnośnie wyboru odpowiedzi przez studentów piątego roku. Otóż odpowiedź "rzadko" wybrało 36,36%, zaś "nigdy" – 37,88%.

Wykres 31 przedstawia odpowiedzi studentów prawa.

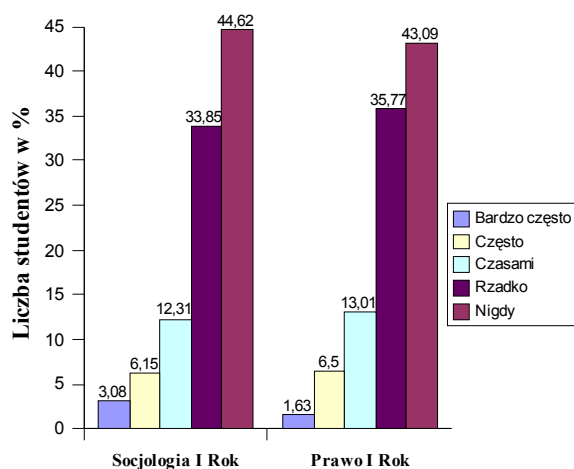


Wykres 31

Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Z przedstawionych na wykresie 31 danych wynika, iż wbrew pozorom specjalistyczne książki lub broszury nie stanowią "bardzo często" głównego źródła wiedzy prawniczej na temat przepisów prawa konsumenckiego. Odpowiedź tą wybrało zaledwie 1,63% studentów pierwszego roku oraz 6,82% piątego roku prawa. "Czasami" specjalistyczne książki lub broszury są ważne dla 30,3% studentów piątego roku ale dla pierwszego roku są ważne tylko w 13,01%. "Często" korzysta z zaproponowanego źródła 12,88% studentów piątego roku oraz zaledwie 6,5% studentów pierwszego roku. Aż 43,09% studentów pierwszego roku "nigdy" nie korzysta z owych źródeł, a 35,77% robi to "rzadko". W przypadku piątego roku zauważa się pewien wzrost popularności korzystania ze specjalistycznych książek lub broszur. Odpowiedź "nigdy" wybrało 15,15% osób, natomiast "rzadko" – 34,85%.

Kolejne dwa wykresy (Wykres 32 oraz Wykres 33) będą dotyczyły zestawienia odpowiedzi na omawiane pytanie studentów socjologii oraz prawa.

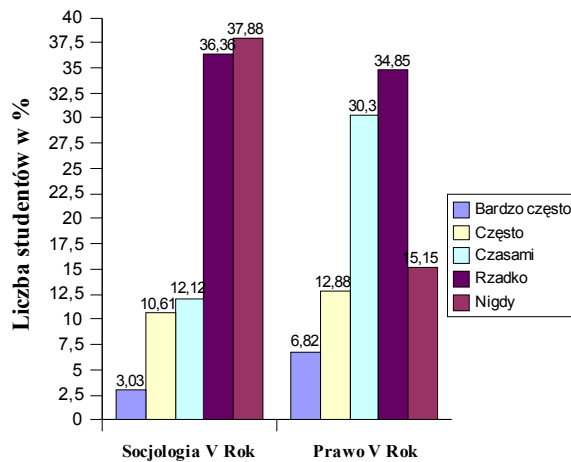


Wykres 32

Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu 32 wynika, iż różnice procentowe między odpowiedziami badanych grup praktycznie nie istnieją. Okazuje się, iż zarówno studenci pierwszego roku socjologii, jak i pierwszego roku prawa w większości nigdy nie korzystają ze specjalistycznych książek lub broszur. Odpowiedź "nigdy" wskazało 44,62% studentów socjologii oraz 43,09% studentów prawa. Odpowiedź "rzadko" wybrało 33,85% studentów socjologii oraz 35,77% - studentów prawa. 13,01% studentów prawa oraz 12,31% studentów socjologii stwierdziło, iż specjalistyczne książki lub broszury są dla nich źródłem wiedzy „czasami”. Z kolei 6,15% studentów socjologii oraz 6,5% studentów prawa opowiedziało się, iż "często" korzystają z broszur lub książek. Jedynie 3,08% studentów socjologii oraz 1,62% studentów prawa deklaruje, iż specjalistyczne książki lub broszury są przez nich "bardzo często" wykorzystywane w celu zdobycia informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego.

Wykres 33 przedstawia odpowiedzi studentów piątego roku socjologii i prawa.



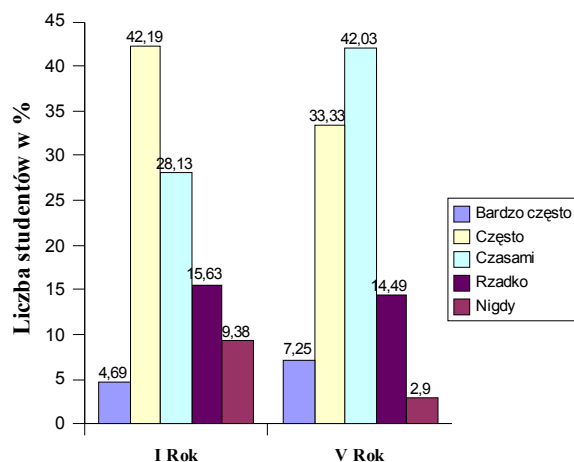
Wykres 33

Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Graficznie przedstawione dane wykresu 33 wskazują pewien wzrost znaczenia specjalistycznych książek lub broszur jedynie dla studentów prawa. W porównaniu do wcześniej opisanego wykresu 32 studenci socjologii w niewielkim zakresie zwiększyli swą chęć do poszukiwania informacji o prawie ze specjalistycznych książek lub broszur.

"Bardzo często" z takich materiałów korzysta 3,03% studentów socjologii piątego roku oraz 6,82% studentów piątego roku prawa. 10,6% studentów socjologii oraz zaledwie 12,88% studentów prawa twierdzi, iż "często" specjalistyczne książki lub broszury stanowią dla nich źródło informacji. Stosunkowo duża różnica istnieje przy wyborze przez studentów odpowiedzi "czasami". Odpowiedź tą wskazało 30,3% studentów prawa oraz jedynie 12,12% studentów socjologii. Zaskakujący jest wysoki procent odpowiedzi studentów prawa, którzy w 34,85% stwierdzili, iż "rzadko" korzystają ze specjalistycznych książek lub broszur. Podobnie studenci socjologii - 36,36%. "Nigdy" z książek i broszur nie korzysta 37,88% studentów socjologii oraz 15,15% studentów prawa. W tym przypadku istnieje duża różnica procentowa między badanymi grupami.

Kolejnym wyróżnionym źródłem w zdobywaniu informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego są znajomi. Wykres 34 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.

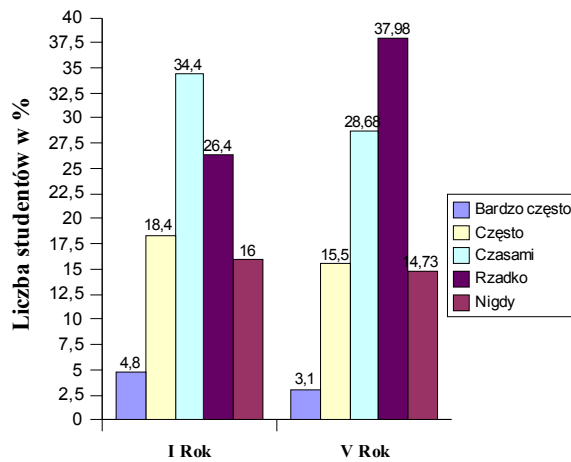


Wykres 34

Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Największy procent wskazań wśród studentów socjologii dotyczył odpowiedzi "często" oraz "czasami". Niewątpliwie dla 42,19% studentów pierwszego roku socjologii znajomi "często" są źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Również dla 33,33% studentów ostatniego roku znajomi "często" dostarczają im wiedzy na omawiany temat. Jednakże wyraźnie uwidacznia się fakt, iż porównując studentów pierwszego i piątego roku studiów, znajomi stanowią ważniejsze źródło informacji dla młodszych studentów. Studenci piątego roku wskazali w 42,03% odpowiedź "czasami", studenci pierwszego roku w 26,13%. Odpowiedź "bardzo często" wskazało 4,69% studentów pierwszego roku oraz 7,25% piątego roku socjologii. 15,63% studentów pierwszego roku oraz 14,49% piątego roku "rzadko" korzysta z wiedzy znajomych. Odpowiedź "nigdy" wskazało 9,38% studentów pierwszego roku oraz 2,9% studentów roku ostatniego.

Dzięki wykresowi 35 możliwe będzie dokonanie analizy udzielonych odpowiedzi przez studentów prawa.

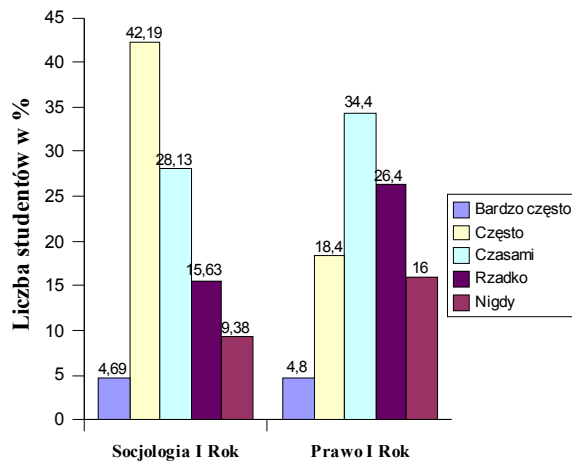


Wykres 35

Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu 35 wynika, iż dla studentów prawa znajomi nie są "częstym" źródłem informacji o przepisach prawa. Świadczy o tym fakt, iż dla 37,98% studentów piątego roku oraz dla 26,4% studentów pierwszego roku, znajomi "rzadko" są źródłem oczekiwanych informacji. Odpowiedź "nigdy" wybrało 16% studentów pierwszego roku oraz 14,73% - piątego roku. Z pomocy znajomych o obowiązujących przepisach prawnych korzysta zaledwie 4,8% studentów pierwszego roku prawa oraz 3,1% - piątego roku. Odpowiedź "często" wybrało 18,4% studentów pierwszego roku oraz 15,5% - piątego roku. "Czasami" z pomocy znajomych korzysta 34,4% studentów młodszej grupy oraz 28,68% osób piątego roku.

Warto teraz dokonać zestawienia znaczenia znajomych dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa.

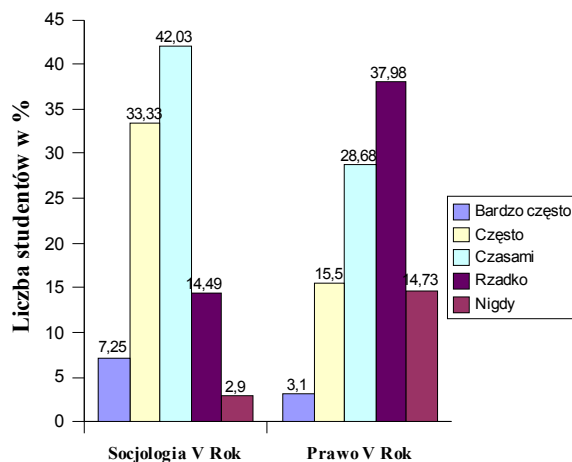


Wykres 36

Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wykresu 36 jednoznacznie wynika, iż znajomi jako źródło informacji o prawie mają większe znaczenie dla studentów socjologii pierwszego roku aniżeli w przypadku studentów pierwszego roku prawa. Otóż 42,19% studentów pierwszej omawianej grupy stwierdziło, iż znajomi "często" stanowią dla nich źródło wiedzy, 26,13% "czasami", a 4,69% - bardzo często. Porównując studentów pierwszego roku prawa, odpowiedzi często udzieliło 18,4%, "czasami" – 34,4%, zaś "bardzo często" - 4,8%. Rzadko z wiedzy znajomych korzysta 15,63% studentów pierwszego roku socjologii oraz 26,4% studentów pierwszego roku prawa. Natomiast "nigdy" z wiedzy znajomych nie korzysta 9,38% studentów pierwszego roku socjologii oraz 16% studentów pierwszego roku prawa.

Wykres 37 przedstawia odpowiedzi studentów piątego roku prawa i socjologii.

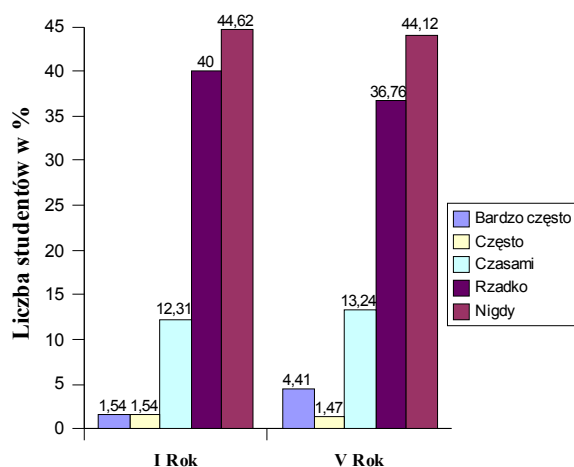


Wykres 37

Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Podobnie jak w przypadku studentów pierwszego roku socjologii i prawa, wyraźnie widać, iż znajomi rzadko (37,98%) stanowią źródło informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku prawa. Natomiast studenci piątego roku socjologii (33,33%) stwierdzili, iż "często" korzystają z wiedzy znajomych, a 42,03% "czasami" czerpie informacje z omawianego źródła. Dla porównania największą grupę (37,98%) studentów piątego roku prawa stanowią osoby, które "rzadko" korzystają z wiedzy znajomych, a 14,73% - "nigdy". Odpowiedź "często" wybrało tylko 15,5% studentów tej grupy, z kolei 28,68% wybrało odpowiedź "czasami". "Bardzo często" z wiedzy znajomych korzysta zaledwie 3,1% studentów piątego roku prawa oraz 7,25% studentów piątego roku socjologii. "Nigdy" nie korzysta z wiedzy znajomych tylko 2,9% studentów socjologii, zaś "rzadko" – 14,49%.

Oficjalne teksty prawne są szóstym z siedmiu zaproponowanych źródeł czerpania informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Przejdźmy zatem do kolejnych wykresów.

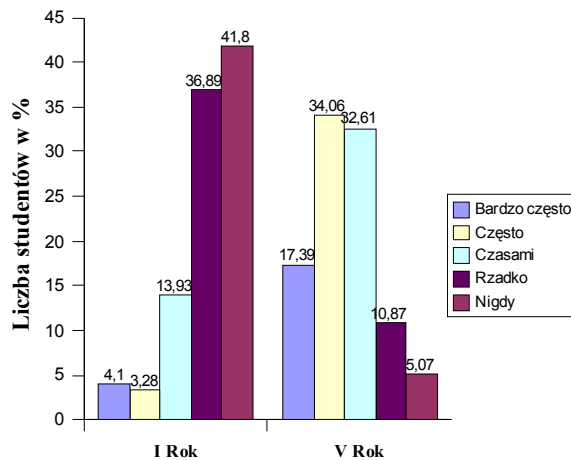


Wykres 38

Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Jak nietrudno zauważyć większość studentów pierwszego (44,62%) oraz piątego (44,12%) roku "nigdy" nie korzysta z oficjalnych tekstów prawnych. "Rzadko" wspomniane źródło informacji jest wykorzystywane przez 40% studentów pierwszego roku oraz przez 36,76% studentów piątego roku. Odpowiedź "czasami" wskazało 12,31% osób pierwszej grupy oraz 13,24% - drugiej z omawianych grup. Zaledwie dla 1,54% studentów pierwszego roku oraz dla 1,47% studentów piątego roku socjologii oficjalne teksty prawne są "często" źródłem informacji o przepisach prawa. "Bardzo często" z zaproponowanego źródła korzysta 1,54% osób spośród pierwszej grupy oraz 4,41% osób grupy drugiej.

Odpowiedzi studentów prawa przedstawia wykres 39.

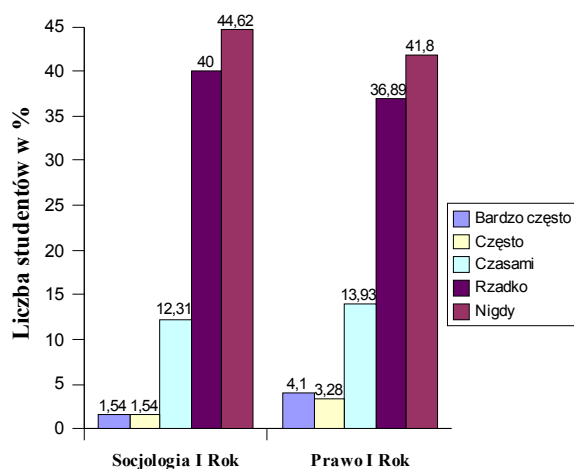


Wykres 39

Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Porównując wykres 39 z wykresem 38 wyraźnie widać, iż studenci piątego roku prawa częściej korzystają z oficjalnych tekstów prawnych. O ile studenci pierwszego roku prawa w 41,8% "nigdy" nie korzystają ze wspomnianego źródła informacji, to studenci piątego roku zaledwie w 5,07% procentach przyznali, iż oficjalne teksty prawne nie są dla nich istotnym źródłem informacji. Podobnie jest w przypadku wyboru odpowiedzi "często" oraz "czasami". 3,26% studentów pierwszego roku prawa stwierdziło, iż "często" korzystają z oficjalnych tekstów prawnych. W porównaniu z piątym rokiem odpowiedzi "często" udzieliło aż 34,06%. Stosunkowo duży wzrost znaczenia oficjalnych tekstów prawnych dla studentów piątego roku prawa potwierdza wybór odpowiedzi "bardzo często" – 17,39%. Studenci pierwszego roku "bardzo często" korzystają z omawianego źródła jedynie w 4,1%. Wreszcie "rzadko" z oficjalnych tekstów prawnych korzysta 36,89% studentów pierwszego roku oraz 10,87% studentów piątego roku.

W celu ułatwienia analizy znaczenia oficjalnych tekstów prawnych dla badanych grup warto dokonać zestawienia udzielonych odpowiedzi przez studentów socjologii pierwszego roku oraz studentów pierwszego roku prawa.

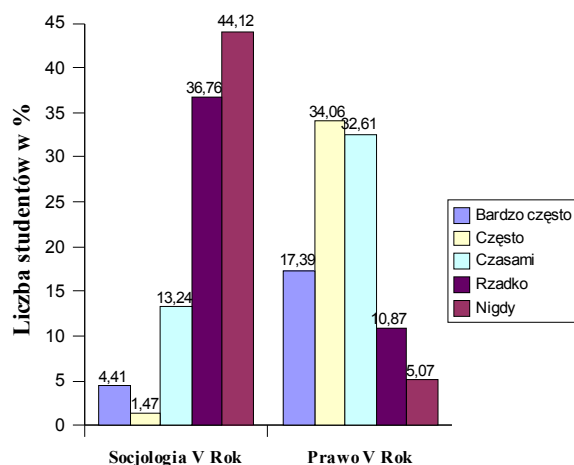


Wykres 40

Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Porównując odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii ze studentami pierwszego roku prawa nie widać wyraźnej różnicy w częstotliwości korzystania z oficjalnych tekstów prawnych. "Nigdy" z omawianego źródła nie korzysta 44,62% studentów socjologii oraz 41,18% studentów prawa. Podobnie w przypadku odpowiedzi "rzadko", którą wybrało 40% studentów socjologii oraz 36,89% studentów pierwszego roku prawa. Niewielka różnica ma miejsce przy wyborze deklaracji studentów, iż oficjalne teksty prawne "czasami" są przez nich wykorzystywane. Za takim wyborem opowiedziało się 12,31% studentów z pierwszej omawianej grupy oraz 13,93% studentów prawa. "Często" z analizowanego źródła korzysta 1,54% studentów socjologii oraz 3,28% studentów prawa. Również procentowa wielkość wyboru odpowiedzi "bardzo często" nie jest wysoka w obu omawianych grupach. Oficjalne teksty prawne bardzo często są wykorzystywane przez 1,54% studentów socjologii oraz 4,1% studentów prawa.

Wykres 41 ilustruje odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz prawa.

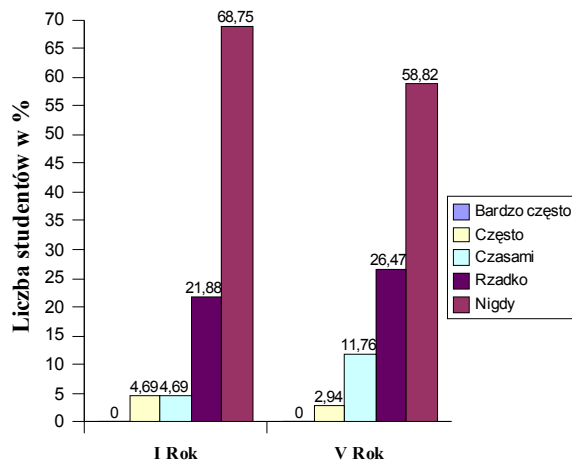


Wykres 41

Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Wykres 41 ilustruje stosunkowo ciekawe zestawienie odpowiedzi studentów ostatnich lat omawianych kierunków. Można zauważyć zupełnie odwrotne proporcje wyboru częstotliwości wyboru odpowiedzi na zaproponowane źródło czerpania informacji o przepisach prawa konsumenckiego. Okazało się, iż studenci socjologii w 44,12% "nigdy" nie korzystają z oficjalnych tekstów prawnych, studenci prawa – w 5,07%. Niewiele mniej osób pierwszej grupy (36,76%) "rzadko" czerpie z tekstów prawnych potrzebne informacje, studenci prawa udzielili takiej odpowiedzi zaledwie w 10,87%. Odpowiedź "czasami" wybrało 13,24% osób z pierwszej analizowanej próby badawczej oraz 32,61% - studentów prawa. 34,06% studentów piątego roku prawa "często" czerpie informacje z tekstów prawnych, a 17,39% "bardzo często". Biorąc pod uwagę odpowiedzi studentów socjologii: odpowiedź "często" wskazało 1,47% osób, "bardzo często" – 4,41% osób.

Ostatnim spośród zaproponowanych źródeł wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego są wykłady, kursy oraz szkolenia. W pierwszej kolejności zostaną poddane analizie odpowiedzi studentów pierwszego oraz piątego roku socjologii (Wykres 42).

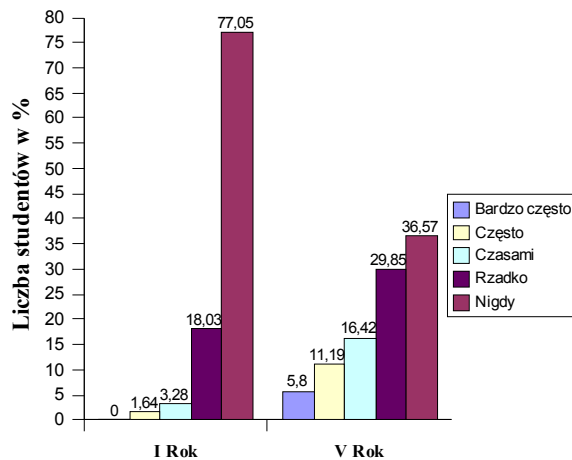


Wykres 42

Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii

Jak nietrudno zauważyć, z przedstawionego wykresu 42 wynika, iż wykłady, kursy czy też szkolenia praktycznie nie stanowią dla studentów socjologii źródła informacji o przepisach prawa konsumenckiego. 68,75% studentów pierwszego roku stwierdziło, iż "nigdy" nie korzystało z takiego źródła informacji. Niewiele mniej – 58,82% studentów piątego roku również stwierdziło, iż wykłady czy szkolenia nie są dla nich źródłem wiedzy o prawie. "Rzadko" korzysta z omawianego źródła 26,47% studentów piątego roku oraz 21,88% pierwszego roku. Odpowiedź "czasami" wskazało 11,76% osób piątego roku oraz 4,69% pierwszego roku. Natomiast odpowiedź "często" zadeklarowało 2,94% studentów ostatniego roku oraz 4,69% pierwszego roku. Żaden z respondentów nie udzielił odpowiedzi, iż "bardzo często" wykłady, kursy lub szkolenia są dla niego źródłem wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego.

Wykres 43 przedstawia odpowiedzi studentów pierwszego i drugiego roku prawa.

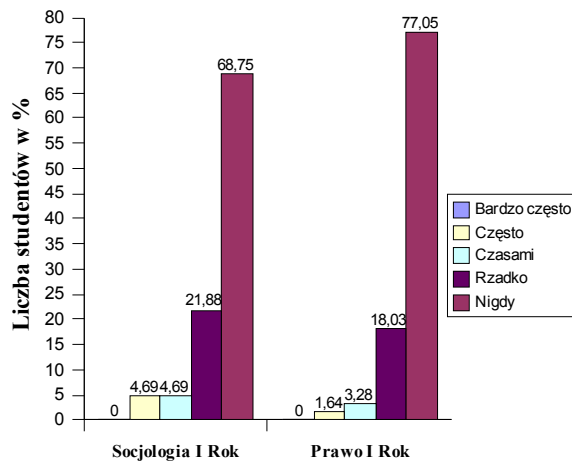


Wykres 43

Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa

Wykres 43 przedstawia niewielki wzrost znaczenia wykładów, kursów czy też szkoleń jako źródła wiedzy na temat przepisów prawa konsumenckiego. O ile bowiem dla studentów socjologii (bez względu na rok studiów, zob. wykres 42) omawiane źródło nie było popularne i powszechnie znane, to wśród studentów prawa zauważa się większe nim zainteresowanie. Szczególnie widoczne to jest wśród studentów piątego roku. Odpowiedź "bardzo często" wybrało 5,8%, "często" – 11,19%, "czasami" – 16,42%, „rzadko” - 29,85%, zaś „nigdy” - 36,57% studentów piątego roku. Natomiast wśród studentów pierwszego roku prawa nie ma żadnej osoby, która "bardzo często" korzysta z omawianego źródła, 1,64% stwierdziło, iż "często" wykłady, kursy, szkolenia dostarczają im wiedzy na temat prawa konsumenckiego, 3,28% stwierdziło, iż dzieje się to "czasami", zaś 18,03% udzieliło odpowiedzi "rzadko". Z kolei "nigdy" z owego źródła nie korzysta aż 77,05% studentów.

Warto w tym miejscu dokonać zestawienia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa (Wykres 44).

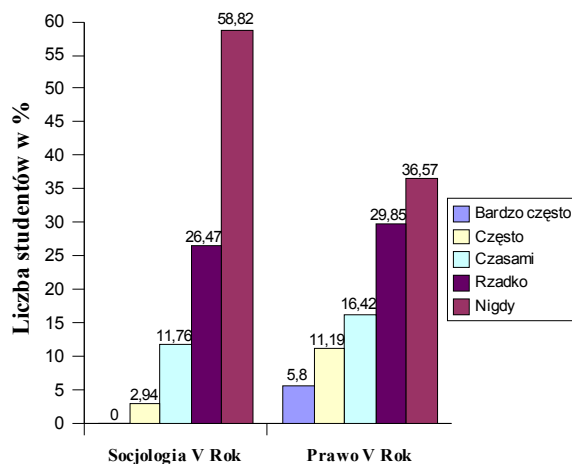


Wykres 44

Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z przedstawionego wykresu 44 wynika, iż żaden ze studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa "bardzo często" korzysta z wykładów, kursów czy szkoleń. Natomiast aż 77,05% studentów prawa oraz 68,75% studentów socjologii "nigdy" nie czerpie wiedzy ze wskazanego źródła. Odpowiednio, 21,84% studentów socjologii oraz 18,03% studentów prawa "rzadko" czerpie wiedzę z wykładów, kursów lub szkoleń. Odpowiedź "czasami" wybrało 4,69% studentów socjologii oraz 3,28% prawa. Z kolei "często" z omawianego źródła korzysta 4,69% osób z pierwszej grupy oraz zaledwie 1,64% studentów prawa.

Wykres 45 przedstawia zestawienie odpowiedzi studentów piątego roku prawa oraz piątego roku socjologii.



Wykres 45

Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Na wykresie 45, wśród studentów piątego roku obu kierunków, zaznacza się niewielki wzrost znaczenia wykładów, kursów czy szkoleń. Niewątpliwie studenci prawa częściej od studentów socjologii korzystają z analizowanego źródła. Odpowiedź "bardzo często" wybrało 5,8% studentów prawa i 0% studentów socjologii. "Często" korzysta z wykładów, kursów lub szkoleń 11,19% studentów prawa i 2,94% socjologii, odpowiedź "czasami" wybrało 16,42% studentów prawa i 11,76% socjologii. Natomiast w przypadku odpowiedzi "rzadko": 29,85% stanowią studenci prawa, zaś 26,47% studenci socjologii. "Nigdy" z omawianego źródła wiedzy nie korzysta 58,82% studentów socjologii oraz 36,57% studentów prawa.

Zgodnie z tym co zostało powiedziane na temat znaczenia pytania drugiego, studenci mieli możliwość wpisania własnego źródła, z którego czerpią wiedzę o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego.

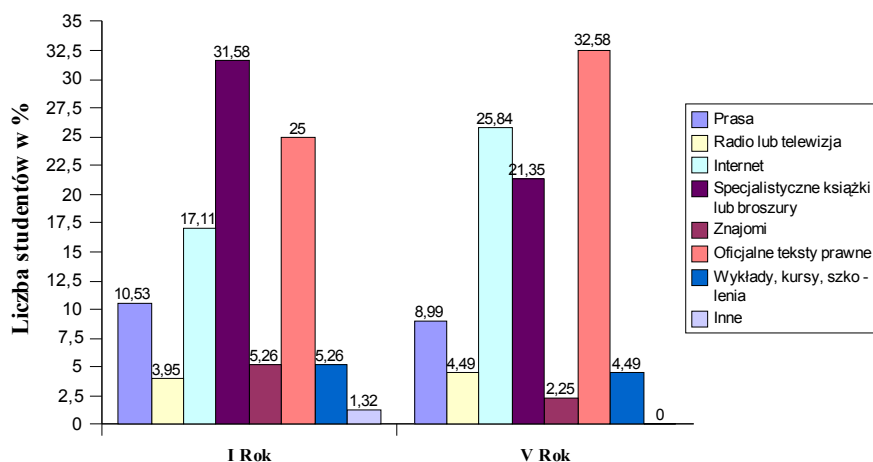
W przypadku studentów pierwszego roku socjologii, oprócz zaproponowanych źródeł informacji o prawie, dodatkowo wskazywano rodzinę oraz informacje jakie są udzielane w sklepie. Mówiąc bardziej szczegółowo, rodzinę wskazała jedna osoba, twierdząc, iż "czasami" korzysta z posiadanych przez nią informacji. Z kolei informacje w sklepie wyszczególniło troje spośród wszystkich studentów pierwszego roku socjologii. Jedna osoba stwierdziła, iż z informacji tych korzysta "bardzo często", druga – "często", a trzecia- "czasami".

Studenci piątego roku socjologii w jednym przypadku wskazali rodzinę jako źródło informacji o przepisach prawa konsumenckiego, natomiast "Powiatowego Rzecznika Praw Konsumenckich" wskazało dwóch studentów.

W przypadku studentów pierwszego roku prawa, trzy osoby wskazały jako swoje źródło wiedzy szkołę, jedna rodzinę, zaś jedna informacje otrzymane w sklepie. Studenci, którzy dodatkowo jako źródło wiedzy wskazali szkołę stwierdzili, iż "często" oraz "bardzo często" czerpali z niej wiedzę o prawie. Dla osoby, która wpisała rodzinę - "bardzo często" stanowi ona dla niej źródło wiedzy. Podobnie w jest w przypadku wyboru informacji udzielanych respondentowi w sklepie.

Czworo studentów piątego roku prawa wyróżniło pracę oraz informacje udzielane w sklepie jako swe dodatkowe źródło wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Troje z nich "bardzo często" czerpie informacje z pracy zaś jeden student stwierdził, iż to sklep "często" udziela mu informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego.

Przejdźmy zatem do pytania trzeciego zawartego w kwestionariuszu ankiety. Dotyczy ono bowiem oceny wszystkich zaproponowanych w pytaniu drugim źródeł wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego.

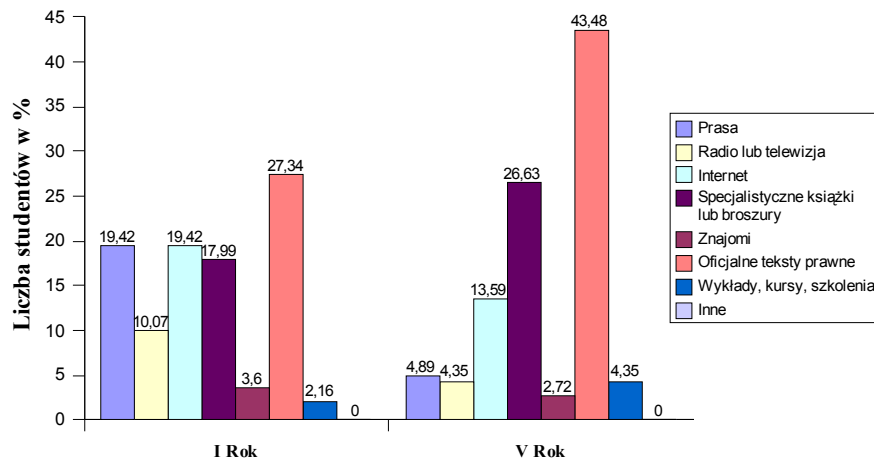


Wykres 46

Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów socjologii

Niewątpliwie specjalistyczne książki lub broszury są przez studentów pierwszego roku socjologii najwyżej cenionym źródłem informacji o przepisach prawa konsumenckiego (31,58%). Oficjalne teksty prawne również zostały wysoko ocenione przez badanych studentów (25% studentów pierwszego roku oraz 32,58% studentów piątego roku). Internet jako za najbardziej pełne i wyczerpujące źródło uznało 25,84% studentów piątego roku oraz 17,11% studentów pierwszego roku. Prasę uznało 10,53% studentów pierwszego roku oraz 8,99% studentów piątego roku. Stosunkowo niewielki procent respondentów (3,95% studentów pierwszego roku oraz 4,49% studentów piątego roku) ocenia prasę jako wyczerpujące źródło informacji. Co ciekawe, zaledwie 5,26% studentów pierwszego roku wysoko ocenia znajomych. Podobnie studenci piątego roku – 2,25%. Źródło jakim są wykłady, szkolenia lub kursy 5,26% respondentów pierwszego roku oraz 4,49% respondentów piątego roku uznaje za pełne i wyczerpujące.

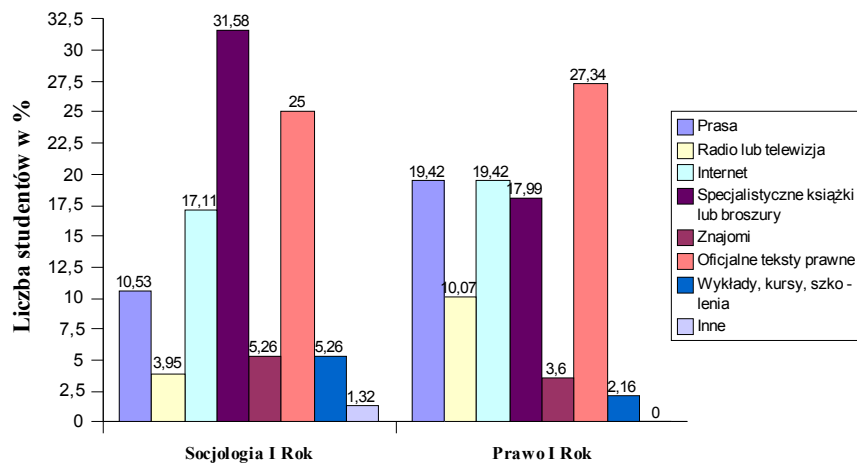
Wykres 47 przedstawia ocenę źródeł informacji o przepisach prawa konsumenckiego studentów prawa.



Wykres 47

Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów prawa

Poddając analizie porównawczej odpowiedzi udzielone przez studentów pierwszego roku prawa z odpowiedziami studentów piątego roku prawa można stwierdzić, iż wśród źródeł informacji o prawie najwyżej oceniane są oficjalne teksty prawne. Takiej odpowiedzi udzieliło 27,34% studentów pierwszego roku prawa oraz 43,48% studentów piątego roku. Specjalistyczne książki lub broszury wysoko oceniło 17,99% respondentów młodszej grupy oraz 26,63% respondentów piątego roku. Duże znaczenie dla obu grup ma również internet. 19,42% studentów pierwszego roku uznało owo źródło informacji za najbardziej pełne. Podobnego zdanie było 13,59% studentów piątego roku. Zdecydowana różnica w ocenie źródeł informacji dotyczy prasy. Otóż według 19,42% respondentów z pierwszej grupy prasa stanowi wyczerpujące źródło informacji. Jednakże tylko dla 4,89% respondentów piątego roku prasa jest wystarczającym źródłem informacji o przepisach prawa konsumenckiego. Dla 10,07% osób z pierwszego roku media przekazują wystarczającą wiedzę. Z taką opinią zgadza się 4,35% osób z piątego roku studiów. Podobnie jak w przypadku socjologów, również i tutaj znajomi nie są przez wielu ocenianych jako pełne źródło wiedzy. Dla 3,6% studentów pierwszego roku oraz dla 2,72% studentów piątego roku znajomi dostarczają w pełni wyczerpujących informacji na temat przepisów prawa konsumenckiego. Natomiast tylko 2,16% osób pierwszej grupy oraz 4,35% osób grupy drugiej uznało wykłady, kursy lub szkolenia za najbardziej wystarczające źródło informacji.

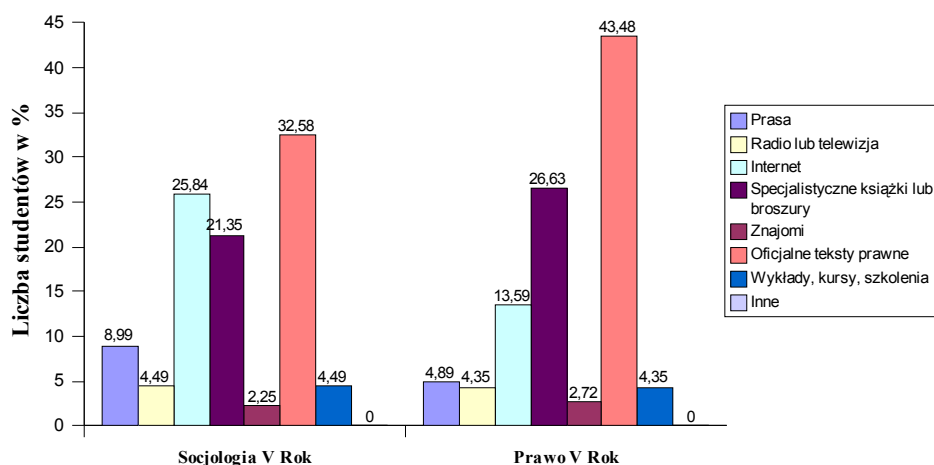


Wykres 48

Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Nie ulega żadnej wątpliwości, iż według wykresu 48, dla 31,58% studentów pierwszego roku socjologii, najbardziej pełne i rzetelne ze źródeł są specjalistyczne książki lub broszury. Podobnego zdania jest 17,99% studentów prawa. W dalszej kolejności studenci wysoko ocenili oficjalne teksty prawne: 27,34% studentów prawa oraz 25% studentów socjologii. Dla respondentów pierwszego roku prawa, ważnym i cennym źródłem informacji jest prasa oraz internet. W obu przypadkach odpowiedzi wyniosły 19,41%. Natomiast dla studentów socjologii prasa jest cennym źródłem informacji dla 10,53%, internet dla 17,11%. Media są uważane za wartościowe źródło informacji przez 3,95% studentów socjologii oraz przez 10,07% studentów prawa. Natomiast informacje znajomych są uznawane za wystarczające przez 5,26% studentów socjologii oraz przez 3,6% studentów prawa. Ostatnie zaproponowane źródło jakim są wykłady, kursy lub szkolenia zostały lepiej ocenione przez respondentów pierwszej grupy i wynosi 5,26%. Natomiast za ledwie 2,16% studentów prawa uznaje owe źródło za wystarczające.

Kolejny 49 wykres przedstawia oceny źródeł informacji o przepisach prawnych studentów piątego roku socjologii oraz studentów piątego roku prawa.



Wykres 49

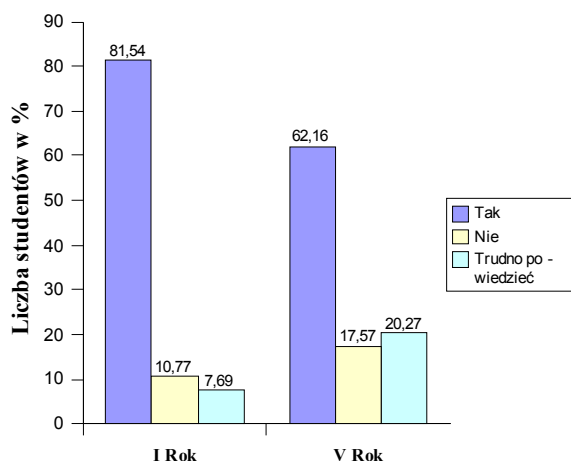
Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu 49 wynika, iż dla studentów piątego roku prawa za najbardziej pełne i wyczerpujące źródło informacji są oficjalne teksty prawne. Co ciekawe, również dla studentów piątego roku socjologii owe źródło zostało wysoko ocenione – 32,58%. W dalszej kolejności internet wśród studentów socjologii (25,84%) oraz specjalistyczne książki lub broszury wśród studentów prawa (26,63%) są wysoko ocenione jako źródło wiedzy prawniczej. Specjalistyczne książki lub broszury również dla studentów socjologii (21,35%) są uznane za wystarczające. Ocena prasy wśród studentów ostatnich lat studiów jest niższa aniżeli w przypadku studentów pierwszego roku obu kierunków. Zatem prasa przez 8,99% studentów socjologii oraz 4,89% studentów prawa, jest uważana za wystarczające źródło wiedzy. Znajomi w pełni dostarczają wiedzy na temat przepisów prawa konsumenckiego dla 2,25% studentów socjologii oraz dla 2,72% studentów prawa. Wykłady, kursy lub szkolenia są wystarczające dla 4,49% respondentów pierwszej grupy oraz dla 4,35% studentów grupy drugiej.

Warto zwrócić uwagę na ciekawe zjawisko. Otóż większość studentów socjologii z jednej strony uznało, iż specjalistyczne książki, broszury oraz oficjalne teksty prawne za najbardziej pełne i wyczerpujące. Jednakże z analizy pytania na

temat źródeł czerpania wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego wynika, iż większość respondentów rzadko lub nigdy ze źródeł tych nie korzysta.

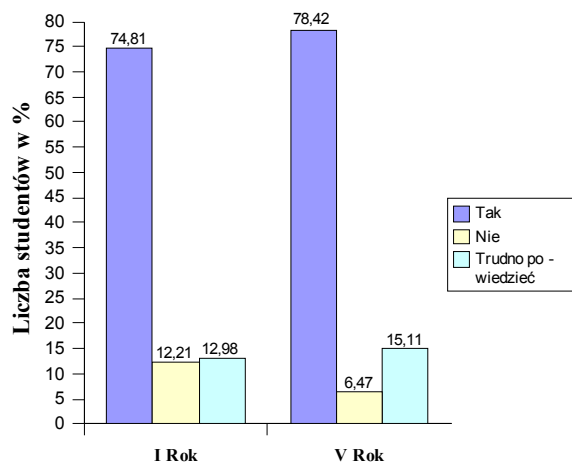
Kolejne pytanie dotyczy motywacji respondentów o uzupełnienie swojej wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Wykres 50 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.



Wykres 50

Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów socjologii

Na pytanie czy respondent chciałby uzupełnić swoją wiedzę o przepisach prawa konsumenckiego, twierdząco odpowiedziała większość studentów socjologii, tj. 81,54% studentów pierwszego roku oraz 62,16% studentów piątego roku. 10,77% respondentów pierwszej grupy stwierdziło, iż nie mają potrzeby uzupełnienia swej wiedzy, a 7,69% osób wybrało odpowiedź "trudno powiedzieć". Studenci piątego roku socjologii w porównaniu z pierwszym są bardziej niezdecydowani (20,27%). Natomiast 17,57% respondentów nie wyraża chęci uzupełnienia posiadanej przez nich wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Jest to stosunkowo duża grupa osób, tym bardziej iż zaledwie 5,41% osób piątego roku oraz 3,08% studentów pierwszego roku uznało swoją wiedzę za zdecydowanie wystarczającą. Odpowiedzi studentów prawa na omawiane pytanie przedstawia wykres 51.



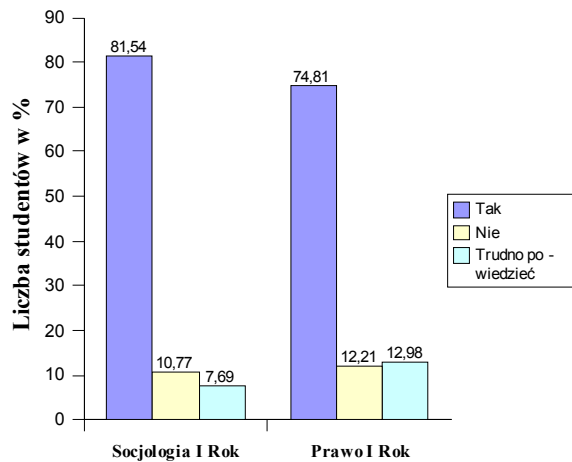
Wykres 51

Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów prawa

Z przedstawionego wykresu wynika, iż zdecydowana większość studentów zarówno pierwszego, jak i piątego roku wyraża chęć uzupełnienia swojej wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Ciekawe, że aż 78,42% studentów ostatniego roku wyraża taką potrzebę, a zaledwie 6,47% nie ma takiej motywacji.

Biorąc pod uwagę rok pierwszy, 74,81% chce uzupełnić posiadaną wiedzę, 12,21% nie ma takiej potrzeby. 12,96% studentów wybrało odpowiedź "trudno powiedzieć".

W celach porównawczych dokonano zestawienia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz prawa (Wykres 52).

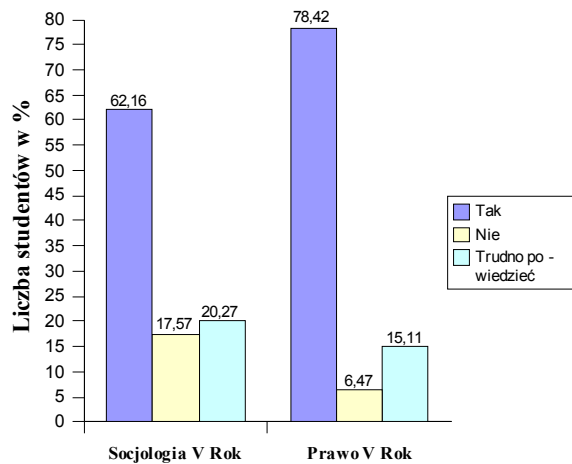


Wykres 52

Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Zarówno studenci pierwszego roku socjologii (81,54%), jak i pierwszego roku prawa (74,81%) wyrażają chęć uzupełnienia swojej wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Zdecydowana mniejszość respondentów nie wyraża woli dokończenia się w owym kierunku (10,77% studentów socjologii, 12,21% studentów prawa). Odpowiedź "trudno powiedzieć" wybrało 7,69% respondentów pierwszej grupy oraz 12,96% grupy drugiej.

Kolejny 53 wykres ilustruje odpowiedzi studentów ostatnich lat obu badanych grup studentów.

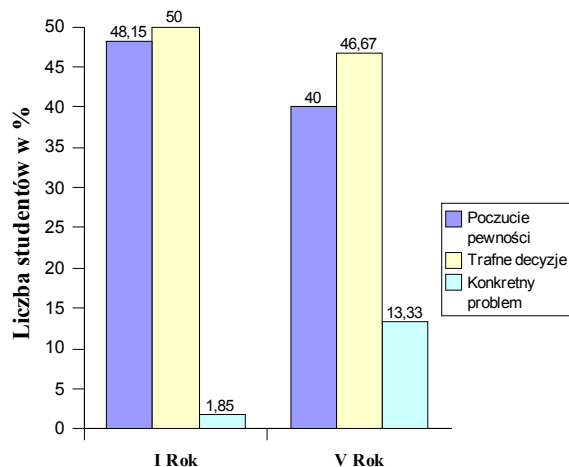


Wykres 53

Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Porównując deklaracje chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego można stwierdzić, iż studenci prawa (78,4%) stanowią większość. Również dla 62,16% studentów piątego roku socjologii ważne jest zwiększenie znajomości omawianych przepisów prawa. Jedynie 6,47% studentów prawa oraz 17,57% nie wyraża takiej chęci. 20,27% studentów socjologii oraz 15,11% studentów prawa dokonało wyboru odpowiedzi "trudno powiedzieć".

Ze względu na postawione pytanie o chęć uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego koniecznym było poznanie celu owej, wyrażanej przez studentów, chęci. Respondentom zostały przedstawione trzy propozycje odpowiedzi, mieli oni również możliwość podania innego od zaproponowanych celów.

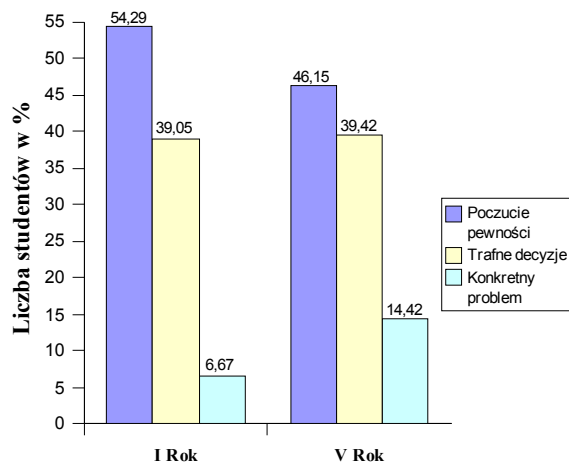


Wykres 54

Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów socjologii

Większość studentów pierwszego roku socjologii (50%) chciałoby uzupełnić swoją wiedzę w celu ułatwienia podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. Wysoki procent (48,15%) dotyczy deklaracji studentów, którzy chcą uzupełnić swoją wiedzę ale w celu zwiększenia poczucia pewności w walce o swoje prawa. Zaledwie 1,85% studentów chciałoby rozwiązać konkretny problem. W przypadku udzielonych odpowiedzi przez studentów piątego roku, 46,67% chce uzupełnić wiedzę o przepisach prawa w celu ułatwienia podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru, 40% - w celu zwiększenia poczucia pewności w walce o swoje prawa. Natomiast 13,33% studentów chciałoby rozwiązać konkretny problem.

Wykres 55 przedstawia wybory celów zdobywania wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów prawa.

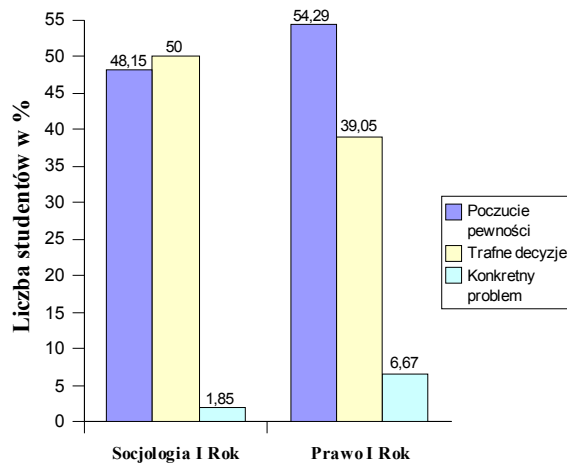


Wykres 55

Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów prawa

Spośród studentów prawa 54,29% studentów pierwszego oraz 46,15% studentów drugiego roku wyraziło wolę uzupełnienia swojej wiedzy z zakresu przepisów prawa konsumenckiego w celu wzmocnienia poczucia pewności w walce o swoje prawa. Drugim pod względem celu uzupełnienia wiedzy jest ułatwienie podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. Taką odpowiedź zadeklarowało 39,05% studentów pierwszego roku oraz 39,42% studentów piątego roku. 14,42% studentów piątego roku oraz 6,67% studentów pierwszego roku prawa wskazało, iż uzupełniłoby wiedzę w celu rozwiązania konkretnego problemu.

Warto zatem przejść do zestawienia wyboru celów przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa (Wykres 56).

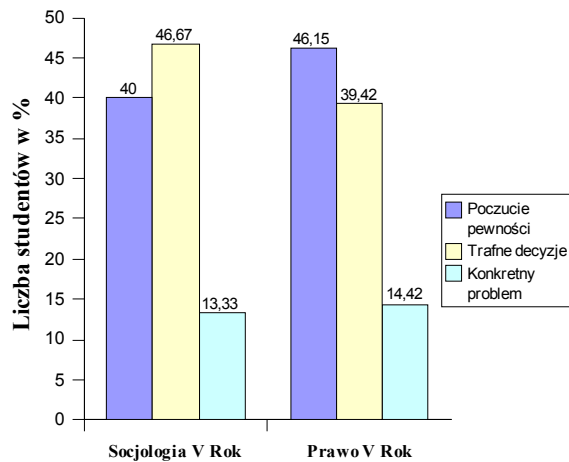


Wykres 56

Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wykresu 56 wynika, iż potrzeba uzupełnienia swojej wiedzy z zakresu przepisów prawa konsumenckiego wynika przede wszystkim z dwóch celów. Pierwszym jest zwiększenie poczucia pewności siebie w walce o swoje prawa, zaś drugim ułatwienie podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. 54,29% studentów pierwszego roku prawa oraz 48,15% studentów pierwszego roku socjologii wyróżniło pierwszy z przedstawionych celów. Natomiast 48,15% studentów pierwszego roku socjologii oraz 39,05% pierwszego roku prawa deklaruje wybór celu drugiego. Jeśli porównać wybór celu jakim jest ułatwienie podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru zauważa się stosunkowo dużą różnicę. Otóż aż 50% studentów pierwszego roku socjologii dokonało takiego wyboru. Najmniej osób, zarówno wśród studentów socjologii, jak i prawa, chce uzupełnić swoją wiedzę w celu rozwiązania konkretnego problemu (6,67% studentów prawa, 1,85% studentów socjologii).

Wykres 57 przedstawia porównanie odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.



Wykres 57

Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

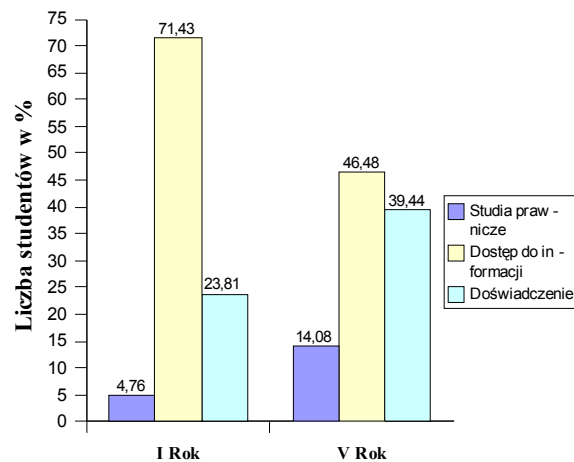
Dla 46,67% studentów piątego roku socjologii najważniejszym celem uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego jest ułatwienie podejmowania trafnych decyzji w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. Natomiast dla większości studentów piątego prawa tym celem jest zwiększenie poczucia pewności w walce o swoje prawa (46,15%). O zwiększeniu poczuciu pewności opowiada się 40% studentów socjologii, a o podejmowaniu trafnych decyzji - 39,42% studentów prawa. Widoczne jest, iż studenci ostatnich lat socjologii i prawa, w porównaniu ze studentami pierwszego roku obu kierunków, podejmują starania uzupełnienia swojej wiedzy w celu rozwiązania konkretnego problemu. Za celem tym opowiedziało się 13,33% studentów piątego roku socjologii oraz 14,42% studentów prawa.

Poza wyżej przedstawionymi celami uzupełnienia swojej wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego respondenci mieli możliwość przedstawienia innych celów.

Zarówno studenci pierwszego roku socjologii, jak i pierwszego roku prawa, nie wskazali innych celów uzupełnienia swojej wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego. Jednym z dodatkowych celów było dochodzenie swoich praw. Taką odpowiedź wpisały 3 osoby piątego roku studiów (jedna w instytucie socjologii

oraz dwie na wydziale prawa). Kolejnym celem była chęć niesienia pomocy innym (dwie osoby z wydziału prawa) oraz praca (trzy osoby z wydziału prawa).

Kolejne pytanie, które zostało zadane studentom socjologii oraz prawa brzmiało: "Jak Pan(i) uważa, co przede wszystkim decyduje o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego?". Respondenci mieli dokonać wyboru jednej z trzech zaproponowanych odpowiedzi. Istniała również możliwość wpisania własnego czynnika, który decydowałby o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa. Wykres 58 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.



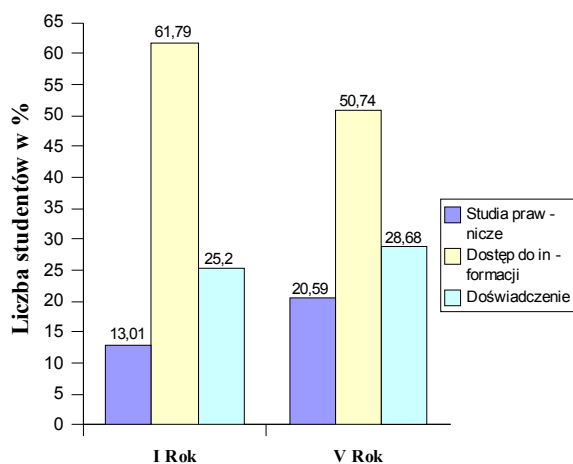
Wykres 58

Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów socjologii

Z wyżej przedstawionego wykresu 58 wynika, iż według zdecydowanej większości studentów socjologii pierwszego roku (71,43%) o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego decyduje łatwy dostęp do informacji. Podobnego zdania jest 46,48% studentów piątego roku. Stosunkowo wielu respondentów piątego roku (39,44%) twierdzi, iż ważnym czynnikiem są również własne doświadczenia nabyte w trakcie dochodzenia swoich praw. Z taką opinią zgadza się 23,81% studentów pierwszego roku studiów. Ciekawym zjawiskiem jest to, iż zaledwie 4,76% studentów pierwszego roku socjologii oraz 14,08% studentów

piątego roku jest przekonana, iż studia prawnicze decydują o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego.

W dalszej kolejności zostaną przedstawione odpowiedzi studentów prawa (Wykres 59).

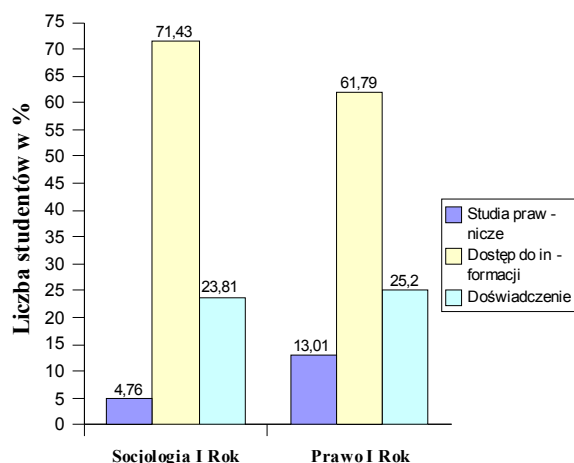


Wykres 59

Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów prawa

Przedstawione na wykresie 59 dane dostarczają ciekawych informacji na temat czynników decydujących o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów prawa. Podobnie jak studenci socjologii, również ta grupa badawcza jest zdania, iż to nie studia prawnicze decydują o znajomości przepisów, a łatwy dostęp do informacji o prawach konsumenta. Uściślając, łatwy dostęp do informacji jest dla 61,79% studentów pierwszego roku oraz dla 50,74% studentów piątego roku decydującym czynnikiem wysokiej znajomości przepisów prawa konsumenckiego. Natomiast dla 25,2% studentów pierwszego roku oraz dla 28,68% studentów piątego roku, czynnikiem decydującym o poziomie wiedzy są własne doświadczenia nabyte w trakcie dochodzenia swoich praw. Ostatnim zaproponowanym czynnikiem są studia prawnicze. 13,01% studentów pierwszego roku oraz 20,59% studentów piątego roku uznało go za czynnik decydujący.

Warto teraz przejść do zestawienia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa (Wykres 60).

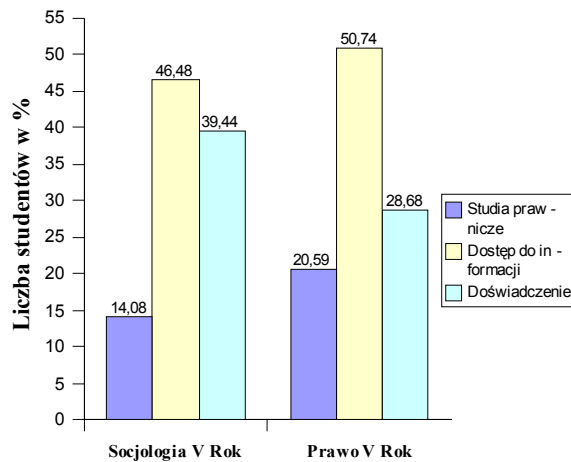


Wykres 60

Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów pierwszego roku socjologii oraz wśród studentów pierwszego roku prawa

Z przedstawionego wykresu 60 wynika, iż czynnikiem jakim są studia prawnicze nie jest dla studentów socjologii (4,76%) i studentów prawa (13,01%) czynnikiem decydującym o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego. Dla porównania, aż 71,43% studentów socjologii oraz 61,79% studentów prawa jest zdania, iż przede wszystkim łatwy dostęp do informacji o prawach konsumenta ma wysoki wpływ na stopień znajomości przepisów prawa. Własne doświadczenia nabyte w trakcie dochodzenia swoich praw również wpływają na dobrą znajomość praw konsumenckich ale w dużo mniejszym stopniu. Takiego zdania jest 23,81% studentów socjologii oraz 25,2% studentów prawa.

Wykres 61 przedstawia zestawienie udzielonych odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.



Wykres 61

Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów piątego roku socjologii oraz wśród studentów piątego roku prawa

Dane wykresu 61 potwierdzają przewagę znaczenia łatwego dostępu do informacji nad studiami prawniczymi. Według 50,74% studentów piątego roku prawa oraz dla 46,48% studentów piątego roku socjologii, łatwy dostęp do informacji o prawach konsumenta decyduje o stopniu ich znajomości. Dla 39,44% studentów socjologii oraz 28,68% studentów prawa, ważnym czynnikiem są własne doświadczenia nabyte w trakcie dochodzenia swoich praw. Natomiast 14,08% respondentów pierwszej grupy oraz 20,59% studentów prawa jest zdania, iż studia prawnicze decydują o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego.

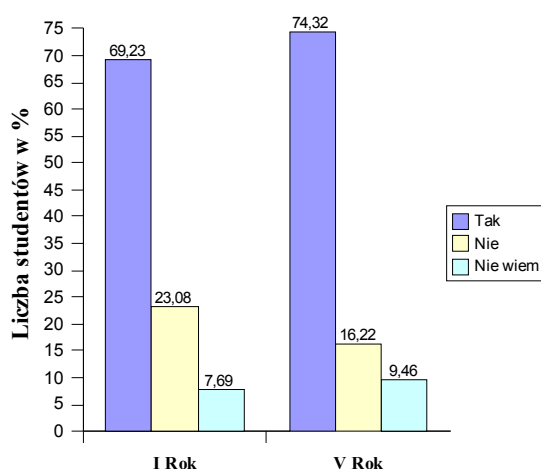
Oprócz wyróżnionych w kwestionariuszu ankiety owych trzech czynników, respondenci mieli możliwość podania własnych propozycji.

Dwie osoby (student piątego roku socjologii i prawa), jako decydujący czynnik wpisały chęć rozwoju intelektualnego.

6.2. Znajomość prawa

W dalszej kolejności zostanie dokonana analiza pytań, które miały na celu zbadanie rzeczywistej, a nie deklarowanej znajomości przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii oraz prawa.

Pytanie nr 7 dotyczyło możliwości zwrotu zakupionego przez konsumenta towaru. Wykres 62 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.



Wykres 62

Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

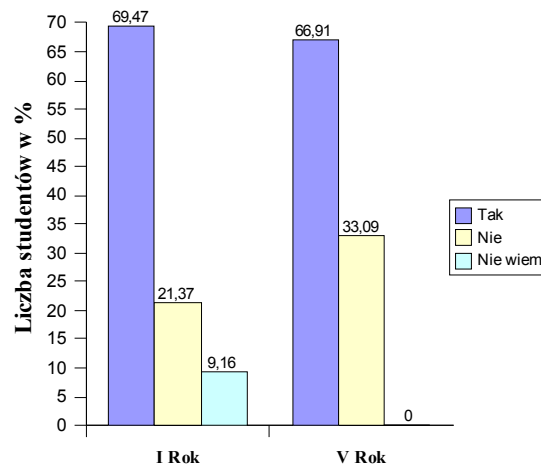
Pierwsze z pytań dotyczących znajomości przepisów prawa konsumenckiego zostało respondentom przedstawione w formie scenki rodzajowej. Zadaniem badanych było udzielenie prawidłowej odpowiedzi na pytanie, czy przepisy prawa pozwalają na zwrot zakupionego towaru?

W świetle prawa nie ma podstaw do zwrotu towaru jeśli jest on zgodny z umową sprzedaży.

Studenci mieli możliwość wyboru jednej z trzech odpowiedzi: tak, nie lub nie wiem. Z wykresu 62 wynika, iż jedynie 23,08% studentów pierwszego roku oraz 16,22% studentów piątego roku udzieliło prawidłowej odpowiedzi. Natomiast 74,32% studentów piątego roku oraz 69,23% studentów pierwszego roku socjologii udzieliło

odpowiedzi błędnej. Odpowiedź "nie wiem" wskazało 9,46% studentów piątego roku oraz 7,69% studentów pierwszego roku.

Wykres 63 ilustruje odpowiedzi studentów prawa.

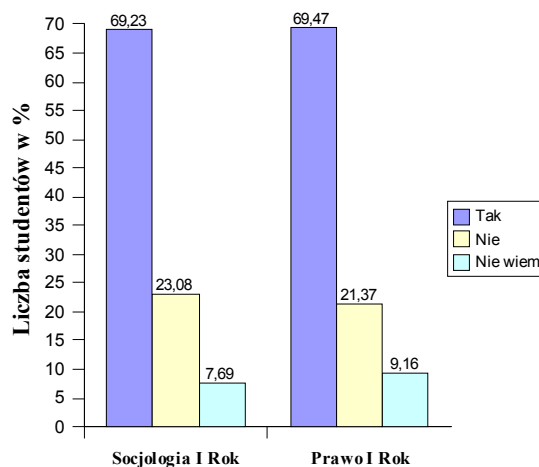


Wykres 63

Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Porównując odpowiedzi studentów pierwszego i piątego roku prawa można zauważyć procentowy wzrost prawidłowo udzielonych odpowiedzi (z 21,37% do 33,09%). Nie zmienia to faktu, iż zdecydowana większość studentów prawa udzieliła błędnej odpowiedzi. Otóż według 69,47% studentów pierwszego roku prawa oraz 66,91% studentów piątego roku przepisy prawa pozwalają konsumentowi na zwrot zakupionego towaru, nawet jeśli jest on zgodny z zawartą umową. Odpowiedź "nie wiem" wybrało 9,16% studentów pierwszego roku oraz 0% studentów piątego roku prawa.

Wykres 64 przedstawia porównanie znajomości przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz studentów pierwszego roku prawa.

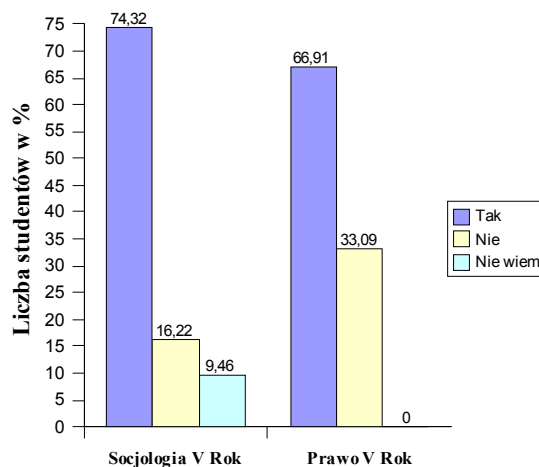


Wykres 64

Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Porównując odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii z odpowiedziami studentów pierwszego roku prawa można odnieść wrażenie, iż są do siebie bardzo podobne. Niestety największą grupę stanowią respondenci, którzy udzielili błędnej odpowiedzi (69,23% studentów socjologii oraz 69,47% studentów prawa). Prawidłowej odpowiedzi udzieliło 23,08% studentów pierwszej grupy oraz 21,37% grupy drugiej. Najmniejszy procent odpowiedzi w obu grupach dotyczy wyboru "nie wiem".

Kolejny wykres 65 ilustruje odpowiedzi piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.

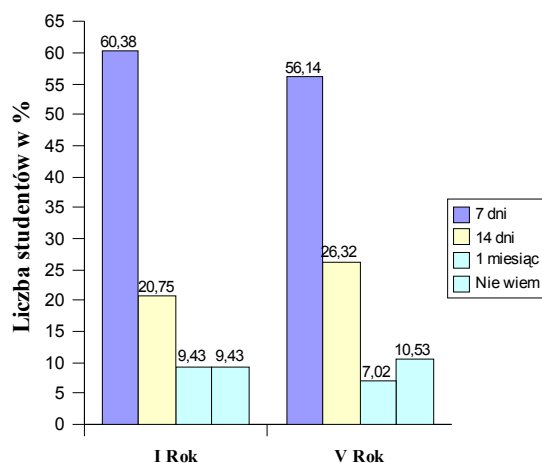


Wykres 65

Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Wykres 65 również przedstawia przewagę błędnych odpowiedzi na pytanie czy przepisy prawa pozwalają konsumentowi na zwrot zakupionego towaru, jeśli był on zgodny z zawartą umową. Co ciekawe, aż 66,91% studentów piątego roku prawa jest zdania, iż kupujący ma prawo zwrotu towaru bez względu na jego zgodność z umową sprzedaży. Zaledwie 33,09% przyszłych prawników udzieliło poprawnej odpowiedzi. Porównując zatem odpowiedzi studentów piątego roku prawa i piątego roku socjologii, można odnieść wrażenie, iż studia prawnicze nie przyczyniły się tutaj do zwiększenia wiedzy studentów prawa.

Respondentom, którzy stwierdzili, iż przepisy prawa pozwalają konsumentowi na zwrot zakupionego towaru jeśli był on zgodny z zawartą umową, zadano pytanie w jakim terminie kupujący może zwrócić towar. Udzielający odpowiedzi miał możliwość wyboru jednej z czterech odpowiedzi: do 7 dni od daty zakupu, do 14 dni, do 1 miesiąca oraz "nie wiem". Należy tutaj jednak zaznaczyć, iż odpowiedzi na powyższe pytanie udzielali również ci respondenci, którzy wcześniej stwierdzili, iż nie wiedzą czy konsument może zwrócić towar. Wykres 66 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.

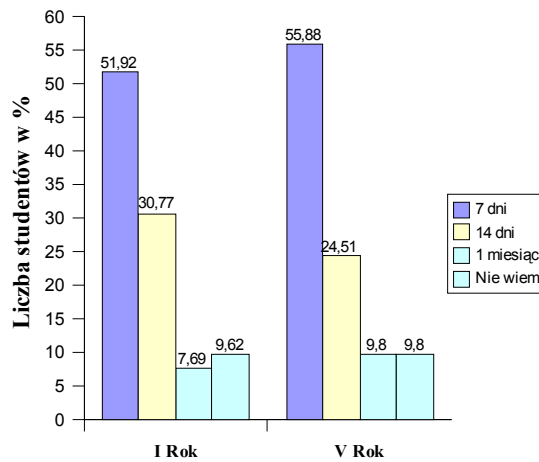


Wykres 66

Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

Z wykresu 66 wynika, iż zdecydowana większość studentów socjologii uważa, iż konsument ma prawo zwrócić towar do 7 dni od daty zakupu. Takiego zdania jest 66,38% studentów pierwszego roku oraz 56,14% studentów piątego roku socjologii. Według 26,32% studentów piątego roku oraz według 20,75% studentów roku pierwszego kupujący ma możliwość zwrotu towaru nawet do 14 dni od daty zakupu.

Warto przejść do analizy odpowiedzi studentów prawa (Wykres 67).

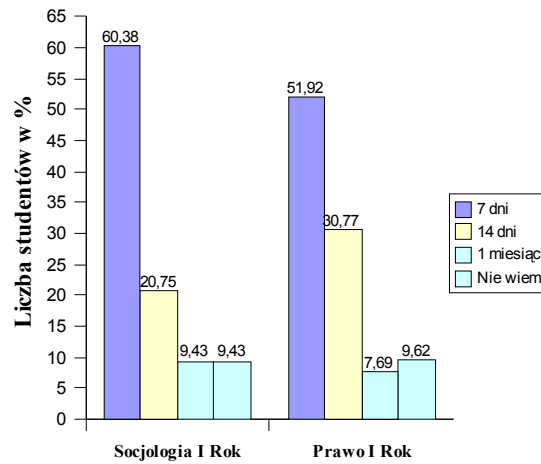


Wykres 67

Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Zdecydowana większość studentów prawa, podobnie jak większość studentów socjologii jest zdania, iż przepisy prawa konsumenckiego zezwalają konsumentom na zwrot zakupionego towaru do siedmiu dni od daty zakupu. 30,77% studentów pierwszego roku oraz niewiele mniej (24,51%) studentów piątego roku uważa, iż konsument może zwrócić zakupiony towar nawet do 14 dni od daty zakupu.

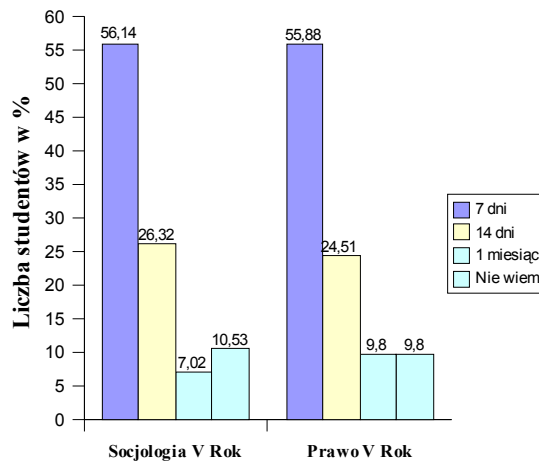
W celach porównawczych wykresy 68 oraz 69 przedstawiają odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii i prawa oraz piątego roku socjologii i piątego roku prawa.



Wykres 68

Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z wyżej przedstawionego wykresu 68 wynika, iż według 60,38% studentów socjologii oraz 51,92% studentów prawa konsument ma prawo zwrócić towar w ciągu 7 dni od daty zakupu. Z kolei według 30,77% respondentów studiujących prawo kupujący może zwrócić towar nawet do 14 dni od daty zakupu. Podobnego zdania jest 20,75% studentów pierwszego roku socjologii.



Wykres 69

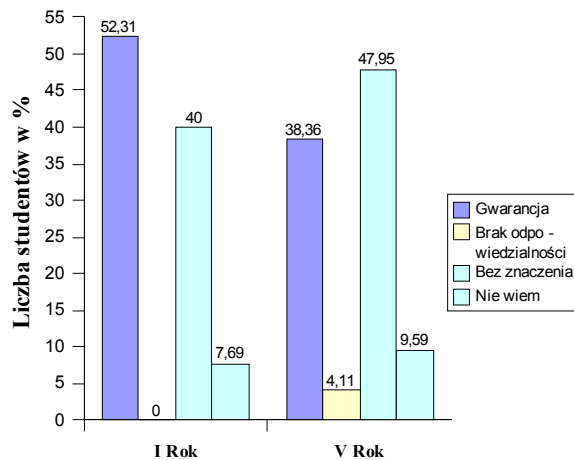
Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Również między studentami ostatnich lat zarówno socjologii, jak i prawa nie ma różnicy w wiedzy na temat do kiedy konsument może zwrócić towar zgodny z zawartą ze sprzedawcą umową.

Jak już wiadomo, przepisy prawa nie zezwalają na zwrot zakupionego towaru, jeśli jest on zgodny z zawartą umową. Powstaje zatem pytanie dlaczego zdecydowana większość respondentów udzieliła błędnych odpowiedzi? Prawdopodobnie jest to skutek istniejącej na rynku dużej konkurencji. W konsekwencji, sklepy w obawie przed utratą konsumenta, często przyznają każdemu klientowi prawo do namysłu. Niemniej jednak jest to niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa konsumenckiego.

Dalsze dwa pytania mające na celu poznanie stopnia znajomości przepisów prawa konsumenckiego dotyczą znaczenia gwarancji na paragonie z kasy fiskalnej oraz znaczenia karty gwarancyjnej określającej obowiązki gwaranta.

Wykres 70 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.



Wykres 70

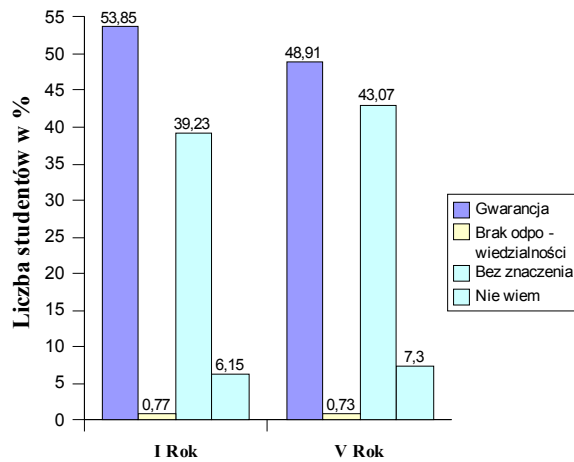
Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

Respondenci na pytanie, co oznacza napis "Gwarancja" na paragonie z kasy fiskalnej, mieli możliwość wyboru jednej z czterech zaproponowanych odpowiedzi. Pierwsza odpowiedź brzmiała: "producent udzielił Panu(i) gwarancji na zakupiony towar", druga odpowiedź: "sprzedawca nie ponosi odpowiedzialności za zakupiony u niego towar", trzecia odpowiedź: "ten napis nie ma żadnego znaczenia, ponieważ gwarancja musi precyzować jakie są obowiązki gwaranta", czwarta odpowiedź: "nie wiem".

Prawidłową odpowiedzią jest, iż napis gwarancja nie ma żadnego znaczenia, ponieważ gwarancja musi precyzować jakie są obowiązki gwaranta (odpowiedź trzecia).

Z wykresu 70 wynika, iż prawidłowej odpowiedzi udzieliło 40% studentów pierwszego roku socjologii oraz 47,95% studentów piątego roku socjologii. Jednakże większość respondentów pierwszego roku (52,31%) oraz 38,36% studentów piątego roku stwierdziło, iż napis gwarancja oznacza, iż producent udzielił gwarancji na zakupiony towar.

Wykres 71 przedstawia odpowiedzi studentów prawa.

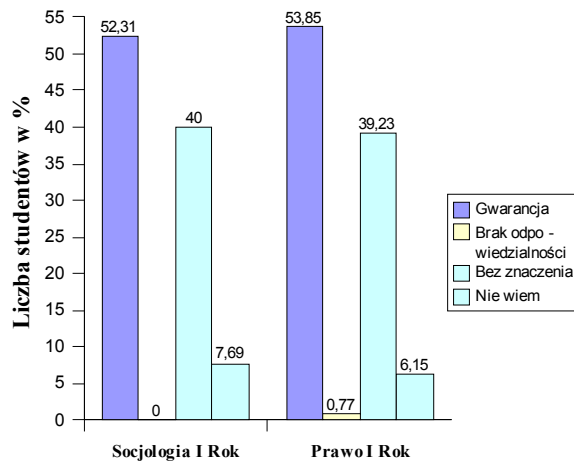


Wykres 71

Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Wykres 71 przedstawiający odpowiedzi studentów prawa wskazuje, iż różnica procentowa między prawidłową a nieprawidłową odpowiedzią nie jest bardzo duża. Jednakże większość respondentów pierwszego oraz ostatniego roku studiów wskazało odpowiedź błędną. Według 53,85% studentów pierwszego roku oraz według 48,91% studentów piątego roku prawa napis gwarancja oznacza, iż producent udziela gwarancji na zakupiony towar. Natomiast dla 39,23% respondentów pierwszej grupy oraz dla 43,07% drugiej grupy, omawiany napis nie ma żadnego znaczenia, ponieważ gwarancja musi precyzować jakie są obowiązki gwaranta. Jest to odpowiedź prawidłowa. Zaskakujące jest, iż proporcje nieprawidłowych odpowiedzi między pierwszym, a ostatnim rokiem prawa są bardzo zbliżone.

Warto zatem przejść do porównania studentów pierwszego roku socjologii z pierwszym rokiem prawa oraz piątego roku socjologii z piątym rokiem prawa. (Wykres 72 oraz Wykres 73).

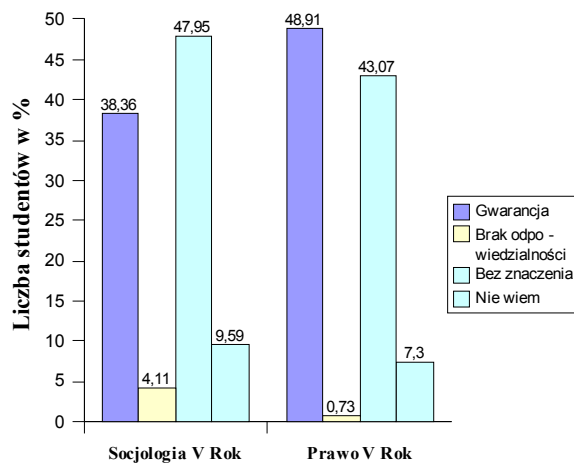


Wykres 72

Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz studentów pierwszego roku prawa

Wyraźnie widać, iż praktycznie nie ma żadnych różnic w udzielonych odpowiedziach na omawiane pytanie. Zarówno większość (52,31%) studentów pierwszego roku socjologii, jak i większość (53,85%) studentów pierwszego roku prawa wybrała błędną odpowiedź. Podobnie w przypadku prawidłowej odpowiedzi, którą wybrało 40% studentów socjologii oraz 39,23% studentów prawa.

Poniżej został przedstawiony wykres 73, w którym porównano odpowiedzi studentów piątego roku prawa oraz piątego roku socjologii.

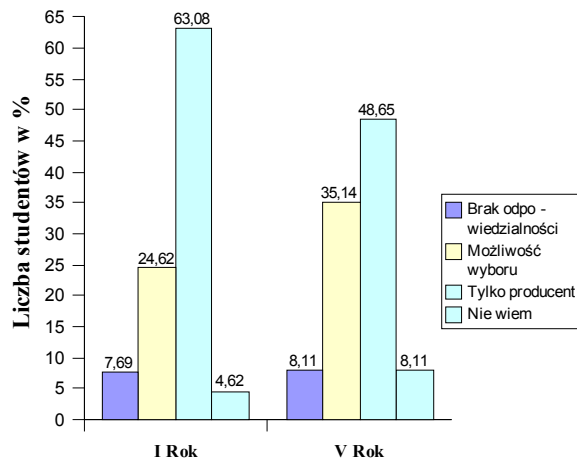


Wykres 73

Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz studentów piątego roku prawa

Według wyżej przedstawionego zestawienia odpowiedzi studentów piątego roku socjologii i prawa, większość studentów socjologii wybrało prawidłową odpowiedź (47,95%). Według 48,91% studentów piątego roku, napis gwarancja oznacza, iż producent udzielił gwarancji na zakupiony towar. Jest to oczywiście błędna odpowiedź.

Kolejne pytanie z zakresu znajomości przepisów prawa konsumenckiego dotyczyło karty gwarancyjnej określającej obowiązki gwaranta. W pierwszej kolejności zostaną przedstawione odpowiedzi studentów socjologii (Wykres 74).



Wykres 74

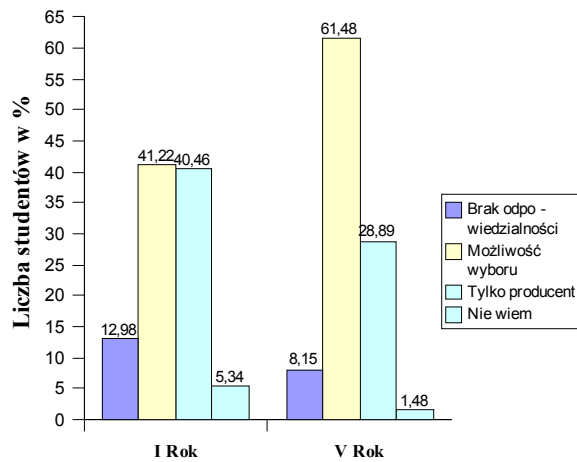
Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

Pytanie dziesiąte zawarte w kwestionariuszu ankiety brzmiało: "Jak Pan(i) sądzi, co oznacza otrzymanie od sprzedawcy karty gwarancyjnej określającej obowiązki producenta towaru (gwaranta)?". Respondent miał możliwość wyboru jednej z czterech odpowiedzi. Pierwsza odpowiedź sugerowała, iż sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru z umową. Druga odpowiedź : „może Pan(i) sam(a) zdecydować czy swoich praw konsumenckich będzie dochodzić od sprzedawcy czy od producenta (gwaranta)”. Trzecia odpowiedź: „Wszelkie reklamacje należy zgłaszać producentowi towaru”. Osoby, które nie знаły odpowiedzi mogły wybrać wariant czwarty: "nie wiem".

Poprawną odpowiedzią jest odpowiedź druga. Oznacza to, iż karta gwarancyjna nie wyłącza, ani nie zawiesza uprawnień kupującego (...), to znaczy, że konsument może sam zdecydować czy korzysta z gwarancji, czy też nie, ponieważ woli reklamować towar u sprzedawcy.

Z wykresu 74 wynika, iż zaledwie 24,62% studentów pierwszego roku oraz 35,14% studentów piątego roku wybrało poprawną odpowiedź. Większość respondentów, tj. 63,08% studentów pierwszego roku oraz 48,65% piątego roku, uznała iż karta gwarancyjna oznacza, iż wszelkie reklamacje należy zgłaszać producentowi towaru.

Kolejny wykres 75 przedstawia odpowiedzi studentów prawa.

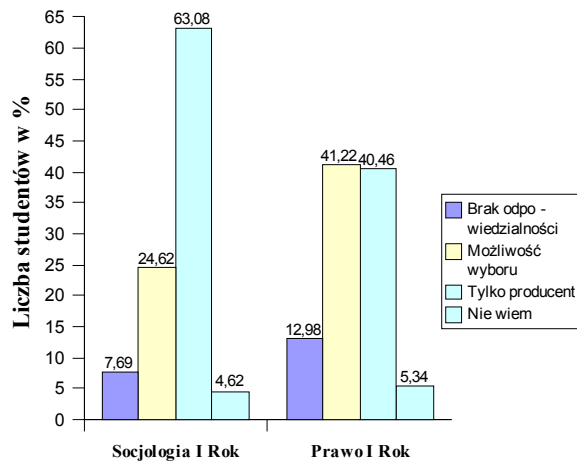


Wykres 75

Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Z wyżej przedstawionych odpowiedzi wynika, iż wśród studentów prawa wzrosła liczba poprawnie udzielonych odpowiedzi z 41,22% do 61,48%. Według 40,46% studentów roku pierwszego oraz według 28,89% studentów roku piątego karta gwarancyjna oznacza, iż wszelkie reklamacje należy zgłaszać producentowi towaru.

W celach porównawczych wykres 76 przedstawia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa.

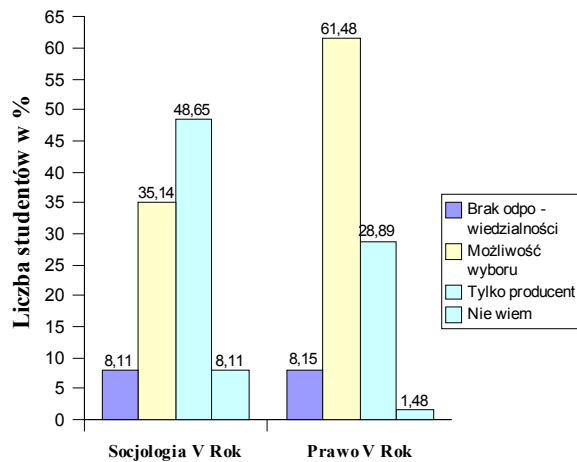


Wykres 76

Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Większość studentów socjologii (63,08%) jest przekonana, iż karta gwarancyjna oznacza, iż wszelkie reklamacje należy zgłaszać producentowi towaru. Takiego samego zdania jest 40,46% studentów pierwszego roku prawa. Oczywiście jest to błędna odpowiedź. Niewątpliwie przy tym pytaniu większość poprawnych odpowiedzi udzielili studenci pierwszego roku prawa – 41,22%. Studenci pierwszego roku socjologii poprawnej odpowiedzi udzielili w 24,62%.

Kolejny wykres 77 przedstawia zestawienie odpowiedzi osób piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.



Wykres 77

Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

Porównując odpowiedzi studentów piątego roku socjologii i prawa okazuje się, iż podobnie jak wśród studentów pierwszego roku obu kierunków (wykres 76), więcej prawidłowych odpowiedzi udzielili studenci prawa (61,48%). Natomiast w przypadku studentów socjologii większość (48,65%) udzieliła nieprawidłowej odpowiedzi, twierdząc, iż karta gwarancyjna oznacza, iż wszelkie reklamacje należy zgłaszać producentowi towaru.

Bez względu na rok i kierunek studiów najmniej respondentów jest zdania, iż otrzymanie od sprzedawcy karty gwarancyjnej oznacza, iż sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru z umową.

Chcąc zbadać rzeczywistą, a nie deklarowaną znajomość przepisów prawa konsumenckiego trudno nie odnieść się do informacji umieszczanych w sklepach. Do najczęściej spotykanych informacji można zaliczyć napisy:

- a) po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględnia się,
- b) towar nie podlega zwrotowi, jeśli nie ma widocznej wady,
- c) sklep nie ponosi odpowiedzialności za ukryte wady towaru.

Respondentom zadano pytanie, które z powyższych informacji są zgodne z przepisami prawa konsumenckiego. Odpowiedź prawidłowa jest taka, iż żadna z

powyższych informacji nie jest zgodna z przepisami prawa konsumenckiego. Poniżej zostały przedstawione w tabeli nr 1 odpowiedzi wszystkich respondentów.

Tabela 1

Zgodność informacji umieszczanych w sklepach z przepisami prawa konsumenckiego (% wskazań)

Lp.	Treść informacji	Studenci	Zgodna z prawem konsumenckim	Niezgodna z prawem konsumenckim	Nie wiem
1	Po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględnia się	Socjologia I rok	18,75%	67,19%	14,06%
		Socjologia V rok	21,62%	66,22%	12,16%
		Prawo I rok	16,92%	75,38%	7,69%
		Prawo V rok	18,98%	74,45%	6,57%
2	Towar nie podlega zwrotowi, jeśli nie ma widocznej wady	Socjologia I rok	29,69%	56,25%	14,06%
		Socjologia V rok	13,7%	76,71%	9,59%
		Prawo I rok	26,72%	59,54%	13,74%
		Prawo V rok	10,79%	82,01%	7,19%
3	Sklep nie ponosi odpowiedzialność i za ukryte wady towaru	Socjologia I rok	25%	60,94%	14,06%
		Socjologia V rok	24,66%	56,16%	19,18%
		Prawo I rok	26,72%	61,07%	12,21%
		Prawo V rok	29,5%	62,59%	7,91%

Zdecydowana większość studentów bez względu na rok i kierunek studiów udzieliła prawidłowych odpowiedzi. Niewątpliwie największe różnice posiadanej wiedzy z zakresu znajomości przepisów prawa konsumenckiego uwidoczniły się w pytaniu drugim. Według 56,25% studentów pierwszego roku socjologii oraz według 59,54% studentów pierwszego roku prawa napis "Towar nie podlega zwrotowi, jeśli nie ma widocznej wady" jest niezgodny z prawem. Proszę zwrócić uwagę na wzrost udzielonych odpowiedzi na wyróżnioną informację wśród studentów ostatnich lat obu kierunków. Otóż prawidłowej odpowiedzi udzieliło 76,71% studentów piątego roku socjologii oraz aż 82,01% studentów piątego roku prawa. Zatem znajomość przepisów prawa w tym przypadku uległa zwiększeniu.

Kolejne pytanie zmierzające do określenia stopnia rzeczywistej znajomości przepisów prawa konsumenckiego dotyczy znajomości instytucji lub organizacji

chroniących prawa konsumentów. Respondenci mieli możliwość wyboru jednej z dwóch odpowiedzi.

Studenci, którzy zadeklarowali znajomość instytucji lub organizacji chroniących prawa konsumentów zostali poproszeni o podanie ich nazw. Należy tutaj zaznaczyć, iż wielu respondentów pomimo zapewnień, iż znają instytucje chroniące prawa konsumenta nie było w stanie ich określić – stąd też mogą pojawić się pewne procentowe dysproporcje między udzielonymi odpowiedziami na owe dwa pytania.

Spośród studentów pierwszego roku socjologii 50,77% stwierdziło, iż zna instytucje lub organizacje chroniące prawa konsumentów, zaś 49,23% było zdania, iż takich instytucji nie zna. Również większość studentów piątego roku (55,41%) twierdziło, iż zna organizacje i instytucje chroniące prawa konsumenta, przeciwnej odpowiedzi udzieliło 44,59%.

W przypadku studentów pierwszego roku prawa 55,73% uznało, iż zna instytucje chroniące prawa konsumenta, nie znało ich zaś 44,27%. Spośród studentów piątego roku, aż 89,21% studentów uważało, iż znane są im instytucje i organizacje chroniące prawa konsumenta, natomiast zaledwie 10,79% respondentów omawianej grupy stwierdziło, iż takie instytucje nie są im znane.

W tabeli 2 przedstawiono deklarowaną znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów.

Tabela 2

Znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (%wskazań)

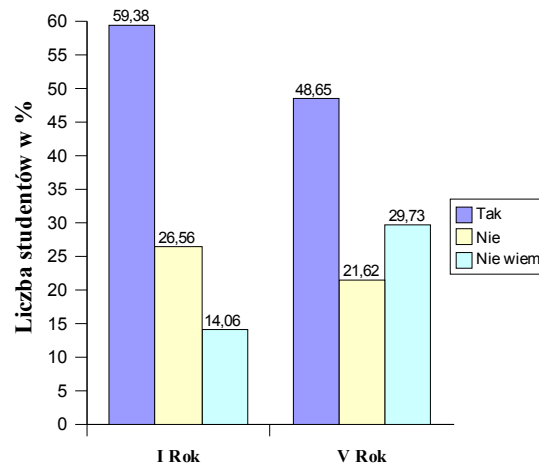
L.p	Instytucja lub organizacja chroniąca prawa konsumentów	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	Miejski (Powiatowy) Rzecznik Praw Konsumenta	21,54%	28,37%	23,66%	58,99%
2	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta	29,24%	45,48%	16,03%	64,74%
3	Federacja Konsumentów	3,07%	2,70%	3,05%	2,15%
4	Stały Polubowny Sąd Konsumentcki	xxx	2,70%	0,76%	0,71%
5	Najwyższa Izba Kontroli	xxx	xxx	1,52%	0,71%
6	Urząd Antymonopolowy	xxx	xxx	0,76%	xxx
7	Helsińska Fundacja Ochrony Praw Człowieka	xxx	xxx	0,76%	xxx
8	Inspekcja Handlowa	xxx	xxx	2,29%	4,3%
9	Światowa Organizacja Handlu	xxx	xxx	xxx	0,71%

Dla większości respondentów najbardziej znany jest Miejski (Powiatowy) Rzecznik Praw Konsumenta oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta (UOKiK). Co ciekawe dla większości studentów prawa i socjologii praktycznie nieznaną jest Inspekcja Handlowa czy Stały Polubowny Sąd Konsumentcki. Zatem studenci jako konsumenci dysponują ubogą wiedzą na temat instytucji oraz organizacji społecznych, które mają za zadanie chronić interesy konsumentów. Jest to sytuacja niepokojąca, zwłaszcza w stosunku do osób kończących studia prawnicze.

W związku z upowszechnianiem się robienia zakupów na odległość poprzez internet skierowano do studentów pytanie, czy konsument kupując towar w sklepie internetowym ma prawo z niego zrezygnować bez podania przyczyn swej decyzji? Respondenci mieli możliwość wyboru jednej z trzech odpowiedzi: tak, nie, nie wiem.

Prawidłową odpowiedzią jest, iż konsument ma prawo w terminie do 10 dni od daty otrzymania towaru zwrócić zakup bez podania przyczyny swej decyzji. Należy tutaj zaznaczyć, iż część studentów pomimo stwierdzenia, iż konsument nie może zwrócić towaru zakupionego w sklepie internetowym, w dalszym pytaniu zakreślało

termin zwrotu dokonanego zakupu. Wykres 78 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.

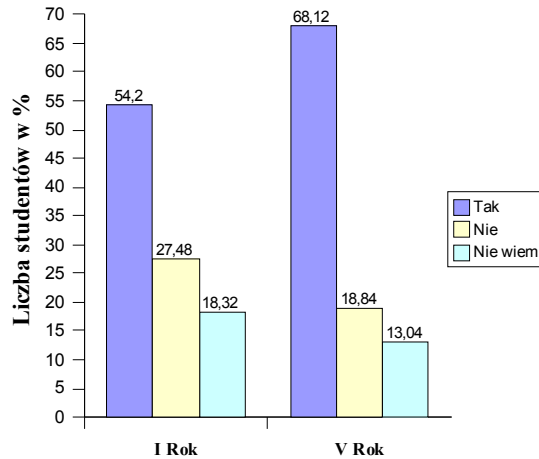


Wykres 78

Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii

Dla większości studentów socjologii konsument ma możliwość zwrotu bez podania przyczyny zakupionego towaru w sklepie internetowym. Studenci pierwszego roku przewyższają o 10,73% w wyborze prawidłowej odpowiedzi studentów piątego roku. Aż 29,73% studentów ostatniego roku studiów nie potrafiło udzielić konkretnej odpowiedzi na to pytanie.

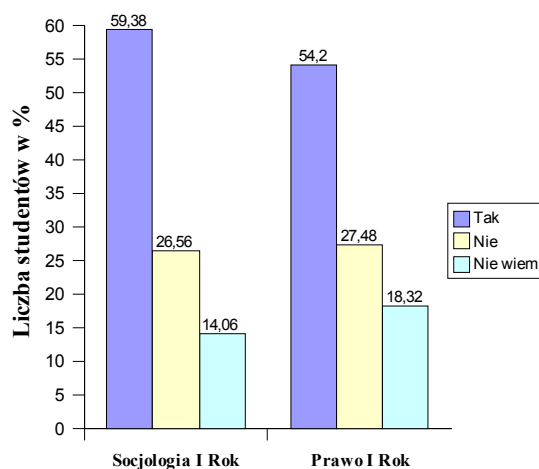
Wykres 79 przedstawia odpowiedzi studentów prawa.



Wykres 79

Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

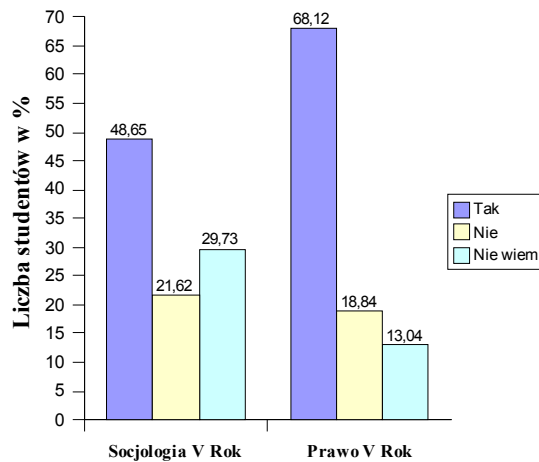
Zdecydowana większość studentów piątego roku prawa (68,12%) udzieliła prawidłowej odpowiedzi na pytanie o możliwość zwrotu towaru w sklepie internetowym bez podania przez konsumenta przyczyny swej decyzji. Również dla 54,2% studentów pierwszego roku prawa konsument ma prawo do zwrotu zakupu. Dla 27,48% studentów pierwszego roku oraz dla 18,84% studentów piątego roku prawa nie można dokonać zwrotu towaru. Najmniejszą grupę stanowią respondenci, którzy nie potrafili udzielić odpowiedzi. Warto dokonać teraz zestawienia odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii z pierwszym rokiem prawa (wykres 80).



Wykres 80

Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz studentów pierwszego roku prawa

Różnica w udzielonych prawidłowo odpowiedziach między studentami pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa wynosi zaledwie 5,18%. Natomiast praktycznie nie ma różnicy w liczbie źle wybranych odpowiedzi (0,92%). Oznacza to, iż większość studentów pierwszego roku obu kierunków ma świadomość przysługujących im praw w tym zakresie. Dla porównania wykres 81 przedstawia odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.

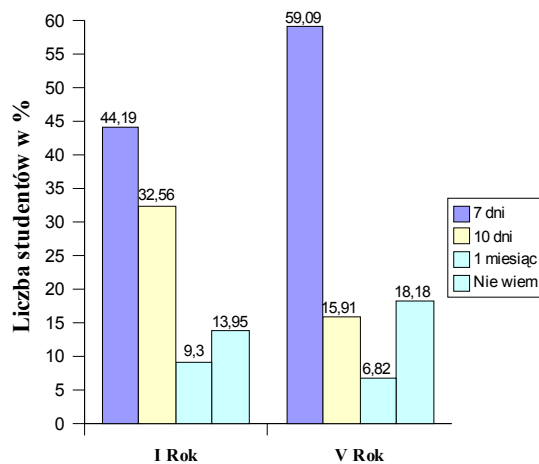


Wykres 81

Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz studentów piątego roku prawa

Przedstawiony wykres 81 ilustruje stosunkowo dużą różnicę w prawidłowo udzielonych odpowiedziach. Nie ulega żadnej wątpliwości, iż studenci socjologii posiadają mniejszą wiedzę w zakresie zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Uściślając, 48,65% studentów socjologii oraz 68,12% studentów prawa zna prawidłową odpowiedź, natomiast 21,62% studentów socjologii oraz 18,84% studentów prawa takiej odpowiedzi nie udzieliło. Prawie 30% studentów pierwszej omawianej grupy wybrało odpowiedź "trudno powiedzieć".

W celu szczegółowego zbadania znajomości przepisów chroniących prawa konsumenta, studentom którzy prawidłowo udzielili odpowiedzi zadano pytanie o termin zwrotu zakupionego towaru w sklepie internetowym (wykres 82).

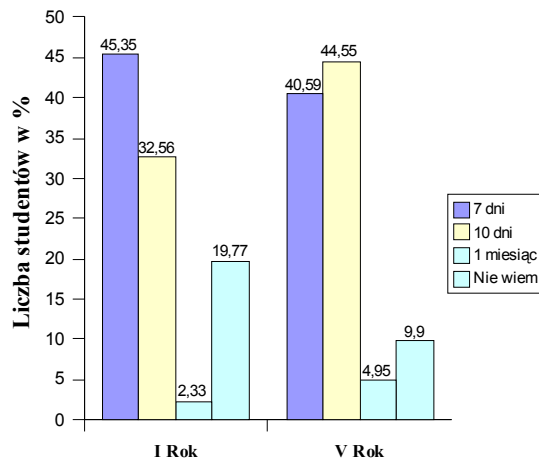


Wykres 82

Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii.

Zgodnie z tym co zostało powiedziane na temat możliwości zwrotu zakupionego towaru w sklepie internetowym, prawidłową odpowiedzią jest, iż konsument ma możliwość zwrotu do 10 dni od daty otrzymania zakupu. Z przedstawionego wykresu 82 wynika, iż zdecydowana większość studentów socjologii (44,19% pierwszego roku oraz 59,09% piątego roku), uważa, iż konsument ma prawo do zwrotu ale w ciągu 7 dni od daty otrzymania zakupionego towaru. Prawidłowej odpowiedzi udzieliło 32,56% studentów pierwszego roku oraz 15,91% piątego roku. Ponad 32% wszystkich respondentów nie wybrało żadnej z zaproponowanych wariantów odpowiedzi.

Niżej został przedstawiony wykres obrazujący odpowiedzi studentów prawa (wykres 83).

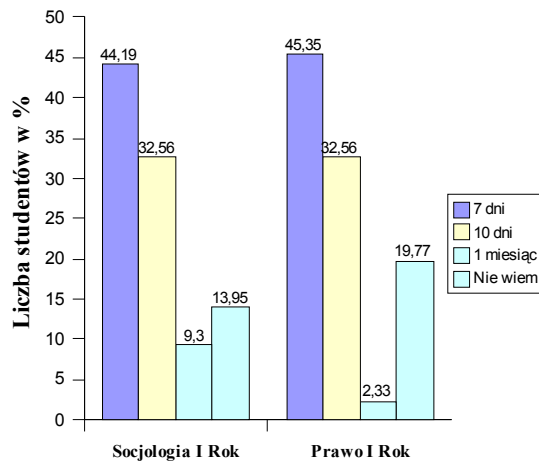


Wykres 83

Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa

Z odpowiedzi udzielonych przez studentów prawa wynika, iż posiadają oni stosunkowo wysoką znajomość przepisów prawa konsumenckiego w omawianym zakresie. Nie ulega również wątpliwości, iż w porównaniu z prawidłowo udzielonymi odpowiedziami studentów pierwszego roku (32,56%), wśród studentów piątego roku prawa nastąpił wzrost świadomości z przysługujących im praw. Prawidłowej odpowiedzi udzieliło bowiem 44,55% respondentów wspomnianej grupy.

W celach porównawczych studentów obu kierunków warto dokonać analizy wykresu 84.

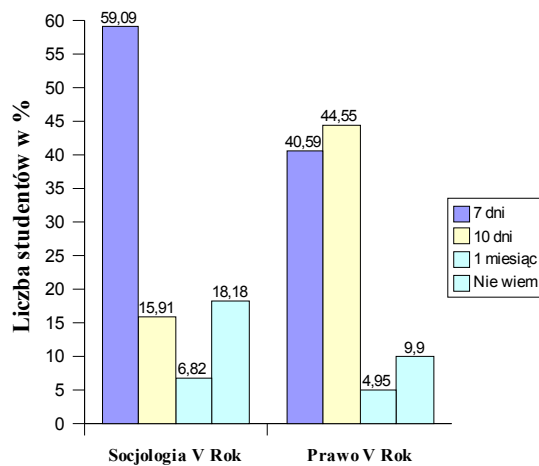


Wykres 84

Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Jak wynika z przedstawionego wykresu 84 znajomość przepisu, iż konsument ma prawo do 10 dni dokonać zwrotu zakupionego towaru przez internet jest w obu grupach porównawczych bardzo niska i wynosi łącznie 65,12%. Dla porównania dla 89,54% respondentów obu grup konsument ma prawo zwrócić towar do 7 dni od daty otrzymania towaru. Natomiast 33,72% wszystkich respondentów wybrało odpowiedź "nie wiem". Jest to stosunkowo duża grupa studentów.

Jeszcze bardziej ciekawe zestawienie ilustruje wykres 85. Dotyczy on udzielonych odpowiedzi przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.



Wykres 85

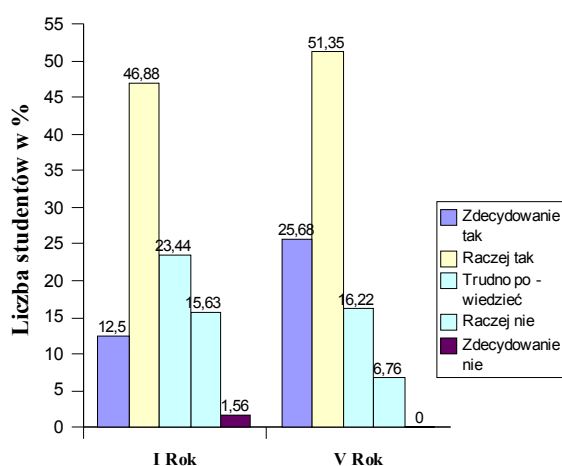
Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Niewątpliwie studenci piątego roku socjologii posiadają zdecydowanie mniejszą wiedzę z zakresu przysługującego im terminu zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. W porównaniu z prawidłowo udzielonymi odpowiedziami przez studentów prawa (44,55%), zaledwie 15,91% studentów socjologii ma świadomość prawa zwrotu towaru do 10 dni od daty otrzymania zakupu. Zatem spośród wszystkich udzielonych odpowiedzi 59,09% studentów piątego roku socjologii uważa, iż konsument ma prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym, ale do 7 dni od daty jego otrzymania.

6.3. Ocena prawa

Druga grupa pytań dotyczy ocen prawa. Z uwagi na to, iż w niniejszej rozprawie doktorskiej poddawane są analizie przepisy prawa konsumenckiego, oceny będą dotyczyły wyłącznie wspomnianych przepisów, a nie prawa w ujęciu holistycznym.

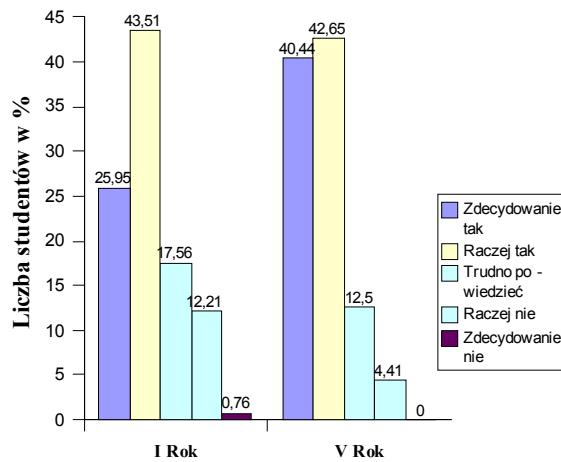
Pierwsze pytanie, mające na celu określenie oceny przepisów prawa konsumenckiego nawiązuje do wymiaru sprawiedliwości. Studenci zostali poproszeni o wybór jednej z pięciu podanych możliwości odnośnie tego, czy ich zdaniem możliwe jest dochodzenie swoich praw konsumenckich na drodze procesu sądowego. W pierwszej kolejności zostaną przedstawione odpowiedzi studentów socjologii (wykres 86).



Wykres 86

Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów socjologii

Większość studentów pierwszego roku (46,88%) oraz piątego roku (51,35%) jest przekonana o skuteczności dochodzenia swoich praw konsumenckich na drodze procesu sądowego. Spośród wszystkich respondentów 38,18% uważa, iż dochodzenie swoich praw na drodze sądowej jest "zdecydowanie" skuteczne. Dla porównania 21,39% jest zdania, iż sądy "raczej nie są" skutecznym sposobem dochodzenia praw konsumenckich. Wykres 87 przedstawia odpowiedzi studentów pierwszego oraz piątego roku prawa.

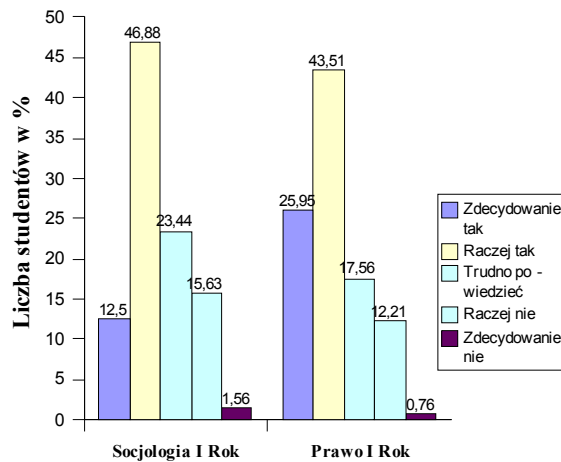


Wykres 87

Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów prawa

Zdecydowana większość studentów prawa wysoko ocenia skuteczność dochodzenia swoich praw na drodze procesu sądowego. Wyraźnie widać procentowy wzrost (z 25,95% do 40,44%) opinii, iż procesy sądowe w obronie praw konsumenta są "zdecydowanie" skuteczne. Spośród wszystkich respondentów najliczniejszą grupę (86,16%) stanowią ci, którzy są zdania, iż "raczej" możliwe jest skuteczne dochodzenie swoich praw na drodze procesu sądowego. Negatywną opinię wyraziło 17,38% studentów.

W celu bardziej dokładnej analizy warto dokonać zestawienia opinii studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa (wykres 88).

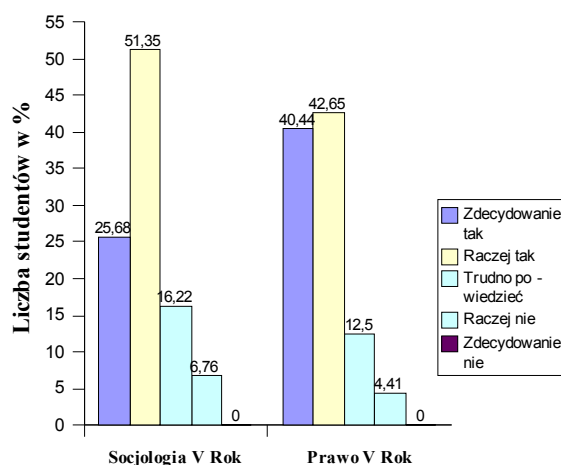


Wykres 88

Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z powyższego zestawienia wynika, iż studenci pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa wyrażają raczej pozytywną opinię o dochodzeniu praw konsumenckich na drodze procesu sądowego. Stosunkowo duża różnica dotyczy wyboru odpowiedzi, iż "zdecydowanie tak" jest możliwe dochodzenie swoich praw na drodze sądowej. Natomiast 15,63% respondentów pierwszego roku socjologii oraz 17,56% respondentów piątego roku, stwierdzając iż "raczej nie" jest możliwe dochodzenie praw konsumenta na drodze sądowej, wyraziło tym samym negatywną ocenę prawa.

Wykres 89 przedstawia zestawienie ocen prawa studentów piątego roku prawa oraz piątego roku socjologii.



Wykres 89

Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Spośród studentów piątego roku socjologii jedynie 25,68% wyraziło opinię, iż dochodzenie swoich praw na drodze procesu sądowego jest "zdecydowanie skuteczne". Większość osób (51,35 %) uznało, iż wspomniany sposób walki o swe prawa jest "raczej" skuteczny. Odmiennego zdania są studenci piątego roku prawa. Aż 83,09% studentów bardzo wysoko oceniło skuteczność dochodzenia praw konsumenta przed sądem. Oznacza to, iż studenci prawa, a w szczególności studenci piątego roku prawa, uznają proces sądowy jako skuteczny sposób dochodzenia praw konsumenta.

Wszyscy respondenci mieli możliwość uzasadnienia swojej oceny prawa. Wypowiedzi zostały pogrupowane na dziesięć kategorii. Studenci uzasadniali swą pozytywną opinię głównie poprzez określenie sądu jako gwaranta praw konsumenta. Respondenci ci byli przekonani o skuteczności dochodzenia swoich praw konsumenckich na drodze procesu sądowego. Natomiast zwolennicy negatywnej oceny prawa uzasadniali swoją decyzję poprzez wyróżnienie m.in. takich czynników, jak: procesy sądowe są kosztowne i czasochłonne, są niedostępne dla przeciętnego konsumenta, niezbędne jest uczestnictwo biegłych sądowych oraz adwokatów i Rzecznika Praw Konsumenta. Zestawienie wszystkich możliwych wypowiedzi przedstawia tabela 3.

Uzasadnienie ocen prawa studentów socjologii oraz studentów prawa (%wskazań)

L.p	Uzasadnienie	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	Nieznany przypadek	4,6%	1,35%	7,63%	1,43%
2	Nieskuteczne	12,30%	4,05%	0,76%	xxx
3	Czas	12,30%	18,91%	10,68%	10,79%
4	Gwarant ochrony praw konsumenta	33,84%	56,75%	52,67%	53,23%
5	Niedostępne	18,46%	1,35%	6,87%	4,31%
6	Niezbędni adwokaci	9,23%	4,05%	0,76%	3,59%
7	Kosztowne	7,69%	8,3%	9,92%	4,31%
8	Niezbędni biegli sądowi	6,15%	1,35%	xxx	xxx
9	Korupcja	1,53%	1,35%	xxx	xxx
10	Obecność Miejskiego (Powiatowego) Rzecznika Praw Konsumenta	xxx	2,70%	xxx	xxx

Tabela nr 3 przedstawia stanowiska studentów w zakresie zarówno pozytywnej, jak i negatywnej oceny możliwości dochodzenia swoich praw na drodze procesu sądowego.

Zgodnie z dokonaną analizą wcześniejszego pytania, większość studentów jest przekonana, iż konsument ma możliwość dochodzenia swoich praw przed sądem. Pozytywna ocena została przez większość respondentów uzasadniona twierdzeniem, iż sąd jest gwarantem ochrony praw konsumenta. W takim przekonaniu jest 33,84% studentów pierwszego roku oraz 56,75% studentów piątego roku socjologii. Również większość studentów prawa zgadza się z takim uzasadnieniem, tj. 52,67% studentów pierwszego roku oraz 53,23% studentów piątego roku. Zatem o ile nastąpił wzrost z 33,84% do 56,75% zaufania do procesów sądowych wśród studentów socjologii, tak wśród studentów prawa owo zaufanie pozostaje na tym samym poziomie.

Najczęstszym uzasadnieniem nieprzychylniej oceny w stosunku do procesów sądowych jest przekonanie studentów o ich długim czasie trwania oraz wysokich kosztach procesu. 19,81% studentów socjologii oraz 11,18% studentów prawa twierdzi, iż sąd jest niedostępny dla przeciętnego konsumenta.

Przy ocenach prawa należy zasygnalizować, iż chcąc mówić o świadomości prawnej, należy dokonać podziału odpowiedzi studentów na oceny, które 1) jedynie deklarują nie mając w rzeczywistości wyrobionego stosunku do przedmiotu oceny oraz 2) kiedy między oceną a jej uzasadnieniem zachodzą rozbieżności.

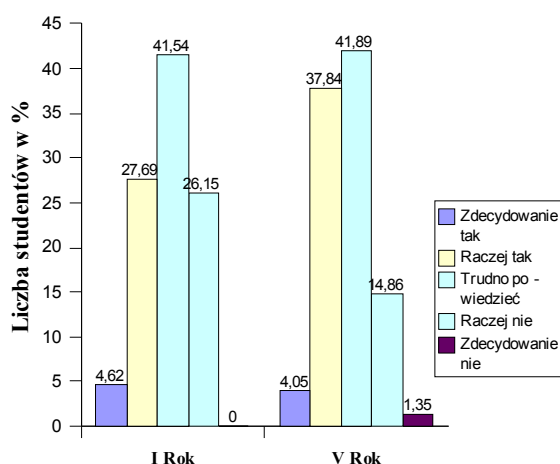
Tabela 4

Rodzaj rozbieżności w stosunku do deklarowanej oceny (%wskazań)

Lp.	Deklarowana ocena	Rodzaj rozbieżności	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok		
1	Zdecydowanie tak	Niezbędni adwokaci	1,53%	2,70%	xxx	xxx		
		Niezbędni biegli sądowi	1,53%	1,35%	xxx	xxx		
		Niedostępność	xxx	xxx	xxx	xxx		
		Nieskuteczne	xxx	xxx	xxx	xxx		
		Czas	xxx	xxx	xxx	1,43%		
		Obecność Miejskiego (Powiatowego) Rzecznika Praw Konsumenta	xxx	1,53%	xxx	xxx		
		Koszty procesu	xxx	xxx	0,71%	xxx		
		Nieznany przypadek	xxx	xxx	xxx	xxx		
		Brak uzasadnienia	xxx	1,35%	3,81%	5,03%		
		2	Raczej tak	Niezbędni adwokaci	4,61%	1,35%	xxx	0,71%
				Niezbędni biegli sądowi	6,15%	xxx	xxx	xxx
				Niedostępność	3,07%	xxx	xxx	0,71%
				Nieskuteczne	1,53%	1,35%	xxx	xxx
Czas	1,53%			9,45%	3,05%	5,75%		
Obecność Miejskiego (Powiatowego) Rzecznika Praw Konsumenta	xxx			1,35%	xxx	xxx		
Koszty procesu	xxx			2,70%	1,52%	2,15%		
Nieznany przypadek	xxx			xxx	0,76%	xxx		
Brak uzasadnienia	xxx			4,05%	5,34%	5,75%		
3	Trudno powiedzieć			Niezbędni adwokaci	1,53%	xxx	xxx	1,43%
		Niezbędni biegli sądowi	xxx	xxx	xxx	xxx		
		Niedostępność	3,07%	1,35%	1,52%	2,15%		
		Nieskuteczne	3,07%	4,05%	xxx	xxx		
		Czas	3,07%	2,70%	3,81%	2,15%		
		Obecność Miejskiego (Powiatowego) Rzecznika Praw Konsumenta	xxx	xxx	xxx	xxx		
		Koszty procesu	4,61%	1,35%	3,81%	1,43%		
		Nieznany przypadek	1,35%	4,05%	7,63%	2,15%		
		Brak uzasadnienia	3,07%	xxx	xxx	xxx		

Z tabeli 4 wynika, iż istnieją rozbieżności między deklarowaną oceną prawa, a uzasadnieniem owej oceny. Co ciekawe, respondenci którzy bardzo wysoko oceniają skuteczność dochodzenia swoich praw na drodze sądowej jednocześnie twierdzą, iż nieznanne są im przypadki ochrony praw konsumenta przed sądem. Stosunkowo duża rozbieżność między deklarowaną oceną, a uzasadnieniem odnosi się do czasu trwania oraz kosztów procesu. Warto zwrócić uwagę, iż wielu respondentów, którzy pozytywnie ocenili omawiany sposób dochodzenia swoich praw, nie potrafili jednocześnie uzasadnić swojej decyzji.

Kolejne pytanie związane z oceną przepisów prawa konsumenckiego dotyczyło poczucia bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego. Respondenci mieli możliwość wyboru jednej z pięciu zaproponowanych możliwości (wykres 90).



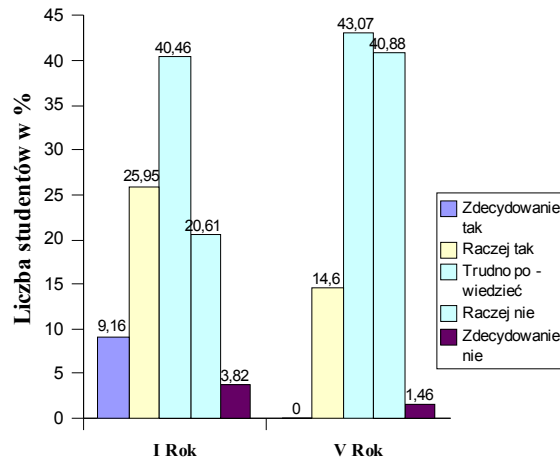
Wykres 90

Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów socjologii

Z wykresu 90 wynika, iż studenci piątego roku socjologii odczuwają większe poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego od studentów pierwszego roku. 37,84% studentów piątego roku wybrało odpowiedź "raczej tak" natomiast 14,86% stwierdziło, iż "raczej nie" mają poczucia bezradności. Dla porównania, 27,69% studentów pierwszego roku ma poczucie bezradności, zaś 26,15% twierdziło, iż raczej nie czuje się zagubiona w gąszczu przepisów prawa

konsumenckiego. Najmniejszy procent wskazań dotyczy krańcowych odpowiedzi, typu: "zdecydowanie tak" oraz "zdecydowanie nie".

Niżej został przedstawiony wykres ilustrujący odpowiedzi studentów prawa.

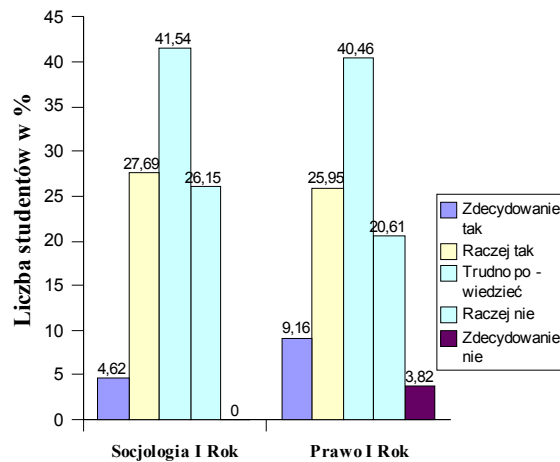


Wykres 91

Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów prawa

Wyraźnie widać wzrost poczucia pewności siebie wśród studentów piątego roku prawa. Studenci pierwszego roku prawa w 25,95% mają poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego, natomiast spośród studentów piątego roku owe poczucie dotyczy zaledwie 14,6% osób. Dla porównania, 40,88% studentów piątego roku oraz 20,61% studentów pierwszego roku wybrało odpowiedź "raczej nie". Odpowiedź, "zdecydowanie tak" wybrało 9,16% studentów tylko pierwszego roku prawa. Stosunkowo duża grupa respondentów (40,46% pierwszego roku oraz 43,07% piątego roku) nie potrafiła ustosunkować się, do żadnej z zaproponowanych odpowiedzi.

Dla porównania wykresy 92 oraz 93 przedstawiają zestawienie odpowiedzi zarówno studentów socjologii, jak i studentów prawa.

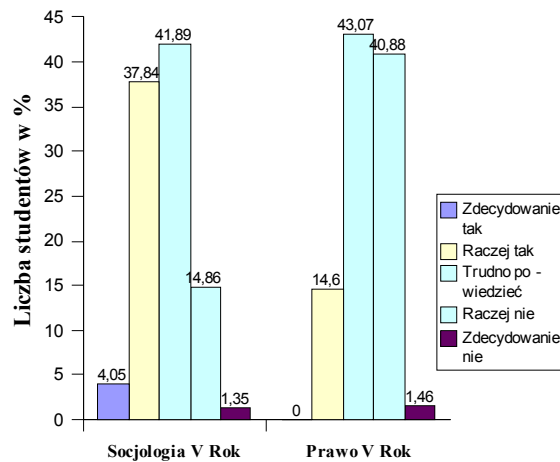


Wykres 92

Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Wyżej przedstawiony wykres 92 przedstawia zbliżone do siebie odpowiedzi studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa. Zdecydowana większość zarówno pierwszej, jak i drugiej badanej grupy nie potrafiła ustosunkować się do żadnej odpowiedzi o poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego. Jednakże 27,69% studentów pierwszego roku socjologii oraz 25,95% studentów pierwszego roku prawa odczuwa bezradność w walce o przysługujące im prawa konsumenta.

W przypadku respondentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa zauważa się pewne różnice (wykres 93).



Wykres 93

Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Porównując wykres 93 z wcześniejszym wykresem 92 można odnieść wrażenie, iż studenci piątego roku socjologii mają duże poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego. Odpowiedź "raczej tak" wybrało 37,84% studentów piątego roku. Dla porównania do poczucia bezradności przyznało się 14,6% studentów piątego roku prawa. 14,86% studentów piątego roku socjologii oraz aż 40,99% studentów piątego roku socjologii "raczej nie" ma poczucia bezradności wśród obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego.

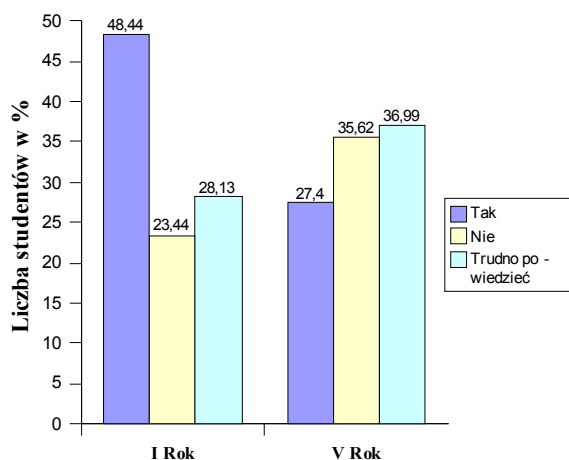
Największą grupę zarówno wśród studentów socjologii, jak i prawa stanowią osoby, które nie potrafiły przypisać swego poczucia bezradności w żadnym z zaproponowanych wariantów.

6.4. Postawy wobec prawa

Kolejnym etapem w poznaniu świadomości prawnej z zakresu prawa konsumenckiego jest zbadanie postaw badanej populacji. Respondentom zostały przedstawione scenki sytuacyjne, dzięki którym każdy ze studentów miał możliwość porównania swojego ewentualnego zachowania z zachowaniem opisanym w krótkim tekście. Ponadto respondenci zostali poproszeni o uzasadnienie swoje decyzji. W pierwszej kolejności starano się zbadać występowanie postawy legalistycznej (zasadniczej)⁴²⁰.

Wydaje się, iż chcąc zbadać postawę legalistyczną o motywacji zasadnicze należało zbadać czy studenci postępują zgodnie z informacjami umieszczanymi w sklepie⁴²¹. Zgodność owych treści z obowiązującymi przepisami prawa konsumenckiego została już wcześniej poddana analizie⁴²².

Postawę legalistyczną o motywacji zasadniczej studentów socjologii przedstawia wykres 94.



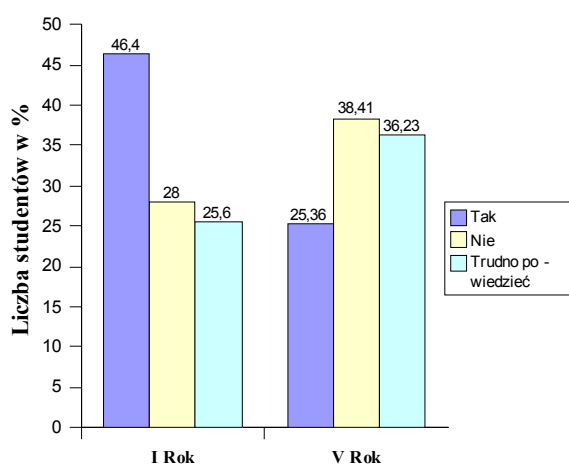
Wykres 94

Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii

4 20 Zob.kwestionariusz ankiety, pyt. 11,28.
4 21 Pyt. 28 w kwestionariuszu ankiety.
4 22 Zob. tabela 1.

Zgodnie z przedstawionym wykresem 94 można stwierdzić, iż największą grupą o postawie legalistycznej stanowią studenci pierwszego roku (48,44%). Nasilenie omawianej postawy zmniejsza się wśród studentów piątego roku i wynosi 27,4%. Warto zauważyć, iż w przypadku studentów piątego roku większość stanowią osoby (36,99%), które nie potrafiły określić swojego zachowania w stosunku do przekazywanych informacji w sklepie.

Poniżej został przedstawiony wykres ilustrujący nasilenie postawy legalistycznej studentów prawa (wykres 95).

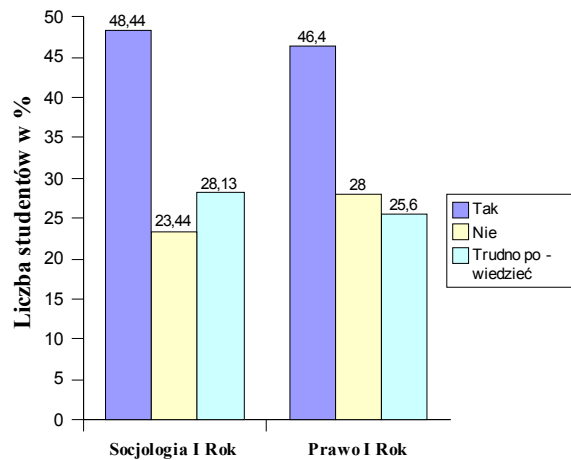


Wykres 95

Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii

Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej występuje wśród 71,76% studentów prawa. Faktem jest również, iż nasilenie postawy legalistycznej ulega zmniejszeniu w stosunku do studentów piątego roku prawa. Warto jednak zwrócić uwagę, iż co prawda wśród respondentów piątego roku przewagę stanowią osoby, które nie wykazują zachowań charakterystycznych dla omawianej postawy, jednakże aż 36,23% nie potrafiło udzielić konkretnej odpowiedzi i wybierali wariant "trudno powiedzieć".

Porównanie nasilenia postaw legalistycznych studentów socjologii i prawa przedstawia wykres 96 oraz wykres 97.

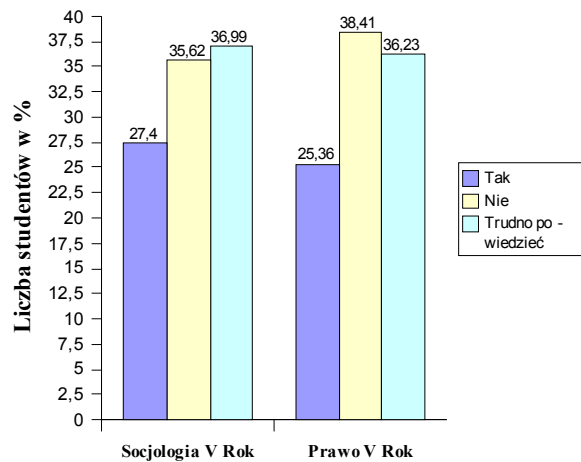


Wykres 96

Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii pierwszego roku oraz studentów pierwszego roku prawa

Wyraźnie widać, iż nasilenie postawy legalistycznej jest charakterystyczne dla obu badanych grup. 48,44% studentów pierwszego roku socjologii oraz 46,4% studentów pierwszego roku prawa postępuje zgodnie z umieszczanymi w sklepie informacjami o przysługujących konsumentom prawach. Zdecydowanie mniej respondentów przyznaje (23,44% studentów socjologii oraz 28% studentów prawa), iż nigdy nie postępuje zgodnie z przekazywanymi przez sprzedawców informacjami o prawach konsumenta.

Niżej przedstawiony wykres 97 ilustruje nasilenie postaw legalistycznych studentów ostatnich lat socjologii oraz prawa.



Wykres 97

Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii piątego roku oraz studentów piątego roku prawa

Porównując odpowiedzi studentów pierwszego roku z ostatnimi rocznikami obu kierunków, zdecydowanie uwidacznia się spadek nasilenia postawy legalistycznej. O ile respondenci pierwszych lat studiów w większości wykazywali postawę legalistyczną, tak respondenci piątego roku wykazują mniejsze zaufanie i bezwarunkową akceptację informacji umieszczanych w sklepach o prawach konsumenta. Jednakże stosunkowo duża liczba studentów ostatnich lat studiów (36,99% studentów socjologii oraz 36,23% studentów prawa) nie określiła swojego rodzaju zachowania.

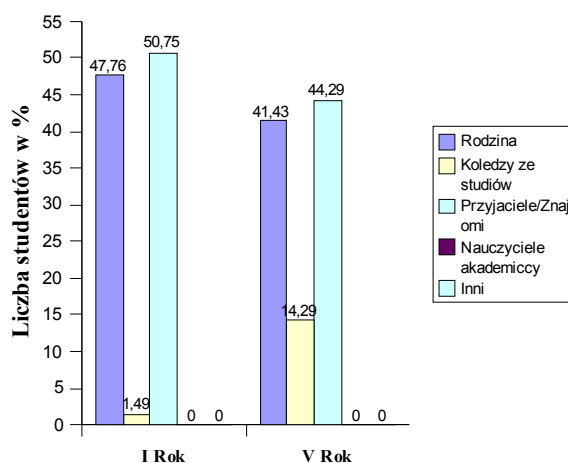
Kolejnym rodzajem postaw charakterystycznych dla postaw wobec prawa to postawa konformistyczna. Zgodnie z wcześniej dokonaną analizą teoretyczną postaw należy przyjąć, iż niezbędne jest zbadanie w pierwszej kolejności, tzw. grup odniesienia respondentów⁴²³.

Pierwsze pytanie skierowane do studentów dotyczyło, czy w ogóle są im znane osoby, które w ciągu ostatniego roku przynajmniej raz skorzystały z przysługujących im praw konsumenckich.

⁴ ²³ Pyt.29,30,31 w kwestionariuszu ankiety

W odpowiedzi 72,31% studentów socjologii pierwszego roku oraz 64,86% studentów piątego roku stwierdziło, iż zna takie osoby. Również w przypadku studentów prawa, 65,98% osób pierwszego roku oraz 75,36% piątego roku uznało, iż znane są im osoby, które skorzystały z przysługujących im praw konsumenckich. Zatem okazuje się, iż bez względu na rok oraz kierunek studiów, zdecydowanej większości studentów znane są osoby, które walczyły o przysługujące im prawa z tytułu niezgodności umowy zakupionego towaru.

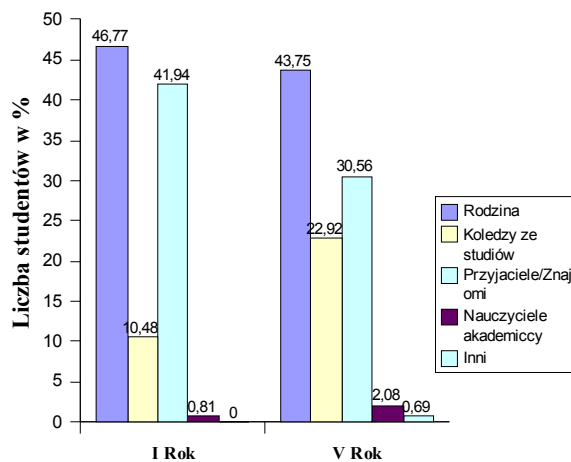
Zatem, skoro większość respondentów zadeklarowała znajomość osób z tzw. aktywną świadomością prawną, zostali oni poproszeni o wskazanie grup, do których osoby te należą. Studenci mieli możliwość wpisania kilku odpowiedzi.



Wykres 98

Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów socjologii

Z przedstawionego wykresu wynika, iż członkowie rodziny oraz przyjaciele i znajomi stanowią najliczniejsze znane respondentom grupy, z których wywodzą się osoby aktywnie broniące swych praw. Najniższy procent wskazuje grupę nauczycieli akademickich oraz kolegów ze studiów. Uściślając, dla 50,75% studentów pierwszego roku oraz dla 44,29% piątego roku znajomi lub przyjaciele stanowią najliczniejszą grupę odniesienia. Członków rodziny wskazało 47,76% studentów pierwszej grupy oraz 41,43% studentów grupy drugiej. Wykres 99 przedstawia grupy odniesienia studentów prawa.

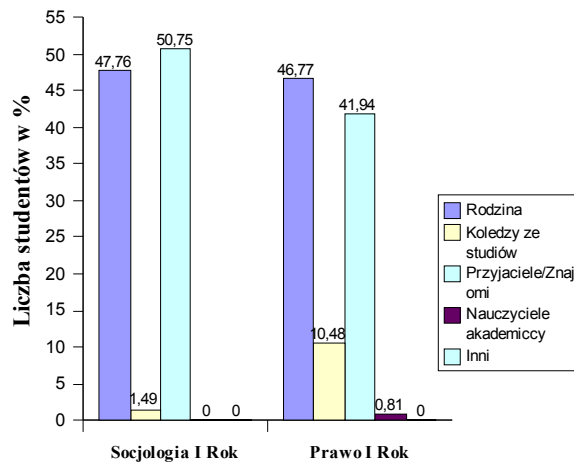


Wykres 99

Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów prawa

Dla studentów prawa najliczniejszą grupę odniesienia stanowi rodzina. Członków rodziny jako osoby aktywnie broniących swoich praw wskazało 46,77% studentów pierwszego roku oraz 43,75% studentów piątego roku prawa. Również dla 41,94% studentów pierwszego roku oraz dla 30,56% studentów piątego roku przyjaciele lub znajomi są znani jako osoby aktywnie broniące swych praw konsumenckich. Natomiast koledzy ze studiów są bardziej znani przez studentów piątego roku aniżeli przez studentów pierwszego roku.

Niżej zostały przedstawione wykresy porównujące przynależność do grup znanych respondentom osób. Wykres 100 ilustruje zestawienie odpowiedzi studentów pierwszego roku prawa oraz pierwszego roku socjologii.

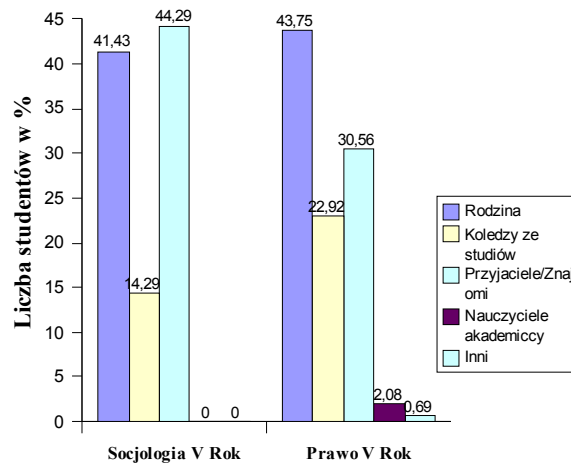


Wykres 100

Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Zarówno dla studentów pierwszego roku socjologii, jak i dla studentów pierwszego roku prawa członkowie rodziny oraz przyjaciele lub znajomi to najbardziej znane osoby walczące o własne prawa konsumenta. Nie zauważa się zbyt dużych dysproporcji między procentem wskazań studentów socjologii czy studentów prawa. Uściślając, 47,76% studentów socjologii oraz 46,77% studentów prawa jako grupę odniesienia wskazuje członków rodziny. Natomiast 50,75% studentów socjologii oraz 41,94% studentów prawa wskazuje osoby z grupy przyjaciół lub znajomych.

W przypadku studentów piątego roku socjologii i prawa znaczenia nabiera trzecia z wyróżnionych grup – koledzy ze studiów (wykres 101).



Wykres 101

Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa

Porównując poprzedni wykres 100 z wykresem 101 można stwierdzić, iż koledzy ze studiów stanowią stosunkowo dużą grupę odniesienia dla studentów ostatnich lat socjologii i prawa. Otóż nastąpił wzrost z 1,49% do 14,29% wśród studentów socjologii oraz z 10,48% do 22,92% wśród studentów prawa.

Zasadnicze pytanie o nasilenie postawy konformistycznej dotyczyło czy postępowanie znanych respondentom osób ma lub miałyby wpływ na ich decyzje dotyczące dochodzenia swoich praw konsumenckich (tabela 5).

Tabela 5

Wpływ grupy odniesienia na postawę konformistyczną (%wskazań)

Lp.	Grupa odniesienia	Studenci	zdecydowanie tak	raczej tak	trudno powiedzieć	raczej nie	zdecydowanie nie
1	Rodzina	Socjologia I rok	55,32%	38,3%	4,26%	xxx	2,13%
		Socjologia V rok	45,61%	36,84%	7,02%	7,02%	3,51%
		Prawo I rok	52,58%	32,99%	9,28%	3,09%	2,06%
		Prawo V rok	34,82%	36,61%	9,82%	13,39%	5,36%
2	Koledzy ze studiów	Socjologia I rok	10,64%	42,55%	31,91%	5,38%	8,51%
		Socjologia V rok	17,31%	51,92%	21,15%	5,77%	3,85%
		Prawo I rok	8,51%	45,74%	31,91%	8,51%	5,32%
		Prawo V rok	14,41%	45,95%	18,02%	13,51%	8,11%
3	Przyjaciele, znajomi	Socjologia I rok	31,91%	53,19%	10,4%	xxx	4,26%
		Socjologia V rok	26,42%	58,49%	7,55%	3,77%	3,77%
		Prawo I rok	14,29%	63,27%	13,27%	5,12%	3,06%
		Prawo V rok	18,52%	49,07%	12,96%	12,04%	7,41%
4	Nauczyciele akademicy	Socjologia I rok	12,77%	25,53%	44,68%	8,51%	8,51%
		Socjologia V rok	20,41%	24,49%	24,49%	22,45%	8,16%
		Prawo I rok	15,38%	30,77%	29,67%	14,27%	9,89%
		Prawo V rok	16,04%	33,02%	20,75%	18,87%	11,32%

Z przedstawionej tabeli 5 wynika, iż ponad połowa respondentów stwierdziła, iż postępowanie członków rodziny ma lub miałoby "zdecydowany" wpływ na ich decyzje dotyczące dochodzenia swoich praw konsumenckich. W przypadku drugiej oraz trzeciej z wyróżnionych grup odniesienia większość respondentów przyznała, iż postępowanie jednostek z owych grup odniesienia "raczej" wpływa na ich zachowanie. Natomiast najłabszą grupą odniesienia są nauczyciele akademicy.

Przy omawianiu postawy konformistycznej należy zwrócić uwagę na rodzaj motywacji. Otóż zgodnie z przedstawioną analizą postaw w części teoretycznej niniejszej pracy postawa konformistyczna podobnie jak postawa legalistyczna może współwystępować z motywacją zasadniczą lub celowościową. Zatem można przyjąć,

iż jednostki dla których zdecydowane znaczenie ma rodzina i jej aktywność w obronie przysługujących praw konsumenckich, wykazują się postawą konformistyczną z motywacją zasadniczą, ale z uzasadnieniem celowościowym skierowanym na interes swej rodziny. Natomiast jednostki, dla których ważną grupą odniesienia są koledzy, znajomi czy też nauczyciele akademicy, wykazują się postawą konformistyczną z motywacją celowościową wraz z uzasadnieniem celowościowym. Ten rodzaj postawy jest bowiem uzależniony od oczekiwań przez respondenta nagrody lub kary, które może uzyskać ze strony wyróżnionych grup społecznych.

W sytuacji gdy respondent w swoim postępowaniu odrzuca lub też zwalcza sposób zachowania się innych w danej grupie można mówić, iż przyjmuje on postawę nonkonformistyczną, która jest przeciwieństwem konformizmu.

Z przedstawionej tabeli 5 wynika, iż wpływ grup odniesienia na zachowanie respondentów jest stosunkowo wysoki. Zatem pytanie o postawę nonkonformistyczną musiało być sformułowane w formie pytania otwartego. Dopiero wówczas możliwe było uzyskanie rzetelnych danych⁴²⁷.

Należy również wspomnieć, iż motywacja i uzasadnienie zasadnicze w ocenie nonkonformistycznej występuje w sytuacji kiedy konsument wyraża swą dezaprobatę wobec przepisów prawa konsumenckiego. Istotne jest również to, iż bez względu na rodzaj motywacji postawa nonkonformistyczna wiąże się z występowaniem, często licznych i trudnych do zrealizowania postulatów. Jednakże z drugiej strony postawy te mogą przyczynić się do wprowadzenia zmian ochrony praw konsumenta lub sposobów ich przekazywania. Odpowiedzi respondentów przedstawia tabela 6.

^{4 27} Pyt. 33 w kwestionariuszu ankiety

Tabela 6

Postawa nonkonformistyczna (%wskazań)

Lp	Zmiana przepisów prawa konsumenckiego	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	tak	80%	75,68%	80%	73,19%
2	nie	6,15%	2,7%	7,69%	10,14%
3	nie wiem	13,85%	21,62%	12,31%	16,67%

Nie ulega wątpliwości, iż zdecydowana większość respondentów jest zdania, iż prawa konsumenckie powinny być bardziej chronione. Okazało się, iż rok oraz kierunek studiów nie wywiera wpływu na postawę nonkonformistyczną. Ponadto procent odpowiedzi praktycznie jest taki sam we wszystkich badanych grupach. Należy dodać, iż w dalszej kolejności studenci zostali poproszeni o podanie swoich propozycji w jaki sposób powinny być chronione prawa konsumenta. W ten sposób stało się możliwe uzyskanie postulatów jako czwartego elementu składowego świadomości prawnej (konsumenckiej). Zanim jednak zostaną one wyszczególnione, należy omówić wyniki badań określających nasilenie ostatniej z wyróżnionych postaw, tj. postawę oportunistyczną.

Postawa oportunistyczna zawsze pozostaje w związku z motywacją skierowaną na własny, indywidualny interes. W celu uzyskania rzetelnych danych świadczących o jej występowaniu respondentom zostały przedstawione trzy scenki sytuacyjne opisujące fikcyjne zdarzenia. Ponadto studenci zostali poproszeni o uzasadnienie swojej decyzji⁴²⁴.

Pierwsza scenka opisuje sytuację, w której Klub Książki "XYZ" przysłał pewnemu konsumentowi dodatkowy tom encyklopedii, którego nie zamawiał. Jednakże uiścił Klubowi Książki należną kwotę. Na pytanie, jak postąpiłby respondent w tej sytuacji 78,13% studentów pierwszego roku socjologii oraz 77,03% studentów piątego roku socjologii stwierdziło, iż nie odebrałoby przesyłki. Zaledwie 6,25% studentów pierwszego oraz 6,76% piątego roku postąpiłaby dokładnie tak jak osoba w przedstawionej scenie sytuacyjnej. Podobne wyniki uzyskali studenci prawa. Otóż 88,26% studentów pierwszego roku oraz 82,61% studentów piątego

⁴ ²⁴ Pyt. 19,20,21,22,26,27 w kwestionariuszu ankiety.

roku studiów stwierdziło, iż nie odebrałoby kolejnej niezamawianej książki. Natomiast 5,24% studentów pierwszego roku oraz jedynie 2,9% piątego roku uiściłoby należną kwotę. Tabela 7 zawiera zestawienie uzasadnienia decyzji wszystkich respondentów.

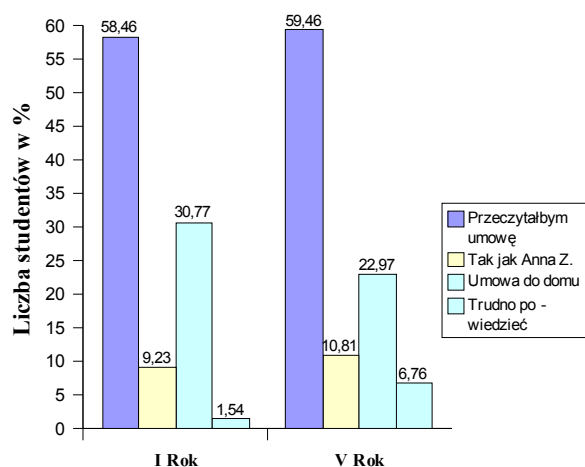
Tabela 7

Postawa oportunistyczna. Uzasadnienie podjętej decyzji (% wskazań)

Lp	Rodzaj zachowania	Uzasadnienie decyzji	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	Odebrałbym przesyłkę	przydatna	18,46%	20,27%	10,68%	11,51%
		zależy od ceny	1,53%	xxx	2,29%	xxx
2	Nie odebrałbym przesyłki	towar niezgodny z umową	64,61%	72,97%	82,44%	79,85%
		niepotrzebna	6,15%	xxx	xxx	xxx

Przedstawione w tabeli 7 dane wskazują, iż głównym motywem skłaniającym respondentów do postawy oportunistycznej jest w tym przypadku niezgodność towaru z umową zawartą z Klubem Książki. Studenci skrytykowali postępowanie wspomnianego Klubu, stwierdzając, iż stosowana wobec konsumentów praktyka jest niezgodna z prawem.

Kolejne pytanie mające na celu wskazanie nasilenia postawy oportunistycznej dotyczyło podpisania przez klientkę umowy z bankiem. Respondenci mieli możliwość udzielenia jednej z czterech odpowiedzi. Wykres 102 przedstawia odpowiedzi studentów socjologii.



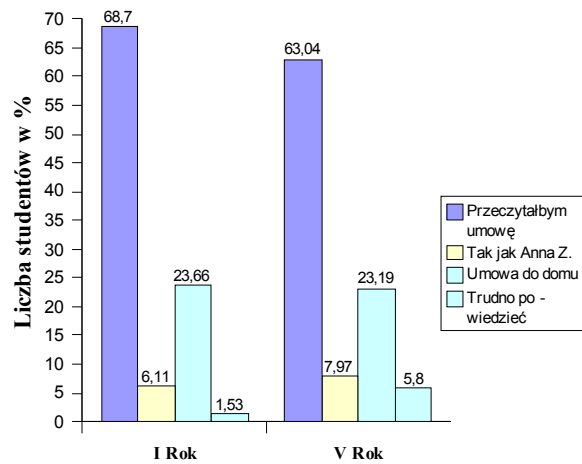
Wykres 102

Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów socjologii

Pytanie dotyczyło podpisania umowy rachunku bankowego. Utrudnieniem były pojawiające się tzw. szumy w postaci zdenerwowanych klientów, którzy byli znudzeni czekaniem w kolejce i nerwowo spoglądali na zegarki. Respondentom zadano pytanie czy pomimo braku sprzyjających warunków a) przeczytałiby umowę, b) czy podpisaliby umowę bez czytania (tak postąpiła osoba w scenie sytuacyjnej) c) czy też w celu dokładnego zapoznania się z warunkami umowy najpierw zabraliby umowę do domu. Czwartym wariantem był wybór odpowiedzi "trudno powiedzieć".

Z przedstawionego wykresu 102 wyraźnie widać, iż 58,46% studentów pierwszego roku socjologii oraz 59,46% studentów piątego roku przeczytałoby umowę przed jej podpisaniem w banku. Natomiast 30,77% studentów pierwszego roku oraz 22,97% studentów piątego roku w celu dokładnego zapoznania się z warunkami umowy zabraliby umowę do domu. Niski procent (8,3%) wszystkich studentów socjologii, którzy wybrali czwarty wariant odpowiedzi wskazuje na wysoki stopień nasilenia postawy oportunistycznej.

Nasilenie omawianej postawy studentów prawa ilustruje wykres 103.

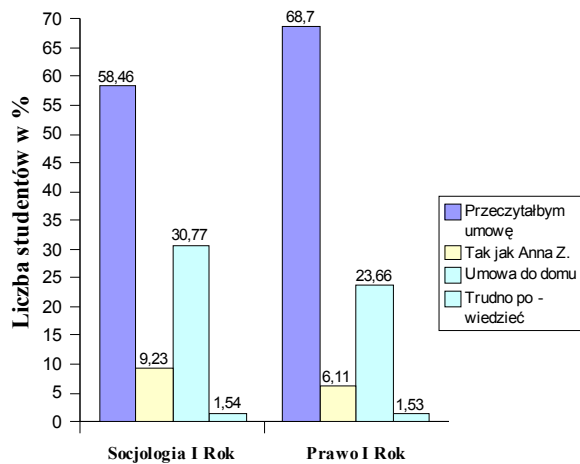


Wykres 103

Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów prawa

Podobnie jak w przypadku studentów socjologii, również studenci prawa w większości wykazują się postawą oportunistyczną. Otóż 68,7% studentów pierwszego roku oraz 63,04% studentów piątego roku prawa są przekonani, iż przeczytaliby umowę przed jej podpisaniem. Natomiast 23,66% respondentów pierwszej grupy oraz 23,19% respondentów grupy drugiej deklaruje, iż w celu dokładnego zapoznania się z warunkami umowy najpierw zabraliby umowę do domu. Tutaj również zauważa się niski procent wskazań odpowiedzi " trudno powiedzieć", zaledwie 7,33%.

Porównanie zachowań pierwszego roku socjologii oraz pierwszego prawa przedstawia wykres 104.



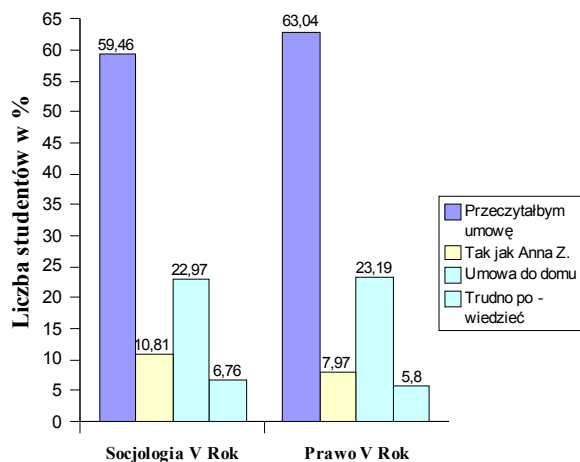
Wykres 104

Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

Z przedstawionego wykresu wynika, iż studenci pierwszego roku prawa w większym stopniu wykazują postawę oportunistyczną (68,7%). Co ciekawe, o ile studenci prawa w większości przypadków podpisałiby umowę w banku, to aż 30,77% studentów socjologii zabrałoby umowę do domu w celu dokładnego zapoznania się z jej warunkami.

Zaledwie 9,23% studentów pierwszego roku socjologii oraz 6,11% studentów pierwszego roku prawa postąpiłoby zgodnie z zachowaniem, które zostało opisane w scenie sytuacyjnej.

Poniżej zostało przedstawione zestawienie odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz prawa (wykres 105).



Wykres 105

Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa

W przypadku studentów piątego roku socjologii (59,46%) oraz piątego roku prawa (63,04%) dominuje postawa oportunistyczna. Jedynie 18,72% spośród wszystkich studentów piątego roku prawa i socjologii postąpiłoby zgodnie z zachowaniem opisanym w pytaniu. 22,97% studentów pierwszego roku socjologii oraz 23,19% studentów piątego roku prawa nie podpisałoby umowy w banku lecz zabrałoby ją do domu w celu dokładnego jej przeczytania.

Ostatnie pytanie zmierzające do określenia rodzaju postawy konsumentów dotyczy zakupu nieświeżego jogurtu. Celem jest tutaj wykrycie czy konsument korzysta ze swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru. Ponadto respondenci mieli możliwość uzasadnienia swojego zachowania (tabela 8).

Tabela 8

Postawa oportunistyczna. Uzasadnienie podjętej decyzji (% wskazań)

Lp	Rodzaj zachowania	Uzasadnienie decyzji	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	Prosiłbym o zwrot pieniędzy	niezgodność towaru z umową	53,84%	54,05%	55,72%	58,99%
2	Nie zwracałbym jogurtu	niska cena	35,38%	27,02%	29,77%	26,61%
		szkoda czasu	xxx	17,56%	6,10%	5,75%

Zdecydowana większość respondentów uznała, iż bez względu na wartość zakupionego towaru żądaliby zwrotu pieniędzy. Swój wybór uzasadniali tym, iż nawet jeśli kupiliby przeterminowany jogurt, a więc produkt o niskiej cenie, chętnie skorzystaliby z przysługujących im praw zwrotu pieniędzy. Spośród osób, które w tym przypadku nie zwróciłyby się do sprzedawcy o zwrot pieniędzy najmniejszą grupę stanowią respondenci, którym "szkoda czasu" na dochodzenie swoich praw (17,56% studentów socjologii oraz 11,85% studentów prawa).

6.5. Postulaty wobec prawa

Ostatnim elementem świadomości konsumenckiej są postulaty wobec przepisów prawa konsumenckiego. Wiadomo już, iż ponad 80% respondentów obu badanych grup uznało, iż prawa konsumenckie powinny być bardziej chronione. Osoby te zostały poproszone o podanie konkretnych propozycji zmian⁴²⁵. Wyróżnione postulaty wobec prawa przedstawia tabela 9.

Tabela 9

Postulaty wobec prawa konsumenckiego (%wskazań)

Lp.	Postulaty	Socjologia rok I	Socjologia rok V	Prawo rok I	Prawo rok V
1	Kampania informacyjna	56,92%	25,67%	23,66%	28,05%
2	Czytelność przepisów	9,23%	6,75%	7,63%	5,03%
3	Dostęp do informacji	18,46%	17,56%	16,03%	16,54%
4	Zwiększenie kar dla sprzedawców	16,92%	12,16%	16,03%	7,91%
5	Sprawniejsza działalność organizacji chroniących interesów konsumenta	4,61%	5,40%	6,87%	17,98%
6	Zmiana przepisów prawa konsumenckiego	xxx	xxx	8,39%	11,51%
7	Kampania informacyjna w szkołach	3,07%	xxx	xxx	2,15%
8	Częste kontrole sprzedawców	xxx	2,70%	11,45%	7,91%

Z tabeli 9 wynika, iż studenci pierwszego roku socjologii aż w 56,92% postulują większą kampanię informacyjną o przysługujących konsumentowi prawach. Jest to największy procent wskazań spośród wszystkich respondentów. Drugim najczęściej wymienianym postulatem był lepszy dostęp do informacji o przepisach prawa konsumenckiego oraz zwiększenie kar dla nieuczciwych sprzedawców. Co ciekawe 17,98% studentów piątego roku prawa postuluje sprawniejszą działalność organizacji chroniących interesów konsumenta. Dla porównania, postulat ten wskazało 6,87% procent studentów pierwszego roku prawa.

⁴ ²⁵ Pyt.34 w kwestionariuszu ankiety

Zatem respondenci wykazując postawę realną, postulują po pierwsze bardziej skuteczną kampanię informacyjną, po drugie łatwiejszy dostęp do informacji o obowiązujących prawach konsumenta oraz po trzecie – sprawniejszą działalność organizacji chroniących prawa konsumenckie.

6.6. Rodzaje świadomości prawnej konsumentów

Skoro znany jest już stopień znajomości: przepisów prawa konsumenckiego, źródeł wiedzy o prawie, sposobów przekazywania informacji o wiedzy prawniczej, oceny prawa, postawy oraz postulatory należy zastanowić się nad typem konsumenta (podmiotem świadomości prawnej) i jego rodzajem świadomości prawnej.

Zgodnie z przedstawioną w części teoretycznej klasyfikacją konsumenta można wyróżnić cztery główne typy konsumentów, tj. konsument jako ofiara, naiwniak, racjonalny aktor oraz nadawca komunikatu⁴²⁶. Owe cztery grupy konsumentów zostały rozdzielone do dwóch kategorii konsumentów: dominujących oraz zdominowanych. Jak nietrudno się domyślić do pierwszej grupy zalicza się racjonalnych aktorów oraz nadawców komunikatów, natomiast do grupy konsumentów zdominowanych należą ofiary oraz naiwniaki.

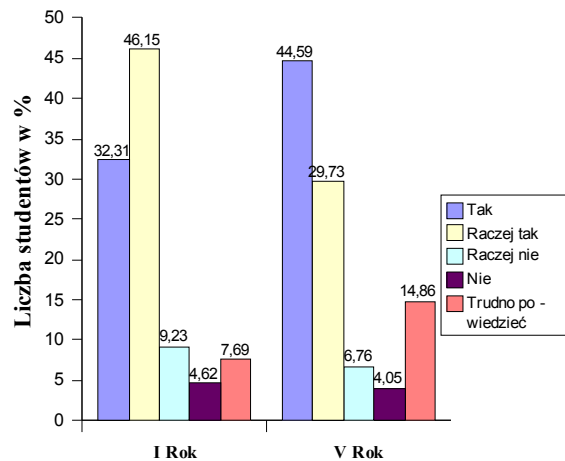
Oczywiście już w trakcie analizy wcześniej wyróżnionych zmiennych, takich jak znajomość przepisów prawa, oceny, postawy czy postulatory wobec przepisów prawa konsumenckiego pozwoliły nakreślić aktualne cechy podmiotu świadomości prawnej (konsumenckiej). Szczególnie na uwagę zasługują m.in. pytania związane z określeniem celu uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego, czy też pytania o rodzaj postawy konsumenta.

Dokonując chociażby powierzchownej syntezy zebranego materiału badawczego można stwierdzić, iż bez względu na kierunek studiów większość respondentów reprezentuje rodzaj *homo oeconomicus* (racjonalnych konsumentów). A więc są to konsumenci, którzy dbając o własne interesy wykazują się racjonalnym, a nie spontanicznym podejmowaniem decyzji.

W celu lepszej analizy rodzaju podmiotu świadomości prawnej (konsumenckiej) poniżej przedstawiono wykresy ilustrujące odpowiedzi respondentów na pytanie, czy konsument powinien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru⁴²⁷. Respondenci mieli możliwość wyboru jednej z pięciu zaproponowanych odpowiedzi.

^{4 26} Zob. rozdz. 4

^{4 27} Pyt. 26 w kwestionariuszu ankiety



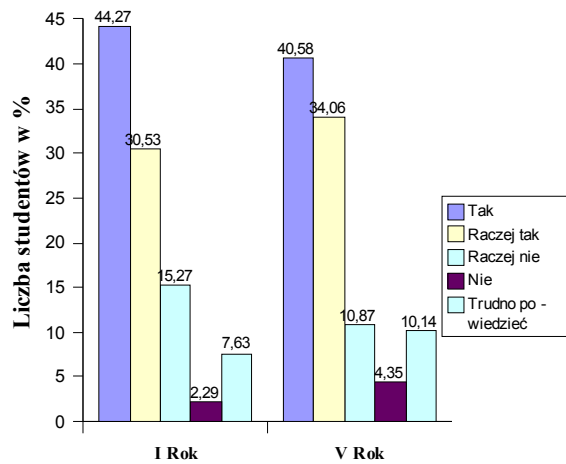
Wykres 106

Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów socjologii.

Z wykresu 106 wynika ciekawa dysproporcja między udzielonymi odpowiedziami przez studentów pierwszego i piątego roku studiów. Otóż o ile 46,15% studentów pierwszego roku deklaruje, iż konsument "raczej" powinien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupu, to aż 44,59% studentów piątego roku twierdzi, iż konsument winien "zdecydowanie tak" korzystać z przysługujących mu praw.

Zaledwie 9,23% studentów pierwszego roku oraz 5,76% piątego roku jest zdania, iż konsument "raczej nie" powinien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru.

Wykres 107 przedstawia odpowiedzi studentów prawa.



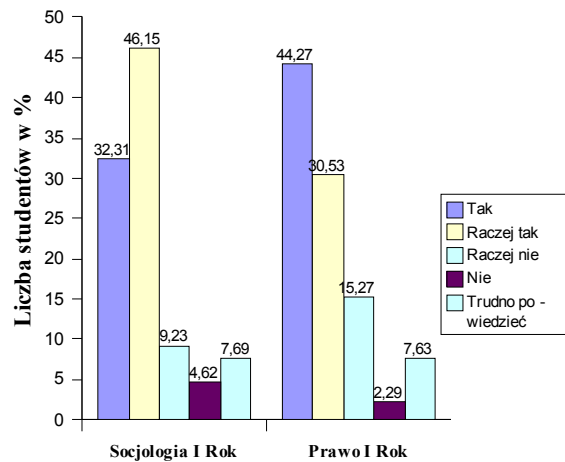
Wykres 107

Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów prawa.

Większość studentów prawa, bez względu na rok studiów jest zdania, iż konsument "zdecydowanie" powinien dochodzić swoich praw nawet jeśli zakupiony towar ma niską wartość pieniężną. Spośród respondentów pierwszego roku 44,27% studentów oraz 40,58% studentów piątego roku uważa, iż konsument powinien korzystać z przysługujących mu praw. Proszę zauważyć, iż nie uwidacznia się, tak jak wśród studentów socjologii, dysproporcja między wyborem odpowiedzi "tak", a "raczej tak".

Spośród wszystkich studentów prawa 26,14% uważa, iż konsument "raczej nie" powinien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru.

W celach porównawczych wykresy 108 i 109 przedstawiają odpowiedzi studentów pierwszego i piątego roku socjologii i prawa.

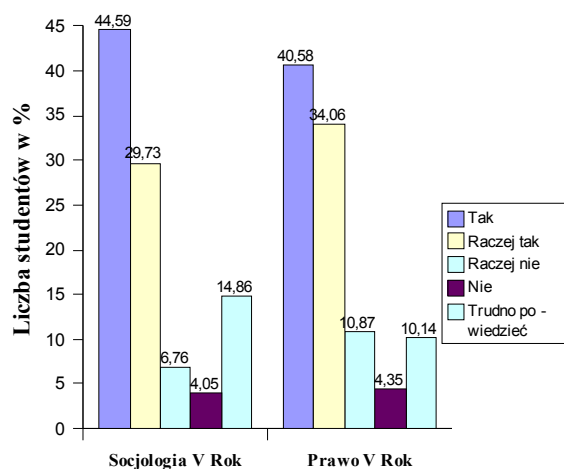


Wykres 108

Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa.

Niewątpliwie zarówno studenci pierwszego roku socjologii, jak i pierwszego roku prawa są zdania, iż konsument winien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru. Jednakże wyraźnie widać, iż studenci prawa (44,27%) są bardziej zdecydowani w dokonanym wyborze odpowiedzi "tak", aniżeli studenci socjologii (32,31%). W przypadku tych ostatnich większość (46,15%) wybrało odpowiedź "raczej tak". Natomiast 15,27% studentów prawa oraz 9,23% studentów socjologii jest przekonana, iż konsument "raczej nie" powinien zawsze korzystać z przysługujących mu praw. Najmniejszy procent odpowiedzi (4,62% oraz 2,29%) wskazało odpowiedź "nie".

Warto porównać odpowiedzi studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa (wykres 109).



Wykres 109

Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa.

Z przedstawionych w wykresie 109 danych wyraźnie widać, iż bez względu na kierunek studiów studenci piątego roku wyrażają zdecydowane przekonanie (44,59% oraz 40,58%), iż konsument zawsze powinien korzystać z przysługujących mu praw, nawet jeśli zakupiony przez niego produkt nie jest kosztowny. Odmiennego zdania jest zaledwie 4,05% studentów socjologii oraz 4,35% studentów prawa.

Wyżej przedstawione wyniki badań wymagają pewnego uzupełnienia o motyw aktywności konsumenta w walce o swoje prawa. Wszystkim respondentom, którzy są przekonani, iż konsument zawsze powinien dochodzić swoich praw zadano pytanie, co skłania konsumenta do takiego zachowania⁴²⁸. Studenci mieli możliwość wyboru jednego z trzech wariantów odpowiedzi. Pierwszy wariant dotyczył chęci odczucia satysfakcji przez konsumenta zaś drugi – chęci otrzymania rekompensaty, np. w postaci zwrotu pieniędzy. Wariant trzeci umożliwił studentom podania własnych propozycji motywów zachowania konsumenta (tabela 10).

⁴ ²⁸ Pyt.27 w kwestionariuszu ankiety.

Tabela 10

Motyw dochodzenia praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru (%wskazań)

Lp.	Motywy działania podmiotu świadomości konsumenckiej	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok
1	Chęć odczucia satysfakcji	40,54%	25%	28,24%	22,67%
2	Chęć otrzymania rekompensaty, np. zwrot pieniędzy	56,76%	75%	71,76%	77,33%
3	Chęć korzystania z przysługujących praw	1,53%	4,05%	3,81%	5,03%
4	Wymuszenie wysokiej jakości usług	7,69%	4,05%	1,52%	7,19%
5	Wymuszenie poszanowania praw klienta	13,94%	4,05%	xxx	5,75%
6	Uczciwość	xxx	14,86%	8,39%	5,75%

Dominującym motywem dochodzenia praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru jest chęć otrzymania rekompensaty, np. w postaci zwrotu pieniędzy. Warto jednak porównać procent wskazań studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa. Otóż procentowa różnica między motywem odczucia satysfakcji a motywem otrzymania rekompensaty nie jest aż tak duża jak w przypadku pierwszego roku prawa (40,54%:56,76% ; 28,24%:71,76%).

Respondenci, którzy skorzystali z pytania otwartego wyróżnili takie motywy, jak: chęć korzystania z przysługujących konsumentowi praw, wymuszenie na sprzedawcy gwarantowania klientom wysokiej jakości usług, wymuszenie poszanowania praw kupujących oraz wymuszenie na sprzedawcy postępowania zgodnego z zasadami uczciwości.

Przekonanie większości respondentów o tym, iż konsument powinien dochodzić swoich praw bez względu na wartość zakupionego towaru oraz dominujący motyw chęci otrzymania rekompensaty, np. zwrotu pieniędzy stanowi potwierdzenie nasilenia postawy oportunistycznej respondentów⁴²⁹. Oznacza to, iż studenci socjologii oraz prawa nie należą do grupy konsumentów zdominowanych. Wręcz przeciwnie, większość respondentów bez względu na kierunek i rok studiów

⁴ ²⁹ Zob. tabela 8.

dba o własne interesy. Należy zatem uznać, iż spośród badanych większość stanowią konsumenci *homo oeconomicus*.

Pozostaje jeszcze kwestia omówienia wyników badań zmierzających do określenia rodzaju posiadanej przez badanych konsumentów, świadomości prawnej (konsumenckiej)⁴³⁰. Jest to próba odpowiedzi na pytanie, jaki rodzaj czynności podejmuje konsument w przypadku niezadowolenia z dokonanego zakupu (dysonans pozakupowy)⁴³¹.

Dzięki tak sformułowanemu pytaniu możliwe jest określenie posiadanej przez konsumenta rodzaju świadomości prawnej. Otóż w sytuacji, w której konsument odczuwa niezadowolenie z zakupu może wykazywać się dwoma rodzajami świadomości konsumenckiej. Może to być świadomość aktywna lub pasywna. Pierwszy rodzaj świadomości ujawnia się w chwili kiedy konsument podejmuje konkretne działanie. Natomiast drugi rodzaj świadomości występuje wówczas, gdy konsument pomimo odczuwania dysonansu pozakupowego nie podejmuje żadnych działań zmniejszających poczucie niezadowolenia.

Respondenci zostali poproszeni o przyporządkowanie częstotliwości z jaką podejmują konkretne działania. Mieli możliwość wyboru jednej z pięciu zaproponowanych możliwości działania. Ponadto możliwe było wpisanie własnych przykładów podejmowanych działań zmniejszających poczucie dysonansu. Wyniki badań przedstawia tabela 11.

^{4 30} Zob. podrozdz. 4.3.1.

^{4 31} Pyt. 32 w kwestionariuszu ankiety.

Tabela 11

Rodzaj czynności podejmowanych w przypadku doznanego dysonansu pozakupowego. Rodzaj świadomości konsumenckiej (%wskazań)

Lp.	Rodzaj czynności	Studenci	Bardzo często	Często	Czasami	Rzadko	Nigdy
1	Złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich	Socjologia I rok	20%	35,38%	27,69%	16,92%	xxx
		Socjologia V rok	23,29%	28,77%	19,18%	19,18%	9,59%
		Prawo I rok	27,13%	34,11%	20,93%	15,5%	2,33%
		Prawo Vrok	25%	36,76%	26,47%	10,29%	1,47%
2	Złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta	Socjologia I rok	xxx	3,06%	4,62%	10,77%	81,54%
		Socjologia V rok	1,45%	2,9%	4,35%	31,88%	59,42%
		Prawo I rok	xxx	3,39%	7,63%	18,64%	70,34%
		Prawo Vrok	0,78%	1,56%	10,16%	20,31%	67,19%
3	Ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą	Socjologia I rok	30,77%	49,23%	16,92%	3,06%	xxx
		Socjologia V rok	38,57%	38,57%	20%	1,43%	1,43%
		Prawo I rok	27,69%	42,31%	21,54%	7,69%	0,77%
		Prawo Vrok	25,93%	41,48%	23,7%	5,93%	2,96%
4	Zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów	Socjologia I rok	16,92%	26,15%	32,31%	15,38%	9,23%
		Socjologia V rok	27,54%	37,68%	28,99%	5,8%	xxx
		Prawo I rok	23,02%	29,37%	29,37%	12,7%	5,56%
		Prawo Vrok	30,66%	29,2%	24,09%	9,49%	5,57%
5	Zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy	Socjologia I rok	24,62%	35,38%	24,62%	13,85%	1,54%
		Socjologia V rok	36,62%	38,03%	18,31%	7,04%	xxx
		Prawo I rok	28,13%	33,59%	22,66%	11,72%	3,91%
		Prawo Vrok	36,5%	32,85%	22,63%	5,57%	1,47%
6	inne	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Z danych empirycznych wynika, iż spośród 409 respondentów jedynie 8,94% osób nie podejmuje żadnych czynności w celu zmniejszenia dysonansu

pozakupowego. Oznacza to, iż tylko 8,94% badanych konsumentów wykazuje się pasywną świadomością prawną (konsumencką). Z przedstawionej tabeli 11 wynika, iż spośród pięciu form aktywności, złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta jest najrzadszym rodzajem czynności jaki podejmują konsumenci. Natomiast ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą oraz składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich, są stosunkowo popularnymi formami zmniejszania poczucia dysonansu konsumentów.

Zatem można przyjąć za L. Petrażyckim, iż konsumenci posiadający aktywną świadomość prawną wykazują się motywacją zasadniczą. Motywacja ta zachęca i sankcjonuje postępowanie jednostki, zmierzających do urzeczywistnienia jej praw.

6.7. Porównanie wyników badań z badaniami z lat 2002 i 2003

Zanim zostaną przedstawione korelacje zmiennych oraz weryfikacja założonych hipotez warto jeszcze poznać wyniki badań przeprowadzonych wśród studentów przez Dąbrowską A., Janoś – Kresło M.⁴³² Celem owych badań było poznanie m.in.

- a) znajomości instytucji i organizacji konsumenckich chroniących interesy konsumentów
- b) źródeł informacji konsumenckiej⁴³³.

Nie powinien zatem dziwić fakt zainteresowania wynikami badań, tym bardziej, iż pytania o znajomość instytucji oraz źródeł wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego stanowią jeden z czterech poddanych analizie elementów składowych świadomości prawnej (konsumenckiej).

Porównanie wyników badań na temat znajomości instytucji i organizacji konsumenckich przedstawia tabela 12.

^{4 32} A. Dąbrowska, M. Janoś – Kresło, Poziom świadomości konsumenckiej Polaków. Marketing i Rynek 2002, nr 2.

^{4 33} A. Dąbrowska, M. Janoś – Kresło, I. Ozimek, Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 147 – 156.

Tabela 12

Znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (%wskazań). Zestawienie wyników badań przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002, 2003 oraz 2007

Lp	Instytucja lub organizacja chroniąca prawa konsumentów	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok	2002 r. (studenci, N=290)	2003 r. (studenci, N=393)
1	Miejski (Powiatowy) Rzecznik Praw Konsumenta	21,54%	28,37%	23,66%	58,99%	7,6%	7,5%
2	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta	29,24%	45,48%	16,03%	64,74%	8,3%	23,3%
3	Federacja Konsumentów	3,07%	2,70%	3,05%	2,15%	7,6%	8,6%
4	Stały Polubowny Sąd Konsumentcki	xxx	2,70%	0,76%	0,71%	0,3%	0,3%
5	Najwyższa Izba Kontroli	xxx	xxx	1,52%	0,71%	xxx	xxx
6	Urząd Antymonopolowy	xxx	xxx	0,76%	xxx	xxx	xxx
7	Helsińska Fundacja Ochrony Praw Człowieka	xxx	xxx	0,76%	xxx	xxx	xxx
8	Inspekcja Handlowa	xxx	xxx	2,29%	4,3%	9,0%	9,01%
9	Światowa Organizacja Handlu	xxx	xxx	xxx	0,71%	xxx	xxx

Uogólniając, można stwierdzić, iż dwie spośród wskazanych przez studentów instytucji chroniących prawa konsumentów zyskały większą znajomość. Okazało się, iż w badaniach przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002 i 2003 niewielu badanych (7,6% w 2002 roku i 7,5% w 2003 roku) wskazało instytucję miejskiego (powiatowego) rzecznika praw konsumenta. Według autorek badań była to sytuacja niepokojąca i wskazująca, że polski konsument w XXI wieku dysponuje ubogą wiedzą w tym względzie, tym bardziej, iż instytucja rzecznika czy UOKiK powinna być znana ze względu na swój zasięg działania większej liczbie respondentów.

Okazało się jednak, iż w badaniach przeprowadzonych w roku 2007 studenci wykazali dużo większą znajomość wspomnianych instytucji. Można powiedzieć, iż w zasadzie tylko dwie instytucje: rzecznika miejskiego (powiatowego) oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta są znane przez respondentów. Prawdopodobnie

wzrost ich znajomości wynika z łatwiejszego dostępu informacji o ich powołaniu i uprawnieniach. Co ciekawe, znajomość Federacji Konsumentów wśród przebadanych studentów w 2007 roku uległa zmniejszeniu, natomiast znajomość Stałych Polubownych Sądów Konsumenckich, zarówno wśród studentów przebadanych w latach 2002 - 2003, jak i w roku 2007, praktycznie jest zerowa. Podkreślenia wymaga fakt stosunkowo niskiej (poza rzecznikiem oraz UOKiK) znajomości instytucji chroniących praw konsumenta – zwłaszcza przez studentów piątego roku prawa.

Przejdźmy do zestawienia wyników badań na temat wybranych źródeł informacji konsumenckiej przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002, 2003 oraz 2007 (Tabela 13).

Tabela 13

Wybrane źródła informacji konsumenckiej (%wskazań). Zestawienie wyników badań przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002, 2003 oraz 2007

Lp	Źródło informacji wybór wskaźnika "często"	Socjologia I rok	Socjologia V rok	Prawo I rok	Prawo V rok	2002 r. (studenci, N=290)	2003 r. (studenci, N=393)
1	Radio lub telewizja	37,5%	47,89%	29,69%	33,85%	69%	66,8%
2	Internet	33,85%	28,57%	30,4%	37,59%	11,4%	16,4%
3	Prasa	34,38%	33,8%	27,91%	35,56%	61%	57,1%
4	Znajomi	42,19%	33,33%	18,4%	15,5%	26,9%	26,5%

Z przedstawionych w tabeli 13 wyników badań wynika, iż maleje znaczenie mediów (radio i telewizji) jako źródła informacji na korzyść internetu. Okazało się, iż znaczenie źródła informacji jakim jest internet zdecydowanie wzrosło wśród studentów w roku 2007. Jest to konsekwencja łatwiejszego dostępu społeczeństwa do internetu. Następuje zjawisko upowszechnienia internetu jako głównego źródła informacji na temat obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego.

Uogólniając przedstawione wyniki badań z lat 2002, 2003 oraz 2007 można stwierdzić, iż po pierwsze internet stał się głównym źródłem informacji konsumenckiej kosztem radio i telewizji, po drugie – nadal istnieje niska wiedza konsumentów na temat istnienia instytucji chroniących prawa konsumenta. Faktem jest, iż w porównaniu z wynikami badań z lat 2002 i 2003 świadomość studentów na temat działalności instytucji rzecznika oraz UOKiK uległa zwiększeniu. Jednakże

świadomość istnienia i funkcjonowania takich instytucji, jak Federacja Konsumentów czy Sąd Konsumentki, nie uległa zmianie nawet wśród studentów piątego roku prawa. Trudno nie zgodzić się z twierdzeniem autorek omawianych badań porównawczych, iż "Informacja i edukacja konsumentka stanowi podstawę ochrony konsumenta. Wszelkie bowiem rozwiązania, zarówno prawne jak i instytucjonalne, działają tylko w takim zakresie, w jakim zaistnieją w świadomości uczestników rynku, w tym konsumentów"⁴³⁴.

Omawiając problem świadomości prawnej konsumentów trudno nie odnieść się do stanowiska prezentowanego w tej kwestii przez osoby na co dzień zajmujące się stosowaniem prawa. W kolejnym podrozdziale zostaną przedstawione wyniki 12 wywiadów przeprowadzonych z sędziami orzekającymi w sprawach cywilnych.

⁴ 34 Tamże, s. 155.

6.8. Postawa oceniająca – spojrzenie prawnika

Wywiady zostały przeprowadzone w dniach od 4 do 12 grudnia 2007 roku w Sądzie Rejonowym w Rudzie Śląskiej oraz w Sądzie Rejonowym w Zabrze. W sumie wywiadu udzieliło 12 sędziów orzekających w sprawach cywilnych. Respondenci chętnie udzielali wypowiedzi. Często wypowiedzi te przybierały formę długich i ciekawych dyskusji.

Spośród 12 respondentów cztery osoby stanowili mężczyźni. Biorąc pod uwagę przedział wiekowy, należy stwierdzić, iż 5 osób jest z pierwszego przedziału wiekowego (29 – 31 lat), 3 osoby z drugiego przedziału wiekowego (32 – 35 lat), 4 osoby z trzeciego przedziału wiekowego (36 – 39 lat). Żaden z rozmówców nie należał do grupy z czwartego przedziału wiekowego (powyżej 40 roku życia).

Wszyscy, którzy udzielili wywiadu są z wykształcenia magistrami prawa. W przypadku wykształcenia ojca, 3 z respondentów wskazało wykształcenie średnie, 9 wskazało wykształcenie wyższe.

Na pytanie o stan cywilny, 6 respondentów stwierdziło, iż są stanu wolnego, 5 jest zamężnych, 1 z respondentów jest rozwiedziony.

Wszyscy respondenci mieszkają w mieście.

Kwestionariusz wywiadu składa się z 10 pytań, z czego 5 stanowią pytania podzielone na dodatkowe pytania szczegółowe.

Pierwsze pytanie: *"Czy w ciągu ostatniego roku zdarzyło się Panu/Pani zakupić towar niezgodny z umową?"*

Okazało się, iż ośmiu z dwunastu sędziów nie zdarzyło się zakupić towaru niezgodnego z umową. Najczęściej udzielanymi komentarzami do owego pytania były:

- *"Zwykle uważam na to co kupuję",*
- *"Bardzo dokładnie czytam warunki umowy i lubię zadawać sprzedającemu dużo pytań odnośnie umowy sprzedaży"*
- *"Jestem prawnikiem, więc trudno mnie nabrać"*

Na pytanie: *"Czy po stwierdzeniu niezgodności zakupionego towaru z umową, podejmuje Pan(i) aktywne działanie w celu ochrony swoich praw konsumenckich? Jeśli tak, to co dokładnie Pan(i) robi? Jeśli nie, to dlaczego?"*

Oczywistym było, iż pytanie to zostało skierowane do sędziów, którym zdarzyło się w ciągu ostatniego roku zakupić towar niezgodny z umową. Wszyscy respondenci stwierdzili, że to czy podejmują aktywne działanie zależy od ceny zakupionego towaru. Owszem mają oni świadomość możliwości złożenia pisemnej reklamacji i nie potrzebują w tej kwestii niczyjej pomocy, jednakże *"Sędzia w każdej sprawie, w której występuje w charakterze strony lub uczestnika ma obowiązek informować własnego prezesa sądu. Jest to pewne ograniczenie"*.

Ponadto rozmówcy stwierdzili, iż *"Sami piszą reklamacje powołując się na odpowiednie przepisy prawa i nie zdarzyło się by reklamacje te nie były uwzględniane"*.

Trzecie pytanie dotyczyło: *"Czy według Pana/Pani świadomość przysługujących praw konsumentom zależy od posiadanego wykształcenia, np. prawniczego?"*

Wszyscy sędziowie z pełnym przekonaniem stwierdzili, że *"Oczywistym jest, iż świadomość prawna zależy od wykształcenia"*. Troje sędziów stwierdziło, iż: *"Trudno porównać świadomość prawną prawnika czy studenta prawa z np. sprzątaczką ze średnim czy podstawowym wykształceniem"*.

Kolejne pytanie dotyczyło oceny działalności instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów. Tabela nr 20 przedstawia oceny sędziów.

Tabela 14

Ocena działalności instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (liczba wskazań)

	b. dobrze	dobrze	dostatecznie	niedostatecznie	trudno powiedzieć
UOKiK	6	4	2	xxx	xxx
Powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów	9	3	xxx	xxx	xxx
Inspekcja Handlowa	xxx	xxx	2	xxx	10
Federacja Konsumentów	xxx	1	xxx	xxx	11

Zgodnie z przedstawionymi wynikami ocen instytucji i organizacji chroniących prawa konsumenta najwyższą ocenę uzyskał Powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów (9 osób bardzo dobrze oceniło jego działalność). Warto zacytować wypowiedź jednego z badanych sędziów *"Rzecznicy dobrze znają przepisy prawa konsumenckiego i skutecznie bronią praw konsumentów przed sądami"*. Równie wysoko został oceniony Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (6 sędziów oceniło bardzo dobrze jego działalność oraz 4 sędziów uznało, iż urząd ten pełni dobrze swą działalność). Co ciekawe, aż 10 sędziów nie wiedziało jak ocenić działalność Inspekcji Handlowej, a 11 rozmówcom trudno było ocenić działalność Federacji Konsumentów. Najczęstszym uzasadnieniem trudności oceny było stwierdzenie: *"Sędziowie osobiście nie zwracają się do tych instytucji, trudno ocenić ich działalność"*. Osoby, które oceniły dostatecznie działalność UOKiK oraz Inspekcję Handlową stwierdziły, iż organizacje te *"Nie są aktywne, nie starają się być bardziej dostępne dla przeciętnego Kowalskiego"*.

Na pytanie, *"Czy Pana(i) zdaniem przedsiębiorcy mają świadomość jakie prawa przysługują klientom"* 5 sędziów uznało, iż *"Przedsiębiorcy mają świadomość o przysługujących klientom prawach"*. Zatem większość respondentów jest przekonana o niewiedzy przedsiębiorców na temat przysługujących klientom prawach. Do najczęstszych wypowiedzi należały:

- *"Wynika to ze sposobu załatwiania przez przedsiębiorców reklamacji "*

- *"Jest to szczególnie widoczne z treści pism składanych w naszym sądzie przez przedsiębiorców"*

Część sędziów stwierdziła również, że zdarzają się sytuacje, w których przedsiębiorcy z premedytacją *"udają, że nie wiedzieli o danym przepisie przysługującym klientowi"*.

W dalszej części wywiadu rozmówcom zostało postawione następujące pytanie: *"Czy według Pana(i) przedsiębiorcy mają świadomość ponoszenia odpowiedzialności za niezgodność towaru z umową?"*

Na tak postawione pytanie aż ośmiu z dwunastu sędziów uznało, że przedsiębiorcy absolutnie nie posiadają takiej wiedzy. Na pytanie *"Jakie są przesłanki takiej opinii o przedsiębiorcach"*, respondenci udzielili następujących odpowiedzi:

- *"Zwykle twierdzą, że odpowiedzialność ponosi gwarant"*,
- *"Są przekonani, iż winę ponosi wyłącznie producent danego towaru"*.

Pytanie siódme miało na celu poznanie postulatów, specjalistów prawa cywilnego, odnośnie obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Na pytanie: *"Czy wprowadziłby Pan/wprowadziłaby Pani zmiany w obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego?"* wszyscy sędziowie uznali, iż *"Nie wprowadziliby żadnych zmian w przepisach"*. Uznali bowiem, że *"Prawa konsumenta są wystarczająco silnie chronione zgodnie z Dyrektywami Unii Europejskiej"*.

Kolejne pytanie z grupy postulatów brzmiało: *"Czy wprowadziłby Pan/wprowadziłaby Pani zmiany w sposobach przekazywania konsumentów informacji o przysługujących im prawach?"*. Co ciekawe, o ile w pytaniu o wprowadzenie zmian w przepisach prawa konsumenckiego nikt z rozmówców nie podał żadnej propozycji, tak w przypadku pytania o wprowadzenie zmian w sposobie przekazywania informacji o przysługujących konsumentom prawach wszyscy sędziowie przyznali, *"Konieczne są zmiany w sposobach przekazywania informacji"*. Najczęściej respondenci wymieniali:

- *" Szeroka kampania informacyjna w mediach"*
- *"Przekazywanie podstawowych praw konsumenckich już w szkołach podstawowych"*

- *"Lepsza działalność informacyjna organizacji, stowarzyszeń, instytucji działających na rzecz ochrony interesów konsumentów".*

Kolejne pytanie zadane sędziom dotyczyło oceny aktywności konsumentów w ochronie własnych praw. Zatem, *"Czy podczas własnej praktyki zawodowej zauważył(a) Pan(i) zwiększenie aktywności konsumentów w ochronie własnych praw"* 8 z 12 sędziów odpowiedziało twierdząco. Uzasadniali to stwierdzeniem, iż:

- *"W sądach rozpatrywanych jest więcej spraw z powództw wnoszonych przez konsumentów przeciw przedsiębiorcom",*
- *"Przyczyną tej aktywności z pewnością jest większa świadomość istnienia instytucji Powiatowego (miejskiego) Rzecznika Konsumentów".*

Ostatnie pytanie miało na celu poznanie opinii sędziów na temat :*"Jak według Pana/Pani konsumenci oceniają dochodzenie swoich praw konsumenckich na drodze procesu sądowego"*. Niestety pytanie to w żadnym przypadku nie zyskało akceptacji. Sędziowie nie chcieli się wypowiadać na ten temat. Kilku z respondentów stwierdziło jedynie, iż *"Nie prowadzimy rozmów z konsumentami"*.

Reasumując odpowiedzi sędziów można wywnioskować, iż:

1. Sędziowie nie widzą potrzeby wprowadzenia zmian w przepisach prawa konsumenckiego (nie wykazują postawy ideacyjnej),
2. Konieczna jest zmiana w sposobie przekazywania informacji o prawach konsumenta,
3. Widoczny jest wzrost instytucjonalnej formy świadomości prawnej konsumentów, która jest jednak zależna od wykształcenia konsumentów,
4. Przedsiębiorcy posiadają słabą wiedzę z zakresu obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego.
5. W ocenie sędziów najlepiej działającą organizacją jest Powiatowy (miejski) Rzecznik konsumentów.

W dalszej części niniejszej pracy zostanie dokonana analiza współczynników korelacji pomiędzy poszczególnymi zmiennymi, co umożliwi udzielenie odpowiedzi na pytanie jakie czynniki wpływają na poszczególne rodzaje świadomości prawnej konsumentów.

6.9. Analiza zależności pomiędzy zmiennymi

W pierwszej kolejności przed przystąpieniem do empirycznej analizy współczynników korelacji zmiennych oraz kwadratu ich wartości należy dokonać odróżnienia dwóch zasadniczych kwestii: poczucia wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumenckich oraz rzeczywistej znajomości przepisów prawa konsumenckiego.

Niewątpliwie stan posiadanej wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentowi jest istotną zmienną dla zweryfikowania założonej hipotezy zakładającej, iż studia prawnicze w dużym stopniu wywierają wpływ na aktywny rodzaj świadomości prawnej konsumentów. Warto jednak rozważyć różnicę między posiadaną przez badanych rzeczywistą wiedzą a poczuciem wiedzy z zakresu obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego.

Wydaje się, iż poczucie znajomości przysługujących praw konsumentowi, a nie rzeczywista, realna wiedza w większym stopniu wywiera wpływ na rodzaj posiadanej świadomości prawnej (konsumenckiej).

W celu lepszego zrozumienia omówionego problemu, w tabeli nr 14 dokonano zestawienia prawidłowo udzielonych odpowiedzi studentów w stosunku do deklarowanego poczucia posiadanej wiedzy z zakresu przysługujących im praw konsumenckich.

Tabela 15

Procent prawidłowo udzielonych odpowiedzi z zakresu przepisów prawa konsumenckiego w stosunku do wysokiego poczucia posiadanej wiedzy studentów prawa i socjologii⁴³⁵

Studenci	Pyt. 7	Pyt. 9	Pyt. 10	Pyt. 11			Pyt. 14	Pyt. 15	Średnia (x)	Poczucie wiedzy	
				1	2	3				zdecydowanie wysokie	raczej wysokie
Socjologia I rok	23,08	40	24,62	67,19	56,25	60,94	59,38	32,56	45,50	3,08	43,08
Socjologia V rok	16,22	47,95	35,14	66,22	76,71	56,16	48,65	15,91	45,37	5,41	43,24
Prawo I rok	21,37	39,23	41,22	75,38	59,54	61,07	54,2	32,56	48,07	3,05	38,17
Prawo V rok	33,09	43,07	61,48	74,45	82,01	62,59	68,12	44,55	54,23	5,07	55,8

Z przedstawionej tabeli 15 wynika, iż średnia prawidłowo udzielonych odpowiedzi w niewielkim stopniu różni się od wysokiego poczucia wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentom. Oznacza to, iż respondenci adekwatnie do posiadanej wiedzy z zakresu przepisów prawa konsumenckiego mają wysokie poczucie swej wiedzy. Jedynie studenci pierwszego roku prawa deklarują niską znajomość przepisów prawa 38,17% ale ich średnia prawidłowo udzielonych odpowiedzi wynosi 48,07.

Najwyższą średnią 54,23 uzyskali studenci piątego roku prawa, najniższą średnią prawidłowo udzielonych odpowiedzi otrzymali studenci piątego roku socjologii 45,37. Proszę zwrócić uwagę, iż w porównaniu ze studentami prawa studenci socjologii bez względu na rok studiów uzyskali zbliżone do siebie wyniki średniej prawidłowo udzielonych odpowiedzi (45,50 : 45,37). Natomiast wśród studentów prawa zauważa się wzrost średniej z 48,07 do 54,23. Podobnie w sytuacji poczucia wiedzy. Otóż poczucie wiedzy z zakresu przysługujących im praw wynosi 43,08% wśród studentów pierwszego roku oraz 43,24% wśród studentów piątego roku. Zatem poczucie studentów socjologii jest niższe od rzeczywistej wiedzy na temat przepisów prawa.

^{4 35} Zob. kwestionariusz ankiety. Procent prawidłowo i nieprawidłowo udzielonych odpowiedzi przedstawiają wykresy nr 62...,85.

W przypadku studentów prawa zauważa się duży wzrost zarówno poczucia wiedzy studentów, jak i realnej wiedzy na temat obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Co ciekawe, poczucie wiedzy studentów piątego roku prawa jest wyższe od średniej prawidłowo udzielonych odpowiedzi.

Reasumując, można przyjąć iż po pierwsze studia wpływają na rozwój świadomości konsumenckiej zarówno wśród studentów socjologii, jak i prawa. Po drugie studenci socjologii w porównaniu ze studentami prawa posiadają stosunkowo wysoką znajomość obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Nie mniej jednak studenci piątego roku prawa posiadają zdecydowanie wyższą średnią w porównaniu z pozostałymi grupami respondentów. Warto jednak zauważyć, iż wśród studentów piątego roku prawa rzeczywista wiedza nie zawsze pokrywa się z ich wysokim poczuciem wiedzy na temat obowiązujących przepisów prawa.

W dalszej kolejności zostaną przedstawione najważniejsze i wydaje się najciekawsze dla poznania wyników przeprowadzonych badań korelacje pomiędzy zmiennymi.

Tabela nr 16 przedstawia wartości współczynników korelacji, a także związane z nimi współczynniki korelacji krzywoliniowej, tj. stosunku korelacyjnego – r^2 .

Tabela 16

Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2

x	Pyt. 1		Pyt. 16		Pyt. 18		Pyt. 26		Pyt. 28		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2
S I	- 0,76	0,58	0	0	0,7	0,49	0,72	0,52	0,67	0,45	- 0,63	0,4	- 0,42	0,18	- 0,52	0,27	0,76	0,58
S V	0,81	0,66	0,57	0,32	- 0,28	0,08	0,48	0,23	0	0	- 0,51	0,26	- 0,92	0,85	0,17	0,03	-0,17	0,03
P I	- 0,37	0,14	-0,3	0,09	0,59	0,35	0,31	0,1	-0,6	0,36	- 0,57	0,32	- 0,54	0,29	0,64	0,41	0,61	0,37
P V	0,66	0,44	0,66	0,44	- 0,57	0,32	0,76	0,58	- 0,88	0,77	0,62	0,38	0,55	0,3	0,72	0,52	0,63	0,4

Źródło: obliczenia własne

Kolumna oznaczona SI, SV oraz PI, PV odpowiada studentom pierwszego i piątego roku socjologii oraz prawa. Wiersz oznaczony symbolem Pyt.1..., Pyt.31_4 odpowiada zmiennym niezależnym (x). Wiersz oznaczony symbolem y^1 odpowiada zmiennej zależnej: złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich. Wiersz oznaczony symbolem r oznacza korelację, r^2 – stosunek korelacyjny zmiennej.

Pierwszą zmienną zależną (y^1) będącą jednocześnie pierwszą formą aktywnej świadomości prawnej konsumenta jest złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich. Dla zmiennej tej przyporządkowano dziewięć zmiennych niezależnych. W pierwszej kolejności zostaną omówione korelacje dla pierwszego oraz piątego roku socjologii.

Po obliczeniu dla pierwszego roku socjologii współczynnika korelacji zmiennej „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw” okazało się, że $r = -0,76$. Zatem $r^2 = 0,58$. Oznacza to, iż udział „poczucia wiedzy” w determinowaniu zmienności zmiennej „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” wynosi 58%. Świadczy to o dobrym dopasowaniu funkcji regresji do danych empirycznych.

W przypadku studentów piątego roku socjologii okazało się, iż dla tej samej zmiennej $r = 0,81$. Jest to korelacja bardzo wysoka⁴³⁶. Zatem wśród studentów piątego roku socjologii wzrostowi „poczucia wiedzy” towarzyszy wzrost „składania reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

⁴ ³⁶ W analizie statystycznej zwykle przyjmuje się następującą skalę: $r=0$ zmienne nie są skorelowane, $r<0,1$ korelacja nikła, $r<0,3$ korelacja słaba, $r<0,5$ korelacja przeciętna, $r<0,7$ korelacja wysoka, $r<0,9$ korelacja bardzo wysoka, $r<1$ korelacja prawie pełna

Kolejną zmienną dopasowaną do zmiennej „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest „dochodzenie swoich praw na drodze procesu sądowego”. Dla pierwszego roku $r = 0$. Zatem ma miejsce zupełny brak związku korelacyjnego między badanymi zmiennymi.

W przypadku studentów piątego roku współczynnik korelacji zmiennej „dochodzenie swoich praw na drodze procesu sądowego” w stosunku do omawianej zmiennej zależnej $r = 0,57$. Oznacza to, iż w odróżnieniu od studentów pierwszego roku wzrost zmiennej „oceny procesu sądowego jako skutecznej drogi dochodzenia swoich praw” wpływa na wzrost omawianej zmiennej zależnej.

Korelacja zmiennej „poczucie bezradności” wśród studentów pierwszego roku socjologii jest równa 0,7. Jest to wysoka korelacja i należy stwierdzić, iż wzrostowi „poczucia bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” towarzyszy wzrost pasywnej aktywności konsumenckiej.

Natomiast korelując te same zmienne wśród studentów piątego roku socjologii okazuje się, iż $r = -0,28$. Zatem $r^2 = 0,08$. Oznacza to, iż „poczucie bezradności” zaledwie w 0,8% determinuje „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

Dla pierwszego roku korelacja zmiennej „przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru” $r = 0,72$. Zatem wzrostowi wartości zmiennej niezależnej towarzyszy wzrost wartości zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

W przypadku studentów piątego roku $r = 0,48$. Jest to korelacja przeciętna. Tym samym jest niewątpliwie słabsza od korelacji studentów pierwszego roku. Przeciętną wysokość owego współczynnika należy tłumaczyć tym, iż studenci piątego roku rzadziej składają reklamacje jeśli zakupiony przez nich towar jest tani.

Kolejną wyróżnioną zmienną niezależną jest „stopień zależności rodzaju postępowania badanego z informacjami umieszczanymi w sklepie”. Po obliczeniu współczynnika korelacji owej zmiennej dla studentów pierwszego roku okazało się, że $r = 0,67$. Zatem należy przyjąć, iż między zmienną „składanie reklamacji” a zmienną „postępowanie według informacji w sklepie” istnieje wysoka zależność.

Natomiast współczynnik korelacji dla tych samych zmiennych w przypadku studentów piątego roku wynosi 0. W tym przypadku nie zachodzi żadna zależność.

Ostatnią grupą zmiennych niezależnych są grupy odniesienia. Pierwszą zmienną niezależną jest „wpływ rodziny” na składanie reklamacji i dochodzenie

swoich praw konsumenckich. Korelacja zmiennej „wpływ rodziny” ze zmienną „składanie reklamacji” wśród studentów pierwszego roku socjologii jest ujemna. W tym przypadku $r = -0,63$. Zatem $r^2 = 0,4$. Kwadrat wartości współczynnika korelacji wskazuje na udział zmiennej „wpływ rodziny”. W tym przypadku determinacja owej zmiennej w zmiennej „składanie reklamacji” wynosi 4%.

Również wśród studentów piątego roku korelacja jest ujemna. Współczynnik korelacji wynosi $-0,51$, natomiast jego kwadrat jest równy $0,26$. Zatem zmienna „wpływ rodziny” ma ujemny wpływ na zmienną „składanie reklamacji”. Jednakże w 26% bierze udział w jej determinowaniu.

Współczynnik korelacji zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” wśród studentów pierwszego roku wynosi $-0,42$ a $r^2 = 0,18$. Zatem wpływ kolegów na instytucjonalną aktywność badanego wynosi 18%. Jest to większa determinacja aniżeli w przypadku wpływu rodziny ($r^2 = 0,4$).

Proszę zwrócić uwagę na ujemny wynik korelacji owych zmiennych wśród studentów piątego roku. Tutaj $r = -0,92$. Zatem $r^2 = 0,85$. W tym przypadku zachodzi wysoka korelacja ujemna a wysoki stopień determinacji świadczy o bardzo dużym wpływie kolegów ze studiów na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

Współczynnik kolejnej korelacji zmiennej „wpływ przyjaciół, znajomych” na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw” wśród studentów pierwszego roku prawa jest również ujemny. Okazało się, że $r = -0,52$. Zatem $r^2 = 0,27$. Należy przyjąć, iż dla owa grupa odniesienia wywiera w 27% wpływ na podejmowane przez badanych decyzje.

Współczynnik omawianej korelacji wśród studentów piątego roku jest dodatni. W tym przypadku $r = 0,17$. Niewątpliwie jest to słaba korelacja. Dla studentów piątego roku uwidacznia się słaby związek między zmienną „wpływ przyjaciół, znajomych” na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw”.

Ostatnią wyróżnioną grupą odniesienia są nauczyciele akademicki. W przypadku owej zmiennej zauważa się widoczny wzrost zależności szczególnie wśród studentów pierwszego roku. Po obliczeniu współczynnika korelacji okazało się, że $r = 0,76$. Świadczy to tym, iż dla badanej grupy zmienna „nauczyciele akademicki” stanowią najważniejszą grupę odniesienia.

Dla studentów piątego roku widoczny jest mniejszy wzrost zmiennej „nauczyciele akademicy” na wzrost zmiennej „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. W tym przypadku $r = -0,17$. Zatem $r^2 = 0,03$. Kwadrat współczynnika korelacji wynosi zaledwie 3%.

Teraz zostanie dokonana analiza współczynników korelacji oraz ich kwadratów zmiennych wśród studentów pierwszego oraz piątego roku prawa.

Po obliczeniu dla pierwszego roku prawa współczynnika korelacji zmiennej „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw” okazało się, że $r = -0,37$. Zatem $r^2 = 0,14$. Oznacza to, iż udział „poczucia wiedzy” w determinowaniu zmienności zmiennej „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” wynosi 14%. Jest to zdecydowanie mniejsza determinacja w stosunku do determinacji zmiennej „poczucie wiedzy” na zmienną „składanie reklamacji” studentów pierwszego roku socjologii ($r^2 = 0,58$)

Współczynnik korelacji omawianych zmiennych dla studentów piątego roku prawa wynosi 0,66. Świadczy to o stosunkowo wysokiej zależności „składania reklamacji i dochodzenie swoich praw” od „poczucia wiedzy” tej grupy konsumentów.

Kolejną zmienną niezależną jest „ocena skuteczności procesu sądowego”. Po współczynnika korelacji dla studentów pierwszego roku prawa okazało się, że $r = -0,3$. Zatem jego kwadrat wynosi 0,09. „Siła determinacji oceny procesu sądowego” na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw” nie jest wysoka (9%).

Zupełnie inaczej przedstawia się związek korelacyjnych omawianych zmiennych wśród studentów piątego roku prawa. Tutaj $r = 0,66$. Zatem jest to identyczny wynik siły korelacji ze zmienną „poczucie wiedzy”.

Współczynnik korelacji trzeciej zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” ze zmienną „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw” jest współczynnikiem przeciętnym ($r = 0,59$). Proszę zauważyć, iż ten sam współczynnik obliczony dla studentów pierwszego roku socjologii wyniósł zaledwie 0,7. oznacza to, iż siła zależności zmiennej „poczucie bezradności” wśród studentów pierwszego roku prawa jest dużo większa od siły zależności wśród studentów pierwszego roku socjologii.

Zupełnie odmienną korelacją omawianych zmiennych jest korelacja wśród studentów piątego roku prawa. Okazało się, że $r = -0,57$. Zatem $r^2 = 0,32$. Należy

stwierdzić, iż siła determinacji zmiennej „poczucie bezradności” na zmienną „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich wynosi 32%.

Po obliczeniu współczynnika korelacji czwartej zmiennej niezależnej „przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru” $r = 0,31$. Świadczy to o małej sile zależności wśród studentów pierwszego roku prawa. Warto porównać ten wynik z korelacją tych samych zmiennych z pierwszym rokiem socjologii. Otóż $r = 0,72$. Jest to stosunkowo duża różnica w sile zależności. Należy stwierdzić, iż studenci pierwszego roku prawa rzadziej od studentów pierwszego roku socjologii będą składać reklamacje i dochodzić swoich praw jeśli cena zakupionego towaru była niska.

Natomiast wśród studentów piątego roku prawa siła zależności między omawianymi zmiennymi jest wysoka i wynosi 0,76.

Przejdźmy do omówienia korelacji piątej zmiennej niezależnej „stopień zależności rodzaju postępowania badanego z informacjami umieszczanymi w sklepie”. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla studentów pierwszego roku prawa okazało się, że korelacja jest ujemna ($r = -0,6$). Natomiast kwadrat jego wartości: $r^2 = 0,36$. Należy stwierdzić, iż siła determinacji zmiennej „postępowania zgodnie z informacjami w sklepie” wynosi 36%.

Ciekawy wynik skorelowania omawianych zmiennych jest dla studentów piątego roku prawa. Otóż uwidacznia się tutaj bardzo silna ujemna korelacja ($r = -0,88$). Zatem $r^2 = 0,77$. Oznacza to, iż siła determinacji zmiennej „postępowanie zgodnie z informacjami umieszczanymi w sklepie” na „składanie reklamacji wynosi” aż 77%. Warto przypomnieć, iż wśród studentów piątego roku socjologii nie było żadnego związku między omawianymi zmiennymi ($r = 0$).

Cztery grupy odniesienia to kolejne zmienne niezależne, które zostaną poddane analizie. Pierwszą zmienną niezależną jest „wpływ rodziny” na składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich. Korelacja zmiennej „wpływ rodziny” ze zmienną „składanie reklamacji” wśród studentów pierwszego roku prawa jest ujemna. W tym przypadku $r = -0,57$. Zatem $r^2 = 0,32$. Kwadrat wartości współczynnika korelacji wskazuje na udział zmiennej „wpływ rodziny”. W tym przypadku determinacja owej zmiennej w zmiennej „składanie reklamacji” wynosi 32%

Natomiast współczynnik owych zmiennych wśród studentów piątego roku jest dodatni. Okazało się, iż $r = 0,62$. Zatem można przyjąć, iż siła zależności między zmiennymi jest przeciętna.

Drugą zmienną wyróżnioną spośród grup odniesienia jest „wpływ kolegów ze studiów”. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku okazało się, że $r = -0,54$. Zatem $r^2 = 0,29$. Należy przyjąć, iż zmienna „wpływ kolegów ze studiów” ma ujemny wpływ na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw” jednakże siła determinacji owej zmiennej wynosi 29%.

Współczynnik korelacji między omawianymi zmiennymi wśród studentów piątego roku prawa jest dodatni. W tym przypadku $r = 0,55$.

Trzecią zmienną niezależną jest „wpływ przyjaciół, znajomych” na aktywną świadomość prawną konsumenta. Okazało się, iż po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku prawa siła zależności $r = 0,64$. Dla piątego roku prawa siła zależności owej zmiennej wynosi 0,72. Oznacza to, iż zarówno dla studentów pierwszego, jak i piątego roku prawa uwidacznia się dodatni związek zależności między „wpływem przyjaciół, znajomych” a „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw”.

Wreszcie ostatnią grupą odniesienia są nauczyciele akademicy. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku prawa $r = 0,61$. Zatem nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw aniżeli rodzina”. Również dla studentów piątego roku współczynnik korelacji omawianych zmiennych jest dodatni. Dla piątego roku prawa $r = 0,63$.

Kolejną formą aktywnej świadomości prawnej konsumentów jest złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta. Tabela nr 17 przedstawia wartości współczynników korelacji, a także związane z nimi współczynników korelacji krzywoliniowej, tj. stosunku korelacyjnego – r^2 .

Tabela 17

Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2

x	Pyt. 1		Pyt. 18		Pyt. 26		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2
SI	0,49	0,24	0,04	0	0,01	0	-0,63	0,4	-0,62	0,38	-0,51	0,26	-0,43	0,18

x	Pyt. 1		Pyt. 18		Pyt. 26		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
S V	0,66	0,44	-0,46	0,21	0,71	0,5	0,93	0,86	0,83	0,69	0,9	0,81	0,65	0,42
P I	-0,75	0,56	-0,35	0,12	-0,65	0,42	-0,58	0,34	-0,4	0,16	-0,56	0,31	-0,43	0,18
P V	0,67	0,45	-0,79	0,62	-0,68	0,46	-0,82	0,67	-0,69	0,48	-0,78	0,61	0,65	0,42

Źródło: obliczenia własne

Kolumna oznaczona SI, SV oraz PI, PV odpowiada studentom pierwszego i piątego roku socjologii oraz prawa. Wiersz oznaczony symbolem Pyt.1..., Pyt.31_4 odpowiada zmiennym niezależnym (x). Wiersz oznaczony symbolem y^2 odpowiada zmiennej zależnej: złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta. Wiersz oznaczony symbolem r oznacza korelację, r^2 – stosunek korelacyjny zmiennej.

Drugim przejawem (y^2) aktywnej świadomości prawnej konsumentów jest złożenie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta⁴³⁷. W celu zbadania współczynników korelacji zostało przyporządkowanych siedem zmiennych zależnych.

W pierwszej kolejności zostaną omówione współczynniki korelacji oraz kwadraty ich wartości studentów pierwszego oraz piątego roku socjologii.

Pierwszą zmienną niezależną jest „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw”. Po obliczeniu współczynnika korelacji okazało się, że $r = 0,49$. Oznacza to, iż zmienne te pozostają ze sobą w dodatniej zależności.

Dla studentów piątego roku współczynnik $r = 0,66$. Zatem „poczucie wiedzy” pozostaje w dużo większym dodatnim stosunku korelacyjnym ze „złożeniem skargi w instytucjach” aniżeli w przypadku studentów pierwszego roku socjologii.

Drugą zmienną jest „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”. Okazało się, iż dla studentów pierwszego roku socjologii współczynnik korelacji $r = 0,04$. Zatem jest to nikła korelacja. Praktycznie nie zachodzi zależność między zmienną „poczucie bezradności” a zmienną „złożenie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Po obliczeniu współczynnika korelacji między omawianymi zmiennymi dla studentów piątego roku socjologii okazało się, że $r = -0,46$. Zatem $r^2 = 0,21$. Oznacza to, iż poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego determinuje w 21% aktywność jednostki w postaci złożenia skargi w instytucjach chroniących jej prawa.

⁴ ³⁷ Zob. tabela nr 2.

Zmienna „przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru” wśród studentów pierwszego roku praktycznie nie pozostaje w zależności ze zmienną „złożenie skargi” ($r = 0,01$).

Z kolei wśród studentów piątego roku współczynnik korelacji omawianych zmiennych jest dodatni a siła zależności jest stosunkowo wysoka. Otóż $r = 0,71$. Zatem wysokość ceny zależy od składu skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta.

Warto zwrócić uwagę na wysoka zależność „złożenie skarg” z grupami odniesienia. Dla studentów pierwszego roku widoczna jest ujemna korelacja ze zmienną „wpływ rodziny”. W tym przypadku $r = -0,63$. Zatem $r^2 = 0,4$. Należy stwierdzić, iż dla studentów pierwszego roku rodzina nie determinuje składanie skarg do instytucji chroniących prawa konsumenta. Siła determinacji wynosi zaledwie 4%.

Zupełnie odmienny współczynnik korelacji między owymi zmiennymi widoczny jest wśród studentów piątego roku. Otóż zauważa się bardzo silny związek między zmienną „wpływ rodziny” a zmienną „złożenie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta” ($r = 0,93$).

Drugą zmienną spośród grup odniesienia jest „wpływ kolegów ze studiów” na „złożenie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta). Obliczając współczynnik korelacji dla pierwszego roku socjologii okazało się, że $r = -0,62$. Zatem siła determinacji owej zmiennej wynosi 0,38. Porównując wpływ poprzedniej grupy odniesienia zaznacza się tutaj wzrost determinacji „wpływu kolegów ze studiów” na zmienną „złożenie skargi” ($r^2 = 0,4$; $r^2 = 0,38$). Zatem koledzy ze studiów w 38% wywierają wpływ na omawianą formę aktywności badanych konsumentów.

Wśród studentów piątego roku widać wyraźną różnicę w sile skorelowania grup odniesienia z formą instytucjonalnej aktywności konsumenckiej. Dla tej grupy współczynnik korelacji wynosi 0,83. Jest to co prawda słabsza korelacja od „wpływu rodziny” ($r = 0,93$) ale w porównaniu ze współczynnikiem korelacji pierwszego roku korelacja ta jest bardzo wysoka.

Po obliczeniu współczynnika korelacji dla zmiennej „wpływ przyjaciół, znajomych” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” wśród studentów pierwszego roku okazało się, że $r = -0,51$. Zatem $r^2 = 0,26$.

Współczynnik korelacji tych samych zmiennych dla piątego roku wynosi 0,9. Oznacza więc, iż siła zależności między „wpływem przyjaciół, znajomych” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” jest bardzo słaba.

Ostatnią zmienną niezależną jest „wpływ nauczycieli akademickich” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Dla studentów pierwszego roku socjologii zależność ta jest ujemna ($r = -0,43$). Zatem siła determinacji wynosi 0,18.

Natomiast w przypadku studentów piątego roku socjologii współczynnik korelacji $r = 0,65$. Zatem dla tej grupy konsumentów nauczyciele akademicy wywierają stosunkowo wysoki wpływ na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Okazało się, że grupy odniesienia wywierają większy wpływ na decyzje studentów piątego roku socjologii aniżeli na decyzje studentów pierwszego roku.

Teraz zostaną poddane analizie wyniki korelacji i wartości ich kwadratów studentów pierwszego i piątego roku prawa.

Pierwszą zmienną niezależną jest „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw”. Po obliczeniu współczynnika korelacji okazało się, że $r = -0,75$. Natomiast $r^2 = 0,56$. Jak można zauważyć, korelacja w tym przypadku jest wysoko ujemna. (Dla porównania, współczynnik korelacji tych samych zmiennych studentów pierwszego roku socjologii wyniósł 0,49). Siła determinacji „poczucia wiedzy” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” wynosi 56%. Jest to stosunkowo wysoka siła wpływu zmiennej niezależnej.

W przypadku studentów piątego roku prawa współczynnik korelacji dla omawianych zmiennych jest dodatnio skorelowany ($r = 0,67$).

Drugą zmienną jest „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”. Okazało się, iż dla studentów pierwszego roku prawa współczynnik korelacji $r = -0,35$. Zatem $r^2 = 0,12$. Wynik ten świadczy o niskiej determinacji zmiennej „poczucie bezradności” w stosunku do zmiennej „złożenie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Wynik korelacji owych zmiennych dla studentów piątego roku prawa jest również ujemny ($r = -0,79$). Zatem $r^2 = 0,62$. Jest to korelacja wysoko ujemna. Oznacza to, iż w 62% „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” wpływa na złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Dla pierwszego roku prawa uwidacznia się silna ujemna korelacja zmiennej „przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru”. Wartość korelacji $r = -0,65$. Natomiast $r^2 = 0,42$. Podobna sytuacja dotyczy studentów piątego roku prawa. Otóż $r = -0,68$, $r^2 = 0,46$. Zatem w obu badanych grupach konsumentów determinacja zmiennej „przekonanie o dochodzeniu praw konsumenckich bez względu na wartość zakupionego towaru” wynosi 42% dla pierwszego roku oraz 46% dla piątego roku.

Przejdźmy do omówienia wpływu grup odniesienia na omawianą formę instytucjonalnej aktywności konsumentów.

Pierwszą grupą jest rodzina. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku $r = -0,58$. Oznacza to, iż korelacja zmiennej „wpływ rodziny” jest ujemna. Koniecznym jest zatem wyliczenia siły determinacji zmiennej niezależnej na zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Skoro $r = -0,58$, to $r^2 = 0,34$. Oznacza to, iż rodzina w 34% determinuje omawianą formę aktywności badanych konsumentów.

Również dla piątego roku okazało się, iż współczynnik korelacji jest ujemny. W tym przypadku $r = -0,82$. Zatem $r^2 = 0,67$. Okazało się, iż w 67% uwidacznia się „wpływ rodziny” w „złożeniu skargi w instytucjach”.

Kolejną grupą odniesienia są koledzy ze studiów. W przypadku studentów pierwszego roku prawa $r = -0,4$. Siła determinacji również nie jest wysoka ($r^2 = 0,16$).

Po obliczeniu współczynnika korelacji tych samych zmiennych dla studentów piątego roku $r = -0,69$. Zatem $r^2 = 0,48$. Oznacza to, iż determinacja omawianej zmiennej w stosunku do składania skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta dla piątego roku wynosi 48%, a dla studentów pierwszego roku – 16%.

Trzecim rodzajem grupy odniesienia są przyjaciele i znajomi. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku prawa okazało się, że występuje korelacja ujemna ($r = -0,56$). Natomiast kwadrat jego wartości – 0,31. Zatem „wpływ przyjaciół i znajomych” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” wynosi 31%.

Współczynnik korelacji owych zmiennych dla studentów piątego roku jest wysoko ujemny ($r = -0,78$). Jednakże $r^2 = 0,61$. Udział zmiennej „wpływ przyjaciół i znajomych” na „złożenie skargi” wynosi 61%. Zatem w porównaniu z pierwszym rokiem udział ten jest o 30% większy.

Współczynnik korelacji zmiennej niezależnej „wpływ nauczycieli akademickich” na „złożenie skargi w instytucjach” dla pierwszego roku wynosi 0,2. Zatem jest to bardzo słaba korelacja między owymi zmiennymi.

Po obliczeniu współczynnika korelacji dla studentów piątego roku zauważa się wyraźny wzrost znaczenia zmiennej „wpływ nauczycieli akademickich” na „złożenie skargi”. W tej grupie konsumentów $r = 0,65$.

Kolejną formą aktywnej świadomości prawnej konsumentów jest ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą. Jest to pozainstytucjonalna forma aktywności konsumentów. Z uwagi na owa odmienną formę aktywnego zachowania badanych konsumentów zostały obliczone inne od dotychczasowych współczynniki korelacji. Tabela nr 18 przedstawia wartości współczynników korelacji następujących zmiennych:

- poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentów,
- poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumentów,
- wpływ grup odniesienia (rodziny, kolegów ze studiów, przyjaciół, znajomych, nauczycieli akademickich).

Tabela 18

Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2

x	Pyt. 1		Pyt. 18		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2
SI	-0,38	0,14	-0,43	0,18	0,44	0,19	-0,39	0,15	0,48	0,23	0,55	0,3
SV	0,34	0,12	0,01	0	0,73	0,53	0,79	0,62	0,66	0,44	0,5	0,25
PI	0,68	0,46	-0,53	0,28	0,47	0,22	0,4	0,16	0,57	0,32	-0,36	0,13
PV	-0,45	0,2	-0,64	0,41	0,42	0,18	0,46	0,21	0,36	0,13	0,58	0,34

Źródło: obliczenia własne

Kolumna oznaczona SI, SV oraz PI, PV odpowiada studentom pierwszego i piątego roku socjologii oraz prawa. Wiersz oznaczony symbolem Pyt.1...,Pyt. 31_4 odpowiada zmiennym niezależnym (x). Wiersz oznaczony symbolem y^3 odpowiada zmiennej zależnej: ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą. Wiersz oznaczony symbolem r oznacza korelację, r^2 – stosunek korelacyjny zmiennej.

Trzecim przejawem (y^3) pozainstytucjonalnej aktywnej świadomości prawnej konsumentów jest ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą.

W pierwszej kolejności zostaną omówione współczynniki korelacji oraz kwadraty ich wartości studentów pierwszego oraz piątego roku socjologii.

Po obliczeniu współczynnika korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” okazało się, że $r = -0,38$. Zatem $r^2 = 0,14$. Wynik owej korelacji świadczy o niskiej determinacji poczucia wiedzy na pozainstytucjonalną formę aktywności badanych konsumentów.

Natomiast dla studentów piątego roku socjologii $r = 0,34$. Oznacza to, że im jest większy wzrost poczucia wiedzy tym zauważa się mniejszą aktywność w formie ostrzeżenia innych przed danym produktem lub/i firmą.

Drugą zmienną niezależną jest „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”.

Współczynnik korelacyjny owych zmiennych dla pierwszego roku socjologii jest ujemny ($r = -0,43$). Zatem $r^2 = 0,18$. Jest to słaba determinacja zmiennej „poczucie bezradności” (18%).

Dla piątego roku współczynnik korelacji omawianej zmiennej jest praktycznie żaden. W tym przypadku $r = 0,01$. Zatem nie zachodzi między wyróżnionymi zmiennymi żaden związek.

Przejdźmy do omówienia wpływu grup odniesienia na omawianą formę pozainstytucjonalnej aktywności konsumentów.

Pierwszą grupą jest rodzina. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku socjologii $r = 0,44$. Zatem związek między zmienną „wpływ rodziny” a „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” jest dodatni.

Natomiast wśród studentów piątego roku socjologii zauważa się wzrost zależności omawianych zmiennych. Okazało się, iż związek zależności między „wpływem rodziny” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” $r = 0,73$. Należy uznać, iż związek zależności jest wysoki.

Drugą grupą odniesienia są koledzy ze studiów. Korelacja zmiennej dla pierwszego roku „wpływ kolegów ze studiów” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” jest ujemna ($r = - 0,39$). Zatem $r^2 = 0,15$. Zatem „wpływ kolegów” w 15% determinuje omawianą zmienną zależną.

Po obliczeniu współczynnika korelacji tych samych zmiennych ale dla studentów piątego roku okazało się, że $r = 0,79$. Proszę zwrócić uwagę na wysoką siłę zależności zmiennej „wpływ kolegów” ($r^2 = 0,62$). Świadczy to o wzroście znaczenia kolegów ze studiów dla studentów piątego roku socjologii (15% :62%).

Trzecią grupą odniesienia są przyjaciele i znajomi. W przypadku studentów pierwszego roku współczynnik korelacji $r = 0,48$. Zatem związek zależności między zmienną „wpływ przyjaciół i znajomych” a zmienną „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” jest większy aniżeli „wpływ rodziny” czy „wpływ kolegów ze studiów”.

Dla piątego roku socjologii zależność zmiennych „wpływ przyjaciół i znajomych” oraz „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” jest stosunkowo wysoka ($r = 0,66$).

Wreszcie czwartą grupą odniesienia są nauczyciele akademicy. Po obliczeniu współczynnika korelacji okazało się, że dla studentów pierwszego roku socjologii $r = 0,55$. Co ciekawe, jest to największa zależność korelacyjna spośród wszystkich grup odniesienia. Dla piątego roku współczynnik korelacji $r = 0,5$. Świadczy to o spadku związku zależności między „wpływem nauczycieli akademickich” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

W przypadku studentów prawa uwidacznia się dużo silniejszy związek badanych zmiennych. Otóż po obliczeniu współczynnika korelacji dla studentów

pierwszego roku prawa okazało się, że $r = 0,68$. Zatem siła związku między „poczuciem wiedzy” a „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” jest w porównaniu ze studentami pierwszego roku socjologii wysoka.

Z kolei dla zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” korelacja jest ujemna ($r = -0,53$, $r^2 = 0,28$). Tutaj siła determinacji wynosi 28%. Zatem większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności wywiera „poczucie wiedzy” (46%).

Nieco odmienne wyniki korelacji i kwadratu ich wartości widoczny są wśród studentów piątego roku prawa. Otóż dla zmiennej „poczucie wiedzy” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” $r = -0,45$. Natomiast siła zależności wynosi zaledwie 2% ($r^2 = 0,2$). Z kolei dla zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” $r = -0,64$. Czyli $r^2 = 0,41$. Wynik ten świadczy o stosunkowo dużej sile zależności „poczucia bezradności” w porównaniu z siłą zmiennej „poczucie wiedzy”.

Przejdźmy do omówienia współczynników korelacji oraz kwadratów ich wartości zmiennej „wpływ grupy odniesienia”.

Pierwszą grupą odniesienia jest rodzina. Korelacja zmiennej „wpływ rodziny” ze zmienną „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” dla pierwszego roku prawa jest korelacją dodatnią ($r = 0,47$).

Współczynnik korelacji owych zmiennych dla piątego roku prawa wynosi 0,42. Zatem porównując zależności zmiennej „wpływ rodziny” na omawianą formę aktywności konsumenta można stwierdzić, iż współczynnik ten zmniejszył się (0,47: 0,42).

Praktycznie nie ma związku między „wpływem kolegów ze studiów” na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” wśród studentów pierwszego roku ($r = 0,4$). Natomiast współczynnik korelacyjny owych zmiennych obliczony dla piątego roku prawa wynosi 0,46. Zatem widoczny jest duży wzrost zależności badanych zmiennych.

Stosunkowo wysoki związek korelacyjny (porównując do wcześniej omówionych grup odniesienia) występuje między zmienną „wpływ przyjaciół, znajomych” wśród studentów pierwszego roku. W tym przypadku $r = 0,57$.

Natomiast po obliczeniu współczynnika korelacji omawianych zmiennych dla piątego roku prawa widoczny jest spadek zależności ($r = 0,36$).

Ciekawa jest zależność korelacyjna między zmienną „wpływ nauczycieli akademickich”. Otóż dla studentów pierwszego roku prawa korelacja jest ujemna ($r = -0,36$). Zatem $r^2 = 0,13$. Świadczy to o tym, iż w 13% zmienna „wpływ nauczycieli akademickich” determinuje zmienną „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”. Jednakże wśród studentów piątego roku zauważa się wzrost „wpływu nauczycieli akademickich” na pozainstytucjonalną formę aktywności. Współczynnik korelacji $r = 0,58$.

Kolejną pozainstytucjonalną formą aktywności jest zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów przez badanych konsumentów. Niżej przedstawiona tabela nr 19 przedstawia wyniki współczynników korelacji oraz kwadratu ich wartości.

Tabela 19

Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2

x	Pyt. 1		Pyt. 18		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2
SI	-0,4	0,16	0,44	0,19	-0,51	0,26	0,53	0,28	0,32	0,1	0,5	0,25
SV	-0,66	0,44	0,34	0,12	0,88	0,77	0,89	0,79	0,88	0,77	0,75	0,56
PI	-0,34	0,12	0,02	0	-0,82	0,67	-0,53	0,28	-0,68	0,46	-0,41	0,17
PV	-0,84	0,71	-0,74	0,55	0,84	0,71	0,74	0,55	0,68	0,46	0,83	0,69

Źródło: obliczenia własne

Kolumna oznaczona SI, SV oraz PI, PV odpowiada studentom pierwszego i piątego roku socjologii oraz prawa. Wiersz oznaczony symbolem Pyt.1...,Pyt. 31_4 odpowiada zmiennym niezależnym (x). Wiersz oznaczony symbolem y^4 odpowiada zmiennej zależnej: zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów. Wiersz oznaczony symbolem r oznacza korelację, r^2 – stosunek korelacyjny zmiennej.

Biorąc pod uwagę wyniki korelacji pierwszego roku socjologii należy stwierdzić, iż nie ma pozytywnej korelacji między zmienną „poczucie wiedzy” ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” ($r = -0,4$). Natomiast siła owej ujemnej zależności wynosi 16% ($r^2 = 0,16$). Co ciekawe w przypadku drugiej korelacji, jaką jest „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” $r = 0,44$. Zatem zależność między zmienną „poczucie bezradności” a zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” jest zależnością

dodatnią i oznacza, że wzrost „poczucia bezradności wpływa na „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”.

Po obliczeniu współczynnika korelacji omawianych zmiennych dla piątego roku socjologii okazało się, że $r = -0,66$. Natomiast $r^2 = 0,44$. W porównaniu z wynikami pierwszego roku, współczynnik ten świadczy o stosunkowo wysokiej sile zależności owych zmiennych (wzrost z 16% do 44%).

Współczynnik korelacji zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” ze zmienną „zaprzestanie dokonywania danych zakupów” nie jest wysoki. W tym przypadku $r = 0,34$.

Teraz zostaną omówione współczynniki korelacji zmiennej niezależnej „grupy odniesienia”.

W przypadku pierwszego roku socjologii współczynnik korelacji zmiennej „wpływ rodziny” na „zaprzestanie dokonywania danych zakupów” jest ujemny ($r = -0,51$). Zatem siła determinacji (r^2) zmiennej wynosi 0,26. Wynik ten oznacza, iż zmienna „wpływ rodziny” w 26% decyduje o „zaprzestaniu dokonywania danych zakupów” przez badanych konsumentów.

Proszę zauważyć, iż dla piątego roku socjologii współczynnik korelacji (r) omawianych zmiennych jest bardzo wysoki. Okazało się, iż współczynnik korelacji zmiennej „wpływ rodziny” na zmienną zależną $r = 0,88$. Zatem siła zależności uległa wzrostowi (26% : 77%).

Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku socjologii zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” na „zaprzestanie dokonywania danych zakupów” okazało się, iż $r = 0,53$. Natomiast dla piątego roku współczynnik korelacji (r) wynosi aż 0,89. Zatem podobnie jak w przypadku zmiennej „wpływ rodziny” współczynnik korelacji uległ zmianie. Siła determinacji zmiennej wzrosła z 28%(dla pierwszego roku) do 79% (dla piątego roku).

Trzecią grupą odniesienia są przyjaciele i znajomi. Współczynnik korelacji zmiennej dla pierwszego roku $r = 0,32$. Dla piątego roku, $r = 0,88$. Należy zatem stwierdzić, iż istnieje silny związek korelacyjny zmiennej „wpływ przyjaciół, znajomych” jedynie wśród studentów piątego roku socjologii.

W przypadku ostatniej grupy odniesienia – nauczycieli akademickich współczynnik korelacji dla pierwszego roku $r = 0,5$. Jest to bardzo słaba korelacja. Natomiast dla piątego roku socjologii uwidacznia się wysoki współczynnik korelacyjny omawianych zmiennych ($r = 0,75$).

Dla studentów prawa współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” jest ujemny ($r = -0,34$). Zatem w 12% „poczucie wiedzy” wpływa na „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”. Natomiast praktycznie nie ma związku korelacyjnego ze zmienną „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”. Dla tej zmiennej niezależnej $r = 0,02$.

Wysokie współczynniki korelacji widoczne są dla zmiennych studentów piątego roku prawa. Okazało się, iż dla zmiennej niezależnej „poczucie wiedzy” $r = -0,84$. Zatem siła determinacji jest bardzo wysoka, $r^2 = 0,71$. Oznacza to, iż w 71% „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” jest determinowane przez „poczucie wiedzy”. Natomiast dla zmiennej niezależnej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” $r = -0,74$, $r^2 = 0,55$. Zatem w 55% poczucie bezradności determinuje omawianą zmienną zależną.

Ostatnią zmienną niezależną są grupy odniesienia. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku prawa, okazało się że dla zmiennej „wpływ rodziny”, $r = -0,82$. Jest to wysoka ujemna korelacja. Siła determinacji $r^2 = 0,67$. Zatem „wpływ rodziny” w 67% determinuje zmienną zależną.

Dla piątego roku prawa widoczna jest wysoka dodatnia korelacja. W tym przypadku $r = 0,84$. Czyli dla tej grupy konsumentów najsilniejszy wpływ ma rodzina na analizowaną formę pozainstytucjonalnej aktywności.

Ujemny związek korelacyjny występuje dla zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” na „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” wśród studentów pierwszego roku prawa. Otóż $r = -0,53$. Zatem $r^2 = 0,28$. Siła determinacji zmiennej wynosi 28%. Z kolei dla piątego roku prawa współczynnik korelacji (r) wynosi 0,74. Świadczy to o wysokiej dodatniej zależności między zmiennymi.

Co ciekawe również w przypadku „wpływu przyjaciół i znajomych” na zmienną zależną, współczynnik korelacji dla pierwszego roku jest ujemny ($r = -0,68$). Natomiast $r^2 = 0,46$. Zatem ma miejsce wzrost siły zależności w stosunku do zmiennej „wpływ przyjaciół i znajomych”.

W przypadku piątego roku prawa współczynnik korelacji analizowanych zmiennych $r = 0,68$. Tutaj widoczny jest spadek siły zależności (w porównaniu do zmiennej „wpływ kolegów ze studiów”) z $r = 0,74$: $r = 0,68$.

Niski współczynnik korelacyjny wśród studentów pierwszego roku prawa występuje w stosunku do zmiennej „wpływ nauczycieli akademickich”. Korelacja jest ujemna, $r = -0,41$. Zatem siła owej zależności $r^2 = 0,17$. Jest to słaba zależność (17%).

Wśród studentów piątego roku prawa widoczny jest silny związek między zmienną „wpływ nauczycieli akademickich” na „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”. Otóż $r = 0,83$.

Ostatnią formą pozainstytucjonalnej aktywności badanych konsumentów jest zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy. Wyniki korelacji dla studentów socjologii oraz prawa przedstawia tabela nr 20.

Tabela 20

Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2

x	Pyt. 1		Pyt. 18		Pyt. 31_1		Pyt. 31_2		Pyt. 31_3		Pyt. 31_4	
	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2	r	r^2
S I	-0,63	0,4	0,58	0,34	-0,82	0,67	0,55	0,3	-0,4	0,16	0,33	0,11
S V	0,38	0,14	0,65	0,42	0,78	0,61	0,59	0,35	0,61	0,37	-0,43	0,18
P I	-0,8	0,64	-0,82	0,67	-0,38	0,14	0,3	0,09	-0,5	0,25	-0,38	0,14
P V	-0,43	0,18	0,8	0,64	0,67	0,45	0,69	0,48	0,76	0,58	0,79	0,62

Źródło: obliczenia własne

Kolumna oznaczona SI, SV oraz PI, PV odpowiada studentom pierwszego i piątego roku socjologii oraz prawa. Wiersz oznaczony symbolem Pyt.1, Pyt. 18 odpowiada zmiennym niezależnym (x). Wiersz oznaczony symbolem y^5 odpowiada zmiennej zależnej: zaprzestanie dokonywanie zakupów u danego sprzedawcy. Wiersz oznaczony symbolem r oznacza korelację, r^2 – stosunek korelacyjny zmiennej.

Po obliczeniu dla pierwszego roku socjologii współczynnika korelacji zmiennej „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw” okazało się, że $r = -0,63$. Zatem $r^2 = 0,4$. Oznacza to, iż udział „poczucia wiedzy” w determinowaniu zmienności zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” wynosi 4%. Natomiast współczynnik korelacji dla zmiennej „poczucie bezradności” wynosi 0,58. Oznacza to, iż w przypadku zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” widoczny jest silniejszy związek korelacyjny (58%) od zmiennej „poczucie wiedzy” (40%) na „zaprzestanie dokonywanie zakupów u danego sprzedawcy”.

Dla studentów piątego roku socjologii współczynnik korelacji dla zmiennej „poczucie wiedzy” wynosi 0,38. Widoczny jest wzrost związku korelacyjnego owej zmiennej w stosunku do „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” (-0,63 : 0,38). Dla zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” $r = 0,65$. Oznacza to, iż zmienna „poczucie bezradności” zarówno wśród studentów pierwszego roku, jak i piątego posiada większy wpływ na zmienną zależną niż „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumenckich”.

Przejdźmy do omówienia wpływu grup odniesienia na decyzje studentów pierwszego roku socjologii.

Pierwszą zmienną jest „wpływ rodziny”. Po obliczeniu współczynnika korelacji, okazało się, że $r = -0,82$. Zatem $r^2 = 0,67$. Wynik tej ujemnej korelacji świadczy, iż siła determinacji zmiennej niezależnej na „zaprzestanie dokonywanie zakupów u danego sprzedawcy” wynosi 67%. Natomiast współczynnik korelacji tych samych zmiennych wśród studentów piątego roku prawa jest wysoki. Otóż $r = 0,78$. Oznacza to, iż w odróżnieniu od studentów pierwszego roku socjologii decyzje studentów piątego roku są stosunkowo wysoko skorelowane z „wpływem rodziny”.

Kolejną grupą odniesienia są koledzy ze studiów. Okazało się, że w przypadku studentów pierwszego roku współczynnik korelacji zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” $r = 0,55$. Dla tych samych zmiennych współczynnik korelacji wśród studentów piątego roku jest niewiele wyższy ($r = 0,59$).

Ciekawe, iż wpływ przyjaciół, znajomych zarówno na decyzje podejmowane przez studentów pierwszego i piątego roku socjologii nie jest wysoki. Otóż współczynnik korelacji (r) dla studentów pierwszego roku jest ujemny i wynosi $-0,4$. Zatem $r^2 = 0,16$. Można uznać, iż dla tej grupy konsumentów „wpływ przyjaciół, znajomych” jest słaby.

W przypadku studentów piątego roku socjologii widoczny jest wzrost współczynnika korelacji omawianych zmiennych. Okazało się, że $r = 0,61$. Zatem siła determinacji wzrosła z 16% (dla pierwszego roku) do 61% (dla piątego roku).

Wpływ nauczycieli akademickich na „zaprzestanie dokonywanie zakupów u danego sprzedawcy” wśród studentów pierwszego roku jest dodatni ($r = 0,33$). W porównaniu do studentów piątego roku jest to wysoka zależność korelacyjna. Okazało się, że „wpływ nauczycieli akademickich” na „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” jest ujemny, $r = -0,43$. Zatem $r^2 = 0,18$. Należy uznać, iż siła determinacji wynosi zaledwie 18%.

Teraz zostaną omówione współczynniki korelacji oraz kwadraty ich wartości dla studentów prawa.

Po obliczeniu współczynnika korelacji dla studentów pierwszego roku prawa zmiennej „poczucie wiedzy” okazało się, że $r = -0,8$. Proszę zauważyć, iż siła determinacji owej zmiennej wynosi 0,64. Zatem „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” jest w 64% determinowany przez „poczucie wiedzy” (dla studentów pierwszego roku socjologii determinacja owej zmiennej wynosiła 4%). Również w przypadku zmiennej „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa

konsumenckiej korelacja jest ujemna ($r = -0,82$). Zatem $r^2 = 0,67$. Świadczy to o jeszcze większej sile zależności między omawianymi zmiennymi. „Poczucie bezradności” w 67% determinuje „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”.

Współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy z zakresu przysługujących praw” ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” $r = -0,43$. Zatem $r^2 = 0,18$. Świadczy to o stosunkowo niskiej determinacji omawianej zmiennej (18%) w porównaniu z determinacją zmiennej „poczucie bezradności”. W tym przypadku związek korelacyjny $r = 0,8$ a $r^2 = 0,64$. Oznacza to, iż w 64% „poczucie bezradności” determinuje „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”.

Przejdźmy do omówienia wpływu grup odniesienia. Pierwszą zmienną jest „wpływ rodziny” na „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”. Po obliczeniu współczynnika korelacji dla pierwszego roku okazało się, że $r = -0,38$. Zatem $r^2 = 0,14$. W porównaniu z korelacją tych samych zmiennych wśród studentów piątego roku nie jest to silna determinacja. Otóż współczynnik korelacji (r) dla piątego roku wynosi 0,67 ($r^2 = 0,45$).

Kolejną grupą odniesienia są koledzy ze studiów. Współczynnik korelacji zmiennych dla pierwszego roku jest niski ($r = 0,3$). Zatem praktycznie nie ma związku między „wpływem kolegów ze studiów” na omawianą zmienną zależną. Zupełnie odmienny związek zmiennej niezależnej istnieje wśród studentów piątego roku prawa. W tym przypadku współczynnik korelacji (r) między „wpływem kolegów ze studiów” a „zaprzestaniem dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” wynosi 0,69.

Podobna dysproporcja współczynników zależności jak w przypadku zmiennej „wpływ kolegów” istnieje w przypadku kolejnej zmiennej „wpływ przyjaciół, znajomych”. Okazało się, iż związek korelacyjny dla studentów pierwszego roku jest ujemny ($r = -0,5$), a kwadrat jego wartości (r^2) wynosi 0,25. Zatem siła determinacji zmiennej niezależnej na „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” wynosi 25%. Natomiast dla studentów piątego roku prawa współczynnik $r = 0,76$. Świadczy to o wysokim związku korelacyjnym omawianych zmiennych.

Ciekawe różnice w obliczeniach zmiennych pierwszego i piątego roku prawa dotyczą również ostatniej zmiennej „wpływ nauczycieli akademickich”. Otóż dla pierwszego roku prawa korelacja jest ujemna ($r = -0,38$). Tutaj siła determinacji jest

słaba i wynosi zaledwie 14%. Natomiast dla studentów piątego roku prawa „wpływ nauczycieli akademickich” na podjęcie omawianej formy aktywności konsumenckiej pozostaje w wysokiej zależności. Okazało się, iż $r = 0,79$. Jest to najsilniejszy związek korelacyjny między zmienną „wpływ grupy odniesienia” a zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”. W tym przypadku siła determinacji wynosi 62%.

Po dokonaniu analizy empirycznej korelacji oraz siły determinacji poszczególnych zmiennych można przejść do weryfikacji założonych hipotez.

6.10. Weryfikacja założonych hipotez

I.

Pierwsza założona hipoteza zakładała, iż kierunek studiów nie ma wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów.

Z uzyskanych danych należy uznać, iż hipoteza ta nie jest hipotezą sfalsyfikowaną. Okazało się bowiem, iż zarówno studenci pierwszego i piątego roku socjologii, jak i studenci pierwszego i piątego roku prawa podejmują instytucjonalne działania w celu zmniejszenia dysonansu pozakupowego.

W celu uzupełnienia proszę porównać zestawienie wyników w tabeli nr 11. Z tabeli tej wynika, iż największa aktywność wszystkich badanych konsumentów dotyczy składania reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich. Odpowiedź „często” wybrało 35,38% studentów pierwszego roku socjologii, 28,77% studentów piątego roku socjologii, 34,11% studentów pierwszego roku prawa oraz 36,76% studentów piątego roku prawa.

Natomiast w przypadku drugiego rodzaju instytucjonalnego podejmowania działania, jakim jest złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta widoczny jest spadek aktywności respondentów obu kierunków studiów, co nie oznacza, iż nikt nie wybrał odpowiedzi twierdzącej. Odpowiedź „nigdy” wybrało 81,54% studentów pierwszego roku socjologii, 59,42% studentów piątego roku socjologii, 70,34% studentów pierwszego roku prawa oraz 67,19% studentów piątego roku prawa.

II.

Kolejna hipoteza dotyczyła wpływu poczucia wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na instytucjonalną formę świadomości prawnej. Została ona podzielona na cztery odrębne hipotezy.

1. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów pierwszego roku socjologii.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji poszczególnych zmiennych oraz po wyliczeniu kwadratów ich wartości w czterech grupach konsumentów

okazało się, że dla pierwszego roku socjologii współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” na zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest ujemny. W tym przypadku $r = -0,76$. Zatem wśród studentów pierwszego roku zwiększenie poczucia wiedzy nie wpływa na pierwszą formę instytucjonalnej aktywności prawnej. Wynik ten świadczy o falsyfikacji założonej hipotezy. Co nie zmienia faktu, iż determinacja $r^2 = 0,58$. To pozwala na wyciągnięcie wniosku, że w 58% poczucie wiedzy decyduje o formie aktywności konsumenta.

Natomiast współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” na złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta, $r = 0,49$. Oznacza to, iż poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów pierwszego roku socjologii ale tylko w przypadku złożenia skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta.

2. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów piątego roku socjologii.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji poszczególnych zmiennych oraz po wyliczeniu kwadratów ich wartości w czterech grupach konsumentów okazało się, że dla piątego roku socjologii współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” na zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest dodatni ($r = 0,81$, $r^2 = 0,66$). Jest to bardzo wysoki związek korelacyjny. Podobnie w przypadku zależności ze zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” ($r = 0,66$, $r^2 = 0,44$). Proszę zwrócić uwagę na siłę determinacji owych zmiennych. Zmienna „poczucie wiedzy” determinuje w 66% składanie reklamacji przez konsumentów oraz w 44% wpływa na składanie skarg w instytucjach chroniących ich praw. Przedstawione dane uniemożliwiają sfalsyfikowanie założonej hipotezy.

3. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów pierwszego roku prawa.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” oraz „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw” okazało się, że $r = - 0,37$ natomiast $r^2 = 0,14$. Zatem korelacja jest ujemna, a siła determinacji zmiennej niezależnej wynosi 14%. Zanim jednak zostanie przedstawiona ostateczna hipoteza należy dokonać analizy związku korelacyjnego z drugą zmienną instytucjonalnej formy świadomości prawnej, tj. „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Po obliczeniu współczynnika korelacji, $r = - 0,75$. Okazało się, że związek korelacyjny jest ujemny, jednakże siła determinacji zmiennej ($r^2 = 0,56$) wynosi 56%. Należy uznać, iż hipoteza jest sfalsyfikowana. W tym przypadku wzrostowi poczucia wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentom towarzyszy zmniejszanie się wartości omawianych zmiennych.

4. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów piątego roku prawa.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji poszczególnych zmiennych oraz po wyliczeniu kwadratów ich wartości w czterech grupach konsumentów okazało się, że dla piątego roku socjologii współczynnik korelacji zmiennej „poczucie wiedzy” na zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest dodatni ($r = 0,66$, $r^2 = 0,44$). Jest to dodatni związek korelacyjny i oznacza, że wzrostowi „poczucia wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego” towarzyszy wzrost wartości zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. Siła determinacji zmiennej wynosi 44%. Również korelacja zmiennej zależnej ze zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” jest pozytywna ($r = 0,67$, $r^2 = 0,45$). W tej korelacji zmiennych siła determinacji „poczucia wiedzy” na „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” wynosi 45%.

Należy uznać, iż postawiona hipoteza nie została sfalsyfikowana. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego ma wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej wśród studentów piątego roku prawa.

III.

Trzecia hipoteza dotyczyła zależności poczucia wiedzy od roku studiów. W tym przypadku nie ma potrzeby dzielenia hipotezy na cztery dodatkowe. Zatem hipoteza jest następująca:

Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest zależne od roku studiów.

Z części empirycznej wynika (tabela nr 14), iż poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego bez względu na kierunek studiów jest zależne od roku nauki studentów. Okazało się bowiem, iż 43,08% studentów pierwszego roku socjologii oraz 38,17% studentów pierwszego roku prawa ma wysokie poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego. Jednakże wraz ze wzrostem rocznika studentów nastąpił również procentowy wzrost poczucia wiedzy z zakresu przepisów prawa. Otóż 43,24% studentów piątego roku socjologii oraz 55,8% studentów piątego roku prawa przyznało, iż ma „raczej wysokie poczucie wiedzy”. Szczególnie widoczny jest duży wzrost poczucia wiedzy wśród studentów prawa (wyniki zostały już wcześniej poddane szczegółowej analizie).

Należy zatem potwierdzić, iż w przypadku omawianej hipotezy falsyfikacja nie występuje. Poczucie wiedzy o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego jest zależne od roku studiów.

IV.

Czwarta hipoteza zmierzała do określenia wpływu poczucia bezradności konsumentów na posiadany przez nich rodzaj świadomości aktywnej. Oczywistym jest, iż należy tutaj dokonać nie tylko podziału na studentów pierwszego i piątego roku obu kierunków studiów ale również koniecznym jest dokonanie zestawienia uzyskanych danych liczbowych współczynników korelacji zarówno instytucjonalnej, jak i pozainstytucjonalnej formy aktywności respondentów.

1. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r = 0,7$** ,
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r = 0,04$** .

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = - 0,43$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = 0,44$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = 0,58$** .

Z przedstawionych danych wynika, iż największy współczynnik zależności między zmienną „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” występuje w stosunku do zmiennych: „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, oraz „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”. Natomiast zależność zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub firmą” jest ujemna. W tym przypadku $r^2 = 0,18$. Oznacza to, iż „poczucie bezradności” jedynie w 18% wpływa na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

Niewątpliwie najsłabsze skorelowania pozytywne występują w stosunku do instytucjonalnych form aktywności konsumentów.

Należy zatem uznać, iż większa zależność zmiennych występuje w stosunku do pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii. Tym samym potwierdza się niefalsyfikowalność postawionej hipotezy.

2. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = - 0,28
 - dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = - 0,46
- b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,01**,
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,34**,
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
r = 0,65.

Z przedstawionych współczynników korelacji wynika, iż dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” oraz dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” korelacja jest ujemna. W pierwszym przypadku wartość współczynnika korelacji, $r^2 = 0,08$, natomiast siła determinacji przypadku drugiej zmiennej, $r^2 = 0,21$. Oznacza to, iż „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” w 8% determinuje zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” oraz w 21% wpływa na zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Faktem jest, iż zależność korelacyjna w przypadku zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” nie jest wysoka ale w przypadku zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów” oraz zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” korelacja jest zdecydowanie silniejsza.

Zatem postawiona hipoteza okazała się hipotezą nefalsyfikowaną. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

3. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

- a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = 0,59

- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **r = - 0,35**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = - 0,53**,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,02**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **r = - 0,82**

Okazało się, iż związek korelacyjny zmiennej „poczucie bezradności”, na zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest dodatni. Co ciekawe stosunek korelacyjnych zmiennej niezależnej na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” jest ujemny. W tym przypadku $r^2 = 0,12$. Zatem „poczucie bezradności wpływa w 12% na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Ową różnorodność w skorelowaniu zmiennych należy interpretować w następujący sposób: im mniejsze jest poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego tym częstsze składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw. Oraz wzrostowi „poczucia bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego nie towarzyszy wzrost częstotliwości składania skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta.

Poddając analizie współczynniki korelacji zmiennych dotyczących pozainstytucjonalnej formy aktywności konsumenckiej zauważa się bardzo wysoki ujemny związek badanych zależności. Nie oznacza to, iż zmienne te nie pozostają w związku korelacyjnym ze zmienną „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”. Siła determinacji r^2 dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą” wynosi 0,28. Można powiedzieć, iż „poczucie bezradności” w 28% wywiera wpływ na „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”. Z kolei bardzo słaby związek występuje w stosunku do zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”. W tym przypadku zależność zmiennych praktycznie nie istnieje. Niezwykle wysoką korelacją ujemną jest korelacja ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych produktów”. Siła determinacji $r^2 = 0,67$. Wynik ten świadczy, iż w 67% „zaprzestanie dokonywania zakupów danych produktów” jest determinowane przez „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego”.

Zatem poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa ale tylko w przypadku składania reklamacji i dochodzenia swoich praw konsumenckich.

4. Poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r = -0,57$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r = -0,79$**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = -0,64$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = -0,74$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = 0,8$**

Z powyższego zestawienia współczynników korelacji można wywnioskować, iż w obu formach aktywnej świadomości prawnej konsumentów występuje dość wysokie ujemne skorelowanie zmiennych. Jedynie współczynnik (r) zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy” jest dodatni ($r = 0,8$).

Korzystnym dla weryfikacji postawionej hipotezy będzie zatem porównanie siły determinacji (r^2) dla wszystkich wartości.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r^2 = 0,32$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r^2 = 0,62$**

b) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r^2 = 0,41$**

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, $r^2 = 0,55$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, $r^2 = 0,64$

Z otrzymanych wyników r^2 wynika, iż zmienna „poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego” najsilniej determinuje zmienne dotyczące aktywności pozainstytucjonalnej. Jednakże proszę również zwrócić uwagę na siłę związku zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” (62%).

Zatem nie można przyjąć, iż poczucie bezradności w gąszczu przepisów prawa konsumenckiego ma większy wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

V.

Kolejna hipoteza dotyczyła wpływu zmiennej „ocena procesu sądowego” na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów. Ze względu na specyficzny charakter zmiennej wydaje się, iż prawidłową czynnością będzie zbadanie stosunku korelacyjnego zmiennej „ocena procesu sądowego” jedynie ze zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Uzasadnieniem takiego doboru zmiennych jest fakt, iż po pierwsze, proces sądowy wytoczony przez konsumenta może być konsekwencją niewłaściwie rozpoznanej reklamacji przez przedsiębiorcę. Po drugie, zanim konsument zwróci się do sądu musi wyczerpać procedurę składania reklamacji. Ponadto nie można się dopatrzeć związku cywilnego procesu sądowego z drugą instytucjonalną formą aktywnej świadomości prawnej, jaką jest złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta. W tym przypadku to nie konsument a instytucje podejmują działania w celu ochrony poszkodowanego. Tym bardziej nie można się dopatrzeć związku zmiennej „ocena procesu sądowego” z pozainstytucjonalnymi formami aktywności konsumenta. Trudno bowiem mówić o związku „oceny prawa” z np. „ostrzeganiem innych przed danym produktem lub/i firmą”.

Zatem zostanie dokonana próba weryfikacji założonej hipotezy ale tylko w stosunku do zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

1. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji poszczególnych zmiennych oraz po wyliczeniu kwadratów ich wartości w czterech grupach konsumentów okazało się, iż nie ma żadnego związku korelacyjnego zmiennej „ocena procesu sądowego” oraz zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. W tym przypadku $r = 0$. Zatem hipotezę należy uznać za niefalsyfikowaną. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

2. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

Z danych wynika, iż istnieje pozytywny związek korelacyjny między zmienną „ocena procesu sądowego” a zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. Okazało się, że $r = 0,57$, natomiast siła determinacji $r^2 = 0,32$. Oznacza to, iż postawiona hipoteza uległa falsyfikacji.

Ocena procesu sądowego wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii. Co więcej, na „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” zmienna „ocena procesu sądowego” wywiera wpływ w 32%.

3. Ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

Po obliczeniu współczynnika korelacji zmiennych można uznać hipotezę za niefalsyfikowaną. Okazało się, iż związek korelacyjny między zmienną „ocena procesu sądowego” a zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest ujemny ($r = - 0,3$). Oczywiście wynik ten nie oznacza, iż nie zachodzi żaden związek między zmiennymi, co nie zmienia faktu, iż zależność jest bardzo słaba. Dla potwierdzenia można wykorzystać obliczony kwadrat wartości zmiennych. Otóż $r^2 = 0,09$.

Zatem ocena procesu sądowego nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

4. Ocena procesu sądowego wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

W przypadku piątego roku prawa współczynnik korelacji zmiennych „ocena procesu sądowego” oraz „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest stosunkowo wysoki ($r = 0,66$). Warto zwrócić uwagę na siłę determinacji ($r^2 = 0,44$). Oznacza to, iż „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest zależne od „oceny procesu sądowego” badanych konsumentów. Natomiast siła zależności zmiennych wynosi 44%.

Przedstawione wartości nie falsyfikują założonej hipotezy. Ocena procesu sądowego wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

VI.

Szósta hipoteza dotyczyła wpływu przekonania o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru na instytucjonalną formę świadomości prawnej konsumentów. Zostały wyszczególnione cztery hipotezy.

1. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

Zanim zostanie dokonana weryfikacja przedstawionej hipotezy należy przedstawić współczynniki korelacji zmiennej „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” z dwoma zmiennymi, tj. „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” oraz „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Współczynnik korelacji zmiennej „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” ze zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = 0,72$. Jest to więc wysoka korelacja dodatnia. Wartość ta oznacza, iż istnieje wysoki związek między dochodzeniem swych praw bez względu

na wartość zakupionego towaru. Siła determinacji w tym przypadku wynosi 52% ($r^2 = 0,52$).

Natomiast współczynnik korelacji zmiennej „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” ze zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, $r = 0,04$. Zatem można mówić, iż „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” jest zależne od wysokości ceny zakupionego towaru.

Okazało się, iż przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii ale tylko w przypadku składania reklamacji i dochodzenia swoich praw konsumenckich.

2. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

Współczynnik korelacji zmiennej „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” ze zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = 0,48$. Wartość tej zależności świadczy o istnieniu pozytywnej korelacji zmiennych. Po obliczeniu siły związku zmiennych okazało się, że $r^2 = 0,23$. Nie jest to bardzo duża siła determinacji (23%). Jednakże trudno zaprzeczyć, iż zależność między zmiennymi istnieje.

W przypadku drugiej zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” współczynnik korelacji, $r = 0,71$. Jest to stosunkowo wysoka zależność korelacyjna między zmiennymi. Zatem hipoteza jest nie jest falsyfikowaną. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

3. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

Korelacja zmiennych „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” oraz „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” jest w badanej grupie konsumentów korelacją dodatnią ($r = 0,31$). Jest to stosunkowo słaba zależność, tym bardziej iż siła determinacji, $r^2 = 0,1$. Jednakże nie można zakwestionować pozytywnej korelacji zmiennej „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru” na zmienną „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

W przypadku drugiej zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” współczynnik korelacji jest ujemny ($r = - 0,65$). Zatem siła zależności, $r^2 = 0,42$. Oznacza to, iż w 42% wartość towaru wpływa na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

Zatem hipoteza jest falsyfikowana ale tylko w stosunku do zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

4. Przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

W przypadku zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” współczynnik korelacji (r) jest dodatni i wynosi 0,76. Świadczy to o wysokim związku korelacyjnym zmiennej ze zmienną „dochodzenie swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru”. Oznacza to, iż wzrost wartości jednej zmiennej wpływa na wzrost wartości drugiej zmiennej. Zatem przekonanie o dochodzeniu swych praw bez względu na wartość zakupionego towaru wywiera wpływ na składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich.

Natomiast współczynnik korelacji zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, $r = -0,68$. Siła determinacji wynosi 0,46. Należy sądzić, iż w przypadku składania skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta wysokość ceny zakupionego towaru jest istotna.

Zebrane wyniki wartości zmiennych pozwalają na falsyfikację założonej hipotezy ale tylko w stosunku do zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

VII.

Kolejna hipoteza dotyczyła postępowania zgodnego z informacjami umieszczanymi w sklepie bez względu na zgodność owych informacji z przepisami prawa konsumenckiego. Należy podkreślić, iż korelacje zmiennej „postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie” dotyczyć będą jednej zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. Powyższy dobór zmiennych wynika z faktu, iż zmienna dotyczy wyłącznie postępowania zgodnego z informacjami przekazywanymi konsumentowi przez przedsiębiorcę. Natomiast badanie korelacji zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” miałyby sens w sytuacji kiedy przedsiębiorca odmówiłby, np. przyjęcia reklamacji. Również wyliczanie współczynników korelacji zmiennych dotyczących pozainstytucjonalnych form aktywności wydaje się pozbawione sensu. Trudno bowiem mówić o związku „postępowania zgodnego z informacjami umieszczanymi w sklepie” z np. „zaprzestaniem dokonywania zakupów danych towarów”.

Zatem zostanie dokonana próba weryfikacji założonej hipotezy ale tylko w stosunku do zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. Zostały przedstawione cztery hipotezy.

1. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

Po dokonaniu obliczeń współczynników korelacji zmiennej „postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie” oraz „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” okazało się, iż $r = 0,67$ ($r^2 = 0,45$). Zatem istnieje pozytywny związek między zmiennymi. Co więcej, informacje umieszczane w sklepie w 45% decydują o instytucjonalnej formie aktywności konsumentów.

Należy uznać, iż hipoteza nie jest falsyfikowana. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku socjologii.

2. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku socjologii.

W przypadku tej grupy konsumentów okazało się, iż nie ma żadnego związku korelacyjnego między zmienną „postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie” a „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” ($r = 0$).

Zatem hipoteza została sfalsyfikowana.

3. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie wywiera wpływ na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

Po obliczeniu współczynnika korelacji zmiennych „postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie” oraz „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = - 0,6$ ($r^2 = 0,36$). Jest to bardzo słaba ujemna korelacja. Można uznać, iż praktycznie nie ma związku między badanymi zmiennymi.

Hipoteza uległa falsyfikacji. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów pierwszego roku prawa.

4. Postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie nie wywiera wpływu na instytucjonalną formę świadomości prawnej studentów piątego roku prawa.

Z uzyskanych danych wartości zmiennych okazało się, iż hipoteza nie jest sfalsyfikowana. Otóż po obliczeniu współczynników korelacji zmiennej „postępowanie zgodne z informacjami umieszczanymi w sklepie” oraz „składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = - 0,88$ ($r^2 = 0,77$). Jest to bardzo wysokie skorelowanie ujemne a siła determinacji wpływu zmiennej wynosi 77%.

VIII.

Ósma hipoteza zmierzała do udzielenia odpowiedzi na następujące pytanie badawcze: „W jakim stopniu grupy odniesienia wywierają wpływ na rodzaj świadomości prawnej konsumentów?”. Przy omawianiu hipotez dotyczących wpływu grup odniesienia na zachowanie jednostki należy pamiętać o dwóch kwestiach. Po pierwsze konieczny jest podział grup odniesienia na rodzinę, kolegów ze studiów,

przyjaciół i znajomych oraz na grupę nauczycieli akademickich. Po drugie, chcąc zweryfikować stopień wpływu owych grup na rodzaj aktywności konsumenckiej należy dokonać podziału przejawów owej aktywności na aktywność instytucjonalną oraz aktywność pozainstytucjonalną.

Cztery założone hipotezy dotyczące wpływu rodziny na zachowanie studentów socjologii.

1. Rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.

Zanim zostanie postawiona ostateczna hipoteza odnośnie większego wpływu rodziny na rodzaj aktywności konsumenckiej należy dokonać zestawienia współczynników korelacji zmiennych instytucjonalnej oraz pozainstytucjonalnej formy aktywnej świadomości konsumenta.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r = - 0,63$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r = - 0,63$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,44$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = - 0,51$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
 $r = - 0,67$.

Z uwagi na fakt występowania skorelowań negatywnych badanych zmiennych warto porównać siły determinacji (r^2) dla wszystkich wartości.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r^2 = 0,4$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r^2 = 0,4$

b) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, $r^2 = 0,19$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, $r^2 = 0,26$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, $r^2 = 0,67$.

Z przedstawionych wartości oraz ich kwadratu należy sądzić, iż rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii. Zatem postawiona hipoteza okazała się hipotezą niefalsyfikowaną.

2. Rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = - 0,51$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, $r = 0,93$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, $r = 0,73$,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, $r = 0,88$,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, $r = 0,78$.

Współczynniki korelacji zmiennych wykazują bardzo dużą różnicę w stosunku do zależności instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej. Jest to bardzo interesujące zjawisko, tym bardziej iż założona hipoteza zakłada większy wpływ rodziny na pozainstytucjonalne formy aktywności respondentów.

Zatem nie można jednoznacznie stwierdzić, iż rodzina w większym stopniu wpływa na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumentów. Okazało się, iż zależność zmiennej „wpływ rodziny” na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” jest bardzo wysoka. Dotyczy to również siły determinacji, która w tym przypadku wynosi 0,85. Oznacza to, iż rodzina w 85% determinuje zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Jednakże należy

podkreślić, iż rodzina wywiera bardzo duży wpływ na pozainstytucjonalne formy aktywnej świadomości prawnej.

3. Rodzina wywiera większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r = - 0,57$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r = - 0,58$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,47$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = - 0,82$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
 $r = - 0,38$.

Niewątpliwie z otrzymanych wyników korelacji okazało się, iż jedynym pozytywnym skorelowaniem zmiennej „wpływ rodziny” dotyczy zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”. W pozostałych przypadkach występuje skorelowanie negatywne. Warto przedstawić kwadraty wartości zmiennych.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r^2 = 0,32$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r^2 = 0,34$

b) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r^2 = 0,22$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r^2 = 0,67$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
 $r^2 = 0,14$.

Przedstawione wyniki pozwalają na częściową falsyfikację założonej hipotezy. Należy uznać, iż rodzina wywiera większy wpływ na pozainstytucjonalną formę

aktywności konsumenckiej ale tylko w stosunku do zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

4. Rodzina wywiera większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = 0,62
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = - 0,82

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,42,**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,84**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
r = 0,67.

Z przedstawionych wartości zmiennych wynika, iż w przypadku piątego roku prawa nie można jednoznacznie stwierdzić, iż rodzina wywiera większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa. Owszem „wpływ rodziny” wywiera wpływ na instytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej ale tylko w stosunku do zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. Co więcej, widoczny jest stosunkowo silny dodatni związek korelacyjny z pozainstytucjonalnymi formami aktywnej świadomości prawnej.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu kolegów na zachowanie badanych konsumentów.

1. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalne formy aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = - 0,42

- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r = - 0,62$**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = - 0,39$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = 0,53$** ,
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = 0,55$** .

Po dokonaniu zestawienia współczynników korelacji dla instytucjonalnych oraz pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości konsumentckiej okazało się, iż prawdą jest, że koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalne formy aktywności konsumentckiej studentów pierwszego roku socjologii.

W przypadku ujemnych korelacji warto sprawdzić siłę determinacji zmiennej „wpływu kolegów ze studiów” na rodzaj aktywności konsumentów. W przypadku pozainstytucjonalnych form aktywności zostanie podany kwadrat wartości współczynnika korelacji dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumentckich”, **$r^2 = 0,18$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r^2 = 0,38$**

b) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla pozainstytucjonalnej formy aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r^2 = 0,15$** .

Należy sądzić, iż spośród dwóch form instytucjonalnej aktywności konsumentów największa siła zależności (38%) występuje w stosunku do zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

2. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumentckiej studentów piątego roku socjologii.

- a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = - 0,92
 - dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = 0,83,
- b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,79,**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,89,**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
r = 0,59.

Niewątpliwie z przedstawionych zależności zmiennych wynika, iż istnieje związek korelacyjny zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” na aktywną świadomość konsumentów. Jednakże nie można jednoznacznie stwierdzić, iż koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii. Prawdą jest, iż koledzy ze studiów wywierają pozytywny wpływ na „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, jednakże w przypadku zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich” występuje skorelowanie wysoko ujemne. Natomiast w przypadku pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej zauważa się pozytywny stosunek korelacyjny do wszystkich trzech zmiennych. Założona hipoteza została sfalsyfikowana.

3. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

- a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = - 0,54
 - dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = - 0,4
- b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,4**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = -0,53**

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy, **$r = 0,3$** .

W przypadku weryfikacji hipotezy, iż koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa należy się przede wszystkim zastanowić nad wielkością zależności zmiennych.

Prawdą jest, iż koledzy ze studiów nie wywierają większego wpływu na instytucjonalną formę aktywnej świadomości konsumentów. Jednakże z drugiej strony widoczny jest bardzo słaby związek korelacyjny z pozainstytucjonalnymi formami wspomnianej aktywności. Można uznać, iż grupa odniesienia jaką są koledzy ze studiów, nie wywierają dużego wpływu na zachowanie się badanych konsumentów. Nie zmienia to jednak faktu, iż zmienna „koledzy ze studiów” wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa. Hipotezę należy uznać za niefalsyfikowaną.

Dodatkowo należy przedstawić siłę determinacji ujemnych skorelowań badanych zmiennych.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r^2 = 0,29$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r^2 = 0,16$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r^2 = 0,28$** .

Zatem wpływ kolegów ze studiów najslabiej determinuje składanie skarg w instytucjach chroniących prawa konsumenta. W pozostałych przypadkach siła zależności zmiennych jest porównywalna.

4. Koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r = 0,55$

- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **r = - 0,69**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,46**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,74**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **r = 0,69.**

Niewątpliwie z przedstawionych zależności zmiennych wynika, iż istnieje związek korelacyjny zmiennej „wpływ kolegów ze studiów” na aktywną świadomość konsumentów. Jednakże nie można jednoznacznie stwierdzić, iż koledzy ze studiów wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa. Prawdą jest, iż koledzy ze studiów wywierają pozytywny wpływ na „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, jednakże w przypadku zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” widoczny jest związek ujemny. Ponadto w przypadku pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej zauważa się stosunkowo wysokie skorelowanie pozytywne wszystkich trzech zmiennych. Wyniki zależności korelacji pozwalają na częściową falsyfikację założonej hipotezy.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu przyjaciół, znajomych na zachowanie badanych konsumentów.

1. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **r = - 0,52**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **r = - 0,51**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,48**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,32**

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = - 0,4$** .

Współczynniki korelacji wskazują na brak falsyfikacji postawionej hipotezy. Okazało się bowiem, iż stosunek korelacyjny zmiennej „wpływ przyjaciół i znajomych” na instytucjonalne formy świadomości konsumenckiej jest ujemny. Natomiast stosunek korelacyjny dwóch zmiennych instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej jest dodatni. Największy związek korelacyjny występuje w stosunku do zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

Należy również przedstawić siłę determinacji ujemnych skorelowań badanych zmiennych.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r^2 = 0,27$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r^2 = 0,26$**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r^2 = 0,16$** .

Z danych wynika, iż najslabsza siła determinacji zmiennych występuje w stosunku do zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”. W pozostałych przypadkach siła zależności jest porównywalna.

2. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na pozainstytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r = 0,17$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r = 0,9$**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,66$**

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = 0,88$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = 0,61$** .

W przypadku oddziaływania przyjaciół i znajomych na zachowanie się badanych konsumentów okazuje się, iż postawiona hipoteza w pełni niefalsyfikowana. Proszę zwrócić uwagę na wysoki stopień skorelowania pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości konsumentów. Największa zależność dotyczy zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”.

Nie ulega również wątpliwości, iż przyjaciele i znajomi wywierają również wpływ na instytucjonalną aktywność respondentów. Jednakże są to bardzo słabe związki korelacyjne, a w szczególności związek korelacyjny ze zmienną „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”.

3. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, **$r = 0,64$**
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, **$r = - 0,56$**

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,57$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = - 0,68$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = - 0,5$**

Wyżej przedstawione wyniki współczynników korelacji badanych zmiennych pozwalają na częściową falsyfikację postawionej hipotezy. Niewątpliwie przyjaciele i znajomi wywierają wpływ na instytucjonalną formę dochodzenia praw ale tylko w przypadku zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”.

Natomiast zauważa się pozytywny związek korelacyjny zmiennej niezależnej ze zmienną „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”.

Należy również przedstawić siłę determinacji ujemnych skorelowań badanych zmiennych.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla instytucjonalnej formy aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r^2 = 0,26$

b) współczynniki korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r^2 = 0,46$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
 $r^2 = 0,25$.

Z wyliczonych kwadratów wartości zmiennych okazało się, iż największa siła determinacji zmiennej dotyczy pozainstytucjonalnej formy świadomości prawnej konsumentów, tj. „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”.

4. Przyjaciele, znajomi wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r = 0,72$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r = - 0,78$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,36$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = 0,68$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, **$r = 0,76$**

Niewątpliwie z przedstawionych zależności zmiennych wynika, iż istnieje związek korelacyjny zmiennej wpływ przyjaciół i znajomych na instytucjonalną świadomość prawną konsumentów. Jednakże nie można jednoznacznie stwierdzić, iż przyjaciele i znajomi wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa. Prawdą jest, iż przyjaciele i znajomi wywierają pozytywny wpływ na „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, jednakże w przypadku zmiennej „złożenie skargi w instytucjach

chroniących prawa konsumenta” widoczny jest wysoki związek ujemny ($r^2 = 0,61$). Ponadto w przypadku pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej zauważa się stosunkowo wysokie skorelowanie pozytywne wszystkich trzech zmiennych, a w szczególności dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”. Zatem hipoteza jest sfalsyfikowana.

Cztery hipotezy dotyczące wpływu nauczycieli akademickich na zachowanie badanych konsumentów.

1. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
 $r = 0,76$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
 $r = - 0,43$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **$r = 0,55$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **$r = 0,5$**
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
 $r = 0,33$.

Nie ulega wątpliwości, iż nauczyciele akademicy wywierają wysoki wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku socjologii ale tylko w stosunku do jednej zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”. W przypadku zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta” występuje skorelowanie ujemne, a siła determinacji, $r^2 = 0,58$.

Ponadto zauważa się, iż zmienna niezależna wywiera pozytywny wpływ na pozainstytucjonalne formy aktywnej świadomości prawnej konsumentów.

Zatem hipotezę należy uznać za sfalsyfikowaną.

2. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = - 0,17
 - dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = 0,65
- b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = 0,15**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = 0,75**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
r = - 0,43.

Z przedstawionych współczynników korelacji wynika, iż nauczyciele akademicy wywierają wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii ale tylko w przypadku „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”. Co ciekawe, widoczny jest silny związek korelacyjny ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”.

Zatem nie można uznać, iż nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku socjologii.

3. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa.

- a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”,
r = 0,61
 - dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”,
r = 0,2
- b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:
- dla zmiennej „ostrzeżenie innych przed danym produktem lub/i firmą”, **r = - 0,36**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, **r = - 0,41**
 - dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”,
r = - 0,38.

Przedstawione wartości zmiennych wskazują, iż nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów pierwszego roku prawa. Zatem hipoteza nie jest sfalsyfikowana.

Warto jednakże sprawdzić siłę determinacji ujemnych korelacji pozainstytucjonalnych form aktywności konsumentów.

a) kwadrat wartości współczynnika korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, $r^2 = 0,13$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, $r^2 = 0,17$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, $r^2 = 0,14$.

Okazało się, iż siła zależności zmiennych jest słaba. Największa determinacja zmiennej dotyczy zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”.

4. Nauczyciele akademicy wywierają większy wpływ na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa.

a) współczynnik korelacji dla instytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, $r = 0,63$
- dla zmiennej „złożenie skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta”, $r = - 0,75$

b) współczynnik korelacji dla pozainstytucjonalnych form aktywnej świadomości prawnej:

- dla zmiennej „ostrzeganie innych przed danym produktem lub/i firmą”, $r = 0,58$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”, $r = 0,83$
- dla zmiennej „zaprzestanie dokonywania zakupów u danego sprzedawcy”, $r = 0,79$.

Przedstawione wartości zmiennych wskazują, iż nauczyciele akademicy nie wywierają większego wpływu na instytucjonalną formę aktywności konsumenckiej studentów piątego roku prawa. Okazało się, iż jedynie w przypadku zmiennej „złożenie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich”, występuje pozytywne skorelowanie a współczynnik korelacji, $r = 0,63$. Natomiast w przypadku zmiennej „wpływ rodziny” na pozainstytucjonalne formy aktywności konsumentów uwidacznia się stosunkowo silna zależność. Przede wszystkim duża zależność

występuje ze zmienną „zaprzestanie dokonywania zakupów danych towarów”. Zatem hipotezę należy uznać za sfalsyfikowaną.

Zakończenie

Rozważania przedstawione w poprzednich rozdziałach pokazują, iż pojęcie *świadomość konsumencka* nie może być pojęciem samoistnym, ponieważ posługując się nim, sięgamy zwykle do innych pojęć takich jak *świadomość społeczna* czy *świadomość prawna*. W konsekwencji napotykamy trudność wynikającą z wieloznaczności samego pojęcia, która w dużym stopniu decyduje także o niejednoznaczności samej idei świadomości prawnej konsumenta. Dokonanie zatem trójstopniowego podziału analizy pojęcia świadomości jednostki wydaje się być prawidłowe.

Punkt wyjścia rozważań teoretycznych stanowiło pojęcie świadomości społecznej oraz procesy związane z jej nabywaniem i kształtowaniem. Następnie, poprzez dokonanie zestawienia świadomości społecznej z elementami składowymi świadomości prawnej, możliwe było dokonanie analizy świadomości konsumenckiej jako aspektu świadomości społecznej.

Głównym założeniem pracy było poznanie rodzaju świadomości prawnej konsumentów zdobywających wykształcenie z zakresu prawa oraz z zakresu nauk społecznych. W tym celu badaniu zostali poddani studenci pierwszego oraz piątego roku z Instytutu Socjologii oraz studenci pierwszego oraz piątego roku z Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego. Powyższy dobór próby badawczej pozwolił porównać szereg czynników wpływających na aktywne lub bierne zachowanie się konsumentów w przypadku zakupu towaru niezgodnego z umową. Ponadto możliwe było udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy aktywność o charakterze instytucjonalnym jest zależna od kierunku i roku studiów.

W rozdziale czwartym przedstawionej dysertacji⁴³⁸ został opisany złożony charakter kształtowania się świadomości konsumenckiej. Należy zatem uznać, iż świadomość konsumencka jest kształtowana przez znajomość prawa, oceny, postawy oraz postulaty wobec istniejących norm i instytucji prawno – politycznych. Owe cztery elementy składowe świadomości prawnej decydują o rodzaju zachowania się w przypadku zakupu towaru niezgodnego z umową. Przyjęto założenie, iż na każdy element świadomości prawnej konsumenta duże znaczenie mają wpływy kulturowe, które poprzez oddziaływanie konkretnych grup odniesienia

⁴ ³⁸ Zob. rys. 5, rozdz. 4.

niejako kształtują zachowanie konsumenta. W związku z tym, również narzędzie badawcze zostało skonstruowane w taki sposób, by możliwie było poznanie faktycznej wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentom, poczucia posiadanej przez nich wiedzy, oceny prawa, postawy konsumentów oraz postulatów odnośnie ochrony praw konsumenckich.

Spośród wszystkich wyróżnionych elementów składowych, największe kontrowersje wśród znawców problematyki świadomości prawnej wzbudzały pytania z zakresu znajomości obowiązujących przepisów oraz postulatów wobec prawa (w tym przypadku prawa konsumenckiego). Ma to związek chociażby z hipotezą minimalistyczną Adama Podgóreckiego⁴³⁹, zgodnie z którą społeczna wiedza o prawie sprowadza się do znajomości jedynie zasad prawnych, natomiast znajomość przepisów prawnych jest domeną prawników – specjalistów. Adam Podgórecki dokonał owego rozróżnienia, wychodząc z założenia, że wśród przeciętnych ludzi znajomość przepisów prawa jest nikła. Wątpliwości co do postulatów wobec prawa są głoszone również przez Marię Borucką – Arctową⁴⁴⁰, która zakłada, iż postulaty *de lege ferenda* mogą zgłaszać jedynie osoby posiadające wyższy stopień świadomości prawnej, np. prawnicy. Z kolei według Anny Gryniuk postulaty występują wówczas, gdy ocena prawa zostanie oceniona negatywnie.

Z powyższych względów rozsądnym było przyjęcie stanowiska pośredniego – uzyskana w wyniku przeprowadzonych badań treść postulatów jest konsekwencją oceny obowiązujących praw konsumenckich. W celu otrzymania bardziej doskonałych wyników badań odnośnie postulatów oraz oceny prawa, zostały przeprowadzone wywiady ze specjalistami prawa cywilnego. Pozwoliło to na poznanie treści wspomnianych postulatów *de lege ferenda*.

Podsumowując uzyskane wyniki badań należy stwierdzić, iż studenci socjologii w porównaniu ze studentami prawa posiadają stosunkowo wysoką znajomość obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Niemniej jednak studenci piątego roku prawa, w porównaniu z pozostałymi grupami respondentów, wykazują wysoką znajomość obowiązujących przepisów prawa. Warto przy tym zauważyć, iż wśród studentów piątego roku prawa, rzeczywista wiedza nie zawsze pokrywa się z ich wysokim poczuciem wiedzy na temat obowiązujących przepisów

^{4 39} Zob. rozdz. 3.

^{4 40} Zob. podrozdz. 3.4.

prawa⁴⁴¹. Przyjmując, iż studenci socjologii są laikami w zakresie znajomości przepisów prawa konsumenckiego, błędnym byłoby stwierdzenie, iż znajomość przepisów prawnych jest domeną osób studiujących prawo. Otrzymane wyniki badań są bardziej zbliżone do hipotezy optymalizacyjnej Franciszka Studnickiego⁴⁴², w myśl której każda dorosła, nieupośledzona umysłowo osoba dysponuje wiedzą o prawie, na którą składają się informacje o prawie, informacje, które są niezbędne ze względu na wymagania określonych ról społecznych oraz informacje potrzebne do bieżącego podejmowania decyzji.

W przypadku uzyskanych treści postulatów (tutaj przepisów prawa konsumenckiego), trudno nie zgodzić się z teorią Anny Gryniuk. Okazało się bowiem, iż bez względu na rok i kierunek studiów respondenci postulują, po pierwsze bardziej skuteczną kampanię informacyjną, po drugie łatwiejszy dostęp do informacji o obowiązujących prawach konsumenta, zaś po trzecie sprawniejszą działalność organizacji chroniących prawa konsumenckie⁴⁴³. Niewątpliwie postulaty te powinny stać się przedmiotem zainteresowania polityki prawa, która cieszyła się szczególnym zainteresowaniem Leona Petrażyckiego⁴⁴⁴.

Z przeprowadzonych wywiadów ze specjalistami prawa cywilnego wynika, iż nie ma potrzeby wprowadzenia zmian w przepisach prawa konsumenckiego. Według prawników, prawa konsumenta są wystarczająco silnie chronione, a ochrona ta jest zgodna z Dyrektywami Unii Europejskiej. Stanowisko sędziów orzekających w sprawach cywilnych jest w pewnym stopniu sprzeczne ze stanowiskiem samych konsumentów. Wysoki procent wskazań odpowiedzi na pytanie: „Czy prawa konsumenckie powinny być bardziej chronione?”, wskazuje, iż dla zdecydowanej większości respondentów prawa konsumentów nie są wystarczająco dobrze chronione⁴⁴⁵. Przyjęcie zatem stanowiska pośredniego, zakładającego, iż treść postulatów jest konsekwencją oceny obowiązujących praw konsumenckich, wydaje się być słuszna. Brak podziału ocen obowiązujących praw na oceny prawników oraz oceny laików okazałoby się poważnym błędem zarówno w teoretycznej, jak i empirycznej analizie przedstawionej rozprawy.

⁴ ⁴¹ Por. Tabela nr 15.

⁴ ⁴² Zob. rozdz. 3.

⁴ ⁴³ Por. Tabela nr 9.

⁴ ⁴⁴ Zob. podrozdz. 3.1.1.

⁴ ⁴⁵ Zob. Tabela nr 6.

Wracając jednakże do głównego problemu, należy przyjąć, iż w dobie dynamicznego postępu i rozwoju współczesnej cywilizacji wyłonił się obraz młodego racjonalnego konsumenta *homo oeconomicus*, który dbając o własne interesy wykazuje się aktywną świadomością prawną. Niewiele ponad 8% wszystkich respondentów nie podejmuje żadnych działań w kierunku zminimalizowania poczucia dysonansu pozakupowego. Nie można zatem przyjąć, iż o postawie konsumenta decyduje posiadane lub zdobywane wykształcenie. Zdecydowana większość badanych jest przekonana, iż to nie studia prawnicze decydują o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego lecz łatwy dostęp do informacji oraz własne doświadczenia nabyte w trakcie dochodzenia swoich praw⁴⁴⁶.

Kolejną cechą charakterystyczną aktywnej świadomości prawnej jest wysoki procent osób wykazujących postawę oportunistyczną⁴⁴⁷ (np. dla większości badanych respondentów niska wartość zakupionego towaru nie wpływa na aktywne dochodzenie swoich praw). Z kolei motyw dbania o własne interesy stanowi tutaj potwierdzenie dominacji grupy konsumentów *homo oeconomicus* - zdecydowana większość respondentów bez względu na rok i kierunek studiów wyraża chęć otrzymania rekompensaty, np. zwrotu pieniędzy⁴⁴⁸. Przy omawianiu dominującego rodzaju postawy badanych konsumentów należy także wspomnieć o postawie legalistycznej. Okazało się bowiem, iż postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej jest szczególnie widoczna wśród respondentów pierwszego roku socjologii i prawa (ponad 40%)⁴⁴⁹. Można zaryzykować stwierdzenie, iż zjawisko to jest skutkiem niewystarczającego procesu przekazywania informacji na temat obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Konsumenty nieświadomi przysługujących im praw, postępują zgodnie z informacjami umieszczanymi w sklepie - niestety zdarza się, że informacje te działają na ich niekorzyść.

W rozdziale czwartym aktywna świadomość prawna konsumentów została podzielona na świadomość instytucjonalną oraz pozainstytucjonalną. W pierwszym przypadku konsumenci w sytuacji zakupu towaru niezgodnego z umową składają reklamację i dochodzą swoich praw konsumenckich lub składają skargi w instytucjach chroniących prawa konsumenta. W drugim przypadku respondent ostrzega innych przed danym produktem lub/i firmą, zaprzestaje dokonywania

⁴ ⁴⁶ Por. wykresy od 58 – 62.

⁴ ⁴⁷ Zob. tabela nr 7 oraz nr 8.

⁴ ⁴⁸ Zob. tabela nr 10.

⁴ ⁴⁹ Por. wykresy od 94 -98.

zakupów danych towarów lub zaprzestaje dokonywania zakupów u danego sprzedawcy. Zaznacza się tutaj duży wpływ grup odniesienia. Nie przytaczając w tym miejscu danych liczbowych należy przyjąć, iż zarówno studenci socjologii jak i prawa, wykazują instytucjonalną aktywność ale w postaci składania reklamacji i dochodzenia swoich praw konsumenckich. Z kolei składanie skargi w instytucjach chroniących praw konsumenta jest rzadkim przejawem omawianej aktywności. Przyczyną tego stanu rzeczy jest niestety słaba znajomość owych instytucji⁴⁵⁰.

Największy wpływ na składanie reklamacji i dochodzenie swoich praw konsumenckich mają niewątpliwie nauczyciele akademicki. Jest to szczególnie widoczne wśród studentów pierwszych lat studiów oraz piątego roku studentów prawa. Pozostałe grupy odniesienia, takie jak rodzina, znajomi, koledzy ze studiów wywierają stosunkowo duży wpływ, ale na pozainstytucjonalną formę aktywnej świadomości prawnej.

Uznać należy, iż w ukształtowaniu się konsumenta *homo oeconomicus* duże znaczenie odgrywa źródło oraz proces przekazywania informacji o przepisach prawa konsumenckiego. Największe zasługi w analizie procesów komunikacyjnych o prawie należą do prac Franciszka Studnickiego⁴⁵¹. Z uzyskanych danych na temat częstotliwości korzystania z zaproponowanych źródeł informacji widoczny jest wzrost znaczenia internetu kosztem radia i telewizji. Wzrost ten szczególnie jest widoczny gdy porównamy wyniki badań przeprowadzonych w latach 2002 – 2003⁴⁵². Jest to konsekwencja upowszechnienia internetu jako głównego źródła informacji na temat obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego. Można zatem uznać, iż wiedza i znajomość przepisów prawa konsumenckiego, dzięki rozwojowi informatyzacji społeczeństwa, przestaje być zależna od posiadanego wykształcenia.

Twierdzenie, iż konsumenci XXI wieku nie są świadomi swoich praw byłoby wątpliwe. Jednostki w celu zmniejszenia poczucia dysonansu podejmują wiele aktywnych działań, w tym również działań o charakterze instytucjonalnym. Nie zmienia to jednak faktu, iż w zakresie ochrony, a przede wszystkim w zakresie edukacji konsumentów, w dalszym ciągu jest jeszcze wiele do zrobienia. Świadczą o tym wyniki badań – respondenci niechętnie składają skargi w instytucjach

^{4 50} Zob. tabela nr 11.

^{4 51} Zob. podrozdz. 3.1.2.

^{4 52} Zob. tabela nr 13.

chroniących ich prawa, nie korzystają z fachowej literatury (choć źródło to zostało przez wszystkich respondentów uznane za najbardziej pełne i wyczerpujące), nie uczestniczą w kursach, szkoleniach na temat ochrony praw konsumenta, postulują lepszą i doskonalszą kampanię informacyjną, łatwiejszy dostęp do informacji oraz sprawniejszą działalność organizacji chroniących prawa konsumenta. Co ciekawe, stosunkowo wysoko ocenili oni szanse dochodzenia swoich praw na drodze procesu sądowego lecz praktycznie nie są świadomi istnienia sądów polubownych (studenci piątego roku prawa nie stanowią tutaj wyjątku). Tym bardziej należy oczekiwać intensyfikacji działań w celu wzmocnienia pozycji konsumentów na rynku, szczególnie w odniesieniu do grup najbardziej narażonych na manipulację sprzedawców, np. dzieci, młodzieży szkolnej i ludzi starszych. Warto również mieć na uwadze, to co na temat świadomości prawnej przedsiębiorców wypowiedzieli się sędziowie. Większość z nich jest przekonana o niewiedzy przedsiębiorców na temat przysługujących klientom prawach. Warto zaznaczyć, iż taka ocena wiedzy prawnej nie tylko otwiera interesujące perspektywy badawcze, lecz pozwala także na głębszą analizę problemu świadomości konsumenckiej jako aspektu świadomości prawnej.

Wniosek, do jakiego skłaniają zaprezentowane tutaj rozważania i analizy, wskazuje, iż społeczeństwo spełnia względem człowieka funkcję pomocniczą. Prowadzi między innymi, politykę konsumencką, kampanię informacyjną o przysługujących konsumentom prawach oraz nadzoruje dyrektywy Unii Europejskiej o ochronie praw konsumentów. Faktem jest, iż Durheimowska *solidarność organiczna* oraz Weberowskie rozumienie racjonalnego działania wymusza na jednostce odejście od myślenia irracjonalnego na rzecz myślenia dedukcyjnego oraz zastąpienie idei kolektywizmu przez indywidualizm. Również Anthony Giddens w swojej teorii strukturacji podkreśla ogromne znaczenie wiedzy i refleksyjności jednostek. Jednakże bez udziału państwa nawet racjonalny konsument typu *homo oeconomicus*, nie jest w stanie wyłącznie sam dbać o własne interesy. Zresztą w rozważaniach na temat *lex naturalis* wykazałam, iż pomimo wielu różnic jakie występują pomiędzy empirystami i racjonalistami, łączy ich w pewnym sensie przekonanie, iż jednostka staje się bezbronna wobec społeczeństwa, a jej prawa mogłyby być zagrożone. Jedynie państwo poprzez odpowiednią politykę konsumencką jest w stanie nadzorować praktyki przedsiębiorców. Co więcej, poprzez prowadzenie intensywnych działań informacyjnych i edukacyjnych możliwy

jest wzrost świadomości konsumentów w zakresie stosowania praw oraz wyrabianie wśród konsumentów zmysłu krytycznego, tak aby mogli oni w sposób racjonalny dokonywać wyborów i skutecznie chronić się przed manipulacją ze strony sprzedających. Niewątpliwie poprzez współpracę organizacji konsumenckich z miejskimi rzecznikami konsumentów możliwe jest doskonalenie monitoringu rynku i reforma sądownictwa polubownego.

Polityka rządu zmierzająca do zapewnienia konsumentom maksymalnych korzyści powinna intensyfikować wysiłki zapobiegające praktykom, które naruszają ekonomiczny interes konsumentów. Dotyczy to przede wszystkim stosowania niedozwolonych postanowień umownych oraz nierzetelnych reklam wprowadzających konsumentów w błąd.

Nie bez znaczenia jest także członkostwo Polski w Unii Europejskiej, która zobligowała wszystkie państwa członkowskie do przyjęcia unijnych dyrektyw konsumenckich. W opublikowanym dokumencie Komisji Europejskiej (KE) dotyczącym strategii polityki konsumenckiej Unii Europejskiej na lata 2007 – 2013⁴⁵³ podkreśla się główne wyzwania na nadchodzący okres, spowodowane ewolucją rynku detalicznego i usług w kierunku wzmocnienia pozycji konsumentów. Zwraca się również uwagę, że może to prowadzić do coraz większych podziałów między konsumentami posiadającymi wiedzę i środki, a konsumentami znajdującymi się w mniej uprzywilejowanej sytuacji. Niezbędna jest lepsza ochrona konsumentów na rynkach międzynarodowych, gdzie handel elektroniczny (*e-commerce*) jest coraz częściej wykorzystywany do nabywania towarów i usług. Niestety w ramach obowiązujących przepisów nie istnieje żadna forma ochrony konsumentów – postęp w obszarze handlu elektronicznego następuje szybciej niż osiągnięcia w zakresie ochrony konsumentów w tej dziedzinie.

Szczególne znaczenia zaczyna nabierać kwestia związana z dostępem konsumentów do polubownych sądów konsumenckich (PSK). W projekcie Strategii największym wyzwaniem dla państw członkowskich jest właśnie zapewnienie skutecznego stosowania zasad ochrony konsumentów zwłaszcza poprzez współpracę w ich przestrzeganiu, informację, edukację oraz łatwiejszy dostęp do wymiaru sprawiedliwości.

Trudno zaprzeczyć, iż konsumenci nie mają dostępu do takich źródeł informacji, jak ulotki zawierające nazwy instytucji chroniących konsumentów, porad

⁴ ⁵³ Zob. www.uokik.gov.pl

udzielanych przez organizacje pozarządowe czy chociażby stron internetowych z informacjami o ochronie praw konsumenta. Jednakże największy problem pojawia się z informacjami na temat funkcjonowania PSK. W ramach przypomnienia, z uzyskanych wyników badań⁴⁵⁴ jedynie 2,70% studentów socjologii oraz 1,47% studentów prawa wskazało Stały Polubowny Sąd Konsumencki jako instytucję zajmującą się ochroną konsumentów. Tak niebywale niska znajomość PSK wśród respondentów przyczynia się do stwierdzenia, iż edukacja społeczeństwa na temat przysługujących jej praw jest niewystarczająca. Nie zmienia to jednak faktu, iż współczesny konsument, jako *homo oeconomicus* z cechami osobowości nowoczesnej, będzie podejmował aktywne działania w ochronie swoich praw, nawet jeśli przedmiot sporu ma niewielką wartość pieniężną.

Aktywności konsumenckiej nie należy tutaj traktować w kategoriach Hobbesowskiego *egoizmu* jednostki. Wydaje się, iż bardziej odpowiednim odniesieniem jest koncepcja *selfishness* Adama Smith'a, w myśl której, egoizm nie posiada ujemnych moralnych konotacji, a zatem nie może być utożsamiany z chciwością. W ujęciu Smith'a *self – interest* to naturalny wysiłek jednostki w celu polepszenia własnych warunków. Egoizm w jego rozumieniu jest równoznaczny z zapobiegliwym dążeniem jednostki do zapewnienia sobie warunków wolności i bezpieczeństwa. Koncepcja Niccolo Machiavel'ego, iż los nie rządzi światem tak dalece, aby wolna wola nie miała swego udziału w tym wszystkim, co się dzieje ma głęboki sens. Państwo, jego polityka rządowa (tutaj konsumencka) oraz działalność instytucji i organizacji pozarządowych bez chęci i motywacji samej jednostki nie jest w stanie wiele zdziałać. Podobnie zresztą jak sama jednostka nie jest w stanie chronić swoich praw bez udziału społeczeństwa – nawet jeśli ma wykształcenie prawnicze lub jest w trakcie jego zdobywania. Zdrowy rozsądek może zastąpić prawie każdy stopień wykształcenia, ale żadne wykształcenie nie zastąpi zdrowego rozsądku i chęci do samodoskonalenia się.

BIBLIOGRAFIA

1. Adamski F. Socjologia małżeństwa i rodziny. Wprowadzenie. PWN. Warszawa 1984.
2. Aldridge A. Konsumpcja. Wydawnictwo Sic! Warszawa 2006.
3. Alex I. Nowoczesność indywidualna – problemy i nieporozumienia, w: J. Kurczewska, J. Szacki, Tradycja i nowoczesność. Czytelnik, Warszawa 1984
4. Bauman T. O możliwościach zastosowania metod jakościowych w badaniach pedagogicznych w: T. Pilch. Zasady badań pedagogicznych. ŻAK. Warszawa 1998.
5. Bauman Z. Zarys socjologii. PWN. Warszawa 1962.
6. Beck U. Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności. Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2004.
7. Becker G. S. Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich. PWN, Warszawa 1990.
8. Bell D. Kulturowe sprzeczności kapitalizmu. PWN, Warszawa 1994.
9. Berger P.L., Lukmann Th. Społeczne tworzenie rzeczywistości. Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1983.
10. Berger P.L., Lukmann Th. Zaproszenie do socjologii. PWN. Warszawa 2004.
11. Blalock H. M. Statystyka dla socjologów. PWN. Warszawa 1977.
12. Bokszański Z. Stereotypy a kultura. Monografie FNP. Wrocław 1997.
13. Bokszański Z. Tożsamość, interakcja, grupa. Łódź 1989.
14. W. Bołoz, Bioetyka i prawa człowieka. Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stanisława Wyszyńskiego, 2007.
15. Borkowski J. Socjologia i psychologia społeczna. Wyższa Szkoła Humanistyczna im. Aleksandra Gieysztor w Pułtusku. Pułtusk 2003.
16. Borucka-Arctowa M. O społecznym działaniu prawa. PWN. Warszawa 1967.
17. Borucka-Arctowa M. (red.), Poglądy społeczeństwa polskiego na stosowanie prawa. Zakład narodowy im. Ossolińskich. Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk. Wrocław 1978.
18. Borucka-Arctowa M. Świadomość prawna a planowe zmiany społeczne. Zakład narodowy im. Ossolińskich. Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk. Wrocław 1981.
19. Bourdieu P., Boltanski L., Castel R., Chamboredon J-C. Un art moyen. Paryż 1965.
20. Bourdieu P. Choses dites. Paryż 1987.
21. Bourdieu P. The school as a Conservative Force. Scholastic and Cultural Inequalities, in: Eggelston J. Contemporary Research in the Sociology of Education. Londyn 1974.

22. Bourdieu P., Wacquant L.J.D. Zaproszenie do socjologii refleksyjnej. Oficyna Naukowa, Warszawa 2001.
23. Bruce S. Socjologia. Wydawnictwo Prószyński i S-ka. Warszawa 2000.
24. Buckley W. Sociology and Modern Systems Theory. Prentice Hall. Englewood Cliffs, 1967.
25. Cooley Ch.H. Social Organization. A Study of the Larger Mind. New York 1962.
26. Cooley Ch.H. Human Nature and Social Order. New York 1964.
27. Dahrendorf R. Teoria konfliktu w społeczeństwie przemysłowym, w: Współczesne teorie socjologiczne, t.1. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006.
28. Dąbrowka A., Janoś – Kresło M., Ozimek I., Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2005.
29. Durkheim E. O podziale pracy społecznej. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 1999.
30. Durkheim E. Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii. PWN, Warszawa 1990.
31. Encyclopedia of Public International Law, vol 8, Human Rights and the Individual Law, International Economics Relations, Amsterdam. New York, Oxford 1985.
32. Ehrlich S. Wstęp do nauki o Państwie i Prawie. PWN. Warszawa 1979.
33. Eisenstadt S. Communication Systems and Social Structure. Public Opinion Quarterly 2/1965.
34. Etzioni A. The Active Society: A theory of Societal and Political Processes. Free Press, New York 1968.
35. Freud S. Człowiek, religia, kultura. Wydawnictwo Książka i Wiedza, Warszawa 1967.
36. Frieske K. Socjologia prawa. Polskie Wydawnictwo Prawnicze IURIS. Warszawa – Poznań 2001.
37. Gabriel Y., Lang T. The Unmanageable Consumer: contemporary consumption and its fragmentation. Sage in Londyn. 1995.
38. Gajewski S. Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź 1994.
39. Garbarski L. Zachowania nabywców. PWE. Warszawa 1994.
40. Gerula M. Świadomość polityczna i prawna młodzieży. Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich. PAN. Wrocław 1985.
41. Giddens A. Stanowienie społeczeństwa. Zysk i S-ka. Poznań 2003.

42. Giddens A. Nowoczesność i tożsamość. Ja i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności. PWN, Warszawa 2001.
43. Goffman E. Człowiek w teatrze życia codziennego. PWN. Warszawa 1981.
44. Goodman N. Wstęp do socjologii. Zysk i S-ka. Poznań 2001.
45. Graff P. O procesie wartościowania i wartościach estetycznych. PAN. Warszawa 1970.
46. Gruszczyński L.A. Kwestionariusze w socjologii. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2001.
47. Gryniuk A. Prym Prawny. Studium socjologiczno-prawne. Uniwersytet Mikołaja Kopernika. Toruń 1994.
48. Gryniuk A. Świadomość Prawna. Studium teoretyczne. Uniwersytet Mikołaja Kopernika. Toruń 1979.
49. Grzybowski S. Prawo cywilne. Zarys części ogólnej. Warszawa 1974.
50. Haber L.H. Management. Zarys zarządzania małą firmą. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu. Kraków 1998.
51. Harwas – Napierała B., Trempała J. Psychologia rozwoju człowieka t.2. PWN. Warszawa 2001.
52. Hobbes Th. Lewiatan czyli Materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego. PWN, Warszawa 1954.
53. Hume D. Traktat o naturze ludzkiej, t. 2,w: O uczuciach. PWN, Warszawa 1963.
54. Jachnis A. Psychologia konsumenta. Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania zachowań konsumenckich. Oficyna Wydawnicza Branta Sp. z o. o. Bydgoszcz 2007.
55. Jakubowska I. Procesy kształtowania się przekonań i ocen moralnych dzieci i młodzieży. Uniwersytet Warszawski. Instytut Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji. Zakład Socjologii Obyczajów i Prawa. Warszawa 1986.
56. Janis I. Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign – Policy Decisions and Fiascoes. Houghton Mifflin, Boston 1972.
57. Jankowski H. Etyczne oceny prawa. „Etyka” 3/1968.
58. Jastrzębska – Smolaga H. W kierunku trwałej konsumpcji. Dylematy, zagrożenia, szanse. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
59. Jasudowicz T. Bioetyka a prawa człowieka: wybór materiałów międzynarodowych. Comer, Toruń 1997.
60. Jawłowska A. Ruch konsumentów. Wiedza Powszechna. Warszawa 1981.
61. Jenkins R. Pierre Bourdieu. London and New York, Routledge, 1998.

62. Jędrzejewski M. Młodzież a subkultury. ŻAK. Warszawa 1999.
63. Joffe O.S., Szargorodski M.D. Zagadnienia teorii prawa. PWN. Warszawa 1963.
64. Jurgen H. Teoria działania komunikacyjnego,t.2. PWN, Warszawa 2002.
65. Kapelańska J.E. Klonowanie człowieka i embrionalne komórki macierzyste w świetle prawa międzynarodowego i porównawczego. Adam Marszałek, Toruń 2006.
66. Kapiszewski A. Stereotyp Amerykanów polskiego pochodzenia. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Warszawa - Wrocław 1978.
67. Karolczak- Biernacka B. Z badań nad świadomością prawną młodzieży. PWN. Warszawa 1985.
68. Kieźel E. (red.) Rynkowe zachowania konsumentów, Akademia Ekonomiczna. Katowice 2000.
69. Kohlberg L., Mayer R. Rozwój jako cel wychowania: materiały do użytku konserwatorium „Edukacja wobec przemian”, Centrum Doskonalenia Nauczycieli im. Wł. Spasowskiego. Oddział w Toruniu. Toruń 1990.
70. Kojder A. Godność i siła prawa. Oficyna Naukowa. Warszawa 2001.
71. Konig E. Wilhelm Wundt jako psycholog i jako filozof. Warszawa 1904.
72. Kowalski J. Socjologiczny aspekt problemu struktury normy prawnej. Studia z teorii prawa. Erlich S. (red.) PWN. Warszawa 1965.
73. Kozielski J. Psychologiczna teoria decyzji. PWN. Warszawa 1977.
74. Kozyr-Kowalski St. Socjologia, społeczeństwo obywatelskie i państwo. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2000.
75. Kufel J. (red.) Ochrona prawna konsumenta w uregulowaniach publicznoprawnych. AE, Poznań 1998, Zeszyt 263.
76. Kurczewski J. (red.), Prawo w społeczeństwie. PWN. Warszawa 1975.
77. Kuśmierczyk K., Modzelewska B., Edukacja konsumenta. Cele, kierunki, formy i środki. Instytut Handlu Wewnętrznego i Usług. Warszawa 1980.
78. Lande J. Socjologia Petrażyckiego. Studia z filozofii prawa. PWN. Warszawa 1959.
79. Leibniz G.W. Korespondencja z Antoiem Arnauldem. PWN, Warszawa 1998.
80. Leibniz G.W. Korespondencja z Antoiem Arnauldem. PWN, Warszawa 1998.
81. Leszczyńska H. Myśli i ludzie – Petrażycki. Wiedza Powszechna. Warszawa 1974.
82. Licki J. Motywacyjne i wychowawcze działanie prawa. Prawo w społeczeństwie, Kurczewski J. (red.) Warszawa 1975.

83. Lutyński J. Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów w: Z. Gostkowski (red.) J. Lutyński, *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t.2. PWN. Warszawa 1968.
84. Malewski A. *O zastosowaniach teorii zachowania*. PWN. Warszawa 1964.
85. *Mała encyklopedia prawa*. Warszawa 1959.
86. *Mały słownik języka polskiego*. PWN. Warszawa 1968.
87. Mannheim K. Socjologia wiedzy, w: "Przegląd Socjologiczny" 1937,t.V,zesz.1-2.
88. Marks K. Przemowa, w: *Przyczynek do krytyki ekonomii politycznej*, w: K. Marks, F.Engels *Dzieła*,t.13. PWN, Warszawa 1966.
89. Marks K. Przedmowa do wydania pierwszego, w: *Kapitał*, t. 1, w: K. Marks, F.Engels, *Dzieła*,t.23. PWN, Warszawa 1968.
90. Marschall G. (red.), *Słownik socjologii i nauk społecznych*. PWN, Warszawa 2006.
91. Mądrzycki T. *Osobowość jako system tworzący i realizujący plany*. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego. Gdańsk 2002.
92. Mądrzycki T. *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*. WSiP. Warszawa 1977.
93. Mead G.H. *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. PWN. Warszawa 1975.
94. Merton R. K. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. PWN, Warszawa 1982.
95. Mika S. *Psychologia społeczna*. PWN. Warszawa 1982.
96. Motyka K. *Wpływ Leona Petrażyckiego na polską teorię i socjologię prawa*. Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Lublin 1993.
97. Najder Z. *Wartości i oceny*. PWN. Warszawa 1971.
98. Newcomb Th.M. *Kształtowanie postaw jako funkcja grup odniesienia* w: A. Malewski (red.) *Zagadnienia psychologii społecznej*. PWN. Warszawa 1962.
99. Newcomb Th.M., Turner R.H., Converse Ph.E. *Psychologia społeczna*. PWN. Warszawa 1965.
100. Nowacki J. *O rodzajach ocen ze względu na normę*. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego* z. 14, 1959.
101. Nowacki J. *Przepis prawny a norma prawna*. Uniwersytet Śląski. Katowice 1988.
102. Nowacki J. *Rodzaje moralnej oceny prawa*. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego, Nauki Humanistyczno – Społeczne, Seria 1*, 23/1963.
103. Nowacki J., Tobor Z. *Wstęp do prawoznawstwa*. PWN. Warszawa 1994.

104. Nowak L. Pozaekonomiczne determinanty zachowań nabywców. WAE. Poznań 1995.
105. Nowak S. Metodologia badań społecznych. PWN. Warszawa 1985.
106. Nowak S. Teorie postaw. PWN. Warszawa 1973.
107. Ogonowski Z. Locke. PWN, Warszawa 1972.
108. Olczyk M. Sprzedaż konsumencka. Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis. Warszawa 2006.
109. Olechnicki K., Załęcki P. Słownik socjologiczny. Wydawnictwo Graffiti BC. Toruń 1997.
110. Opalek K., Wróblewski J. Zagadnienia teorii prawa. Warszawa 1969.
111. Ossowska M. Socjologia moralności. Zarys zagadnień. PWN. Warszawa 2005.
112. Parsons T. Szkice z teorii socjologicznej. PWN. Warszawa 1972.
113. Peinott J.P., tekst wystąpienia na konferencji nt. „Świadomość konsumencka i ochrona konsumentów – doświadczenia francuskie i fińskie a polskie perspektywy”. Warszawa 23-24.05.2002.
114. Petrażycki L. O nauce, prawie i moralności. Pisma wybrane. PWN. Warszawa 1985.
115. Petrażycki L. Teoria prawa i państwa w związku z teorią moralności t.1. Warszawa 1959.
116. Petrażycki L. Teoria prawa i państwa w związku z teorią moralności t.2. Warszawa 1960.
117. Petrażycki L. Wstęp do nauki polityki prawa. PWN. Warszawa 1968.
118. Pieniążek A., Stefaniuk M. Socjologia prawa. Zarys wykładu. Kantor Wydawniczy Zakamycze. Kraków 2000.
119. Pieter J. Zarys metodologii naukowej. PWN. Warszawa 1975.
120. Pilch T. Zasady badań pedagogicznych. ŻAK. Warszawa 1988.
121. Pietkiewicz B. Atmosferka. „Polityka” 37/2006.
122. Pietrzyk – Reeves D. Idea społeczeństwa obywatelskiego. Współczesna debata i jej źródła. UW. Wrocław, 2004.
123. Piotrowski R. Spór o model tworzenia prawa. PWN. Warszawa 1988.
124. Pizzio J.P. Ochrona konsumenta w świetle prawa wspólnotowego jako konieczny element równowagi wobec zasad konkurencji oraz swobody przepływu towarów i usług w: Ochrona konsumenta w Unii Europejskiej (red.) M.Fryźlewicz. Instytut Europejski. Łódź 1998.

125. Podgórecki A., Kurczewski J., Kwaśniewski J., Łoś M. Poglądy społeczeństwa polskiego na moralność i prawo. Książka i Wiedza. Warszawa 1971.
126. Podgórecki A. Prestiż prawa. Książka i Wiedza. Warszawa 1966.
127. Podgórecki A. Zarys socjologii prawa. PWN. Warszawa 1971.
128. Podgórecki A. Zjawiska prawne w opinii publicznej. Wydawnictwo Prawnicze. Warszawa 1964.
129. Podgórski R. A. Metodologia badań socjologicznych. Kompendium wiedzy metodologicznej dla studentów. Oficyna Wydawnicza Branta Sp. z o. o. Bydgoszcz 2007.
130. Podsiad A. Słownik terminów i pojęć filozoficznych. Instytut Wydawniczy Pax. Warszawa 2000.
131. Popper K.R. Nieustanne poszukiwania:autobiografia intelektualna. Znak, Kraków 1997.
132. Pytlakowski P. Gdzie kamień, gdzie ręka. „Polityka” 36/2006.
133. Reykowski J. Oddziaływanie informacyjne i postawy w: Czapów Cz. (red.) Kształtowanie motywacji i postaw: socjotechniczne problemy działalności ideowo - wychowawczej. Książka i Wiedza. Warszawa 1976.
134. Rudnicki L. Zachowanie konsumentów na rynku. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa 2000.
135. Rybicki P. Struktura społecznego świata. PWN. Warszawa 1979.
136. Sapir E. Kultura, język, osobowość. Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1978.
137. Scheler M. Problemy socjologii wiedzy. PWN, Warszawa 1990.
138. Seidel R. Wiedza i kultura prawna i ich rola w kształtowaniu osobowości uczniów. Instytut Kształcenia Nauczycieli im. W. Spasowskiego. Oddział Doskonalenia Nauczycieli w Poznaniu. Poznań 1987.
139. Sęk H. Społeczna psychologia kliniczna. PWN. Warszawa 2000.
140. Skąpska G. Społeczne podłoże postaw wobec prawa. Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich. Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Łódź 1981.
141. Skąpska G., Czapska J., Kozłowska M. Społeczne role prawników (sędziów, prokuratorów, adwokatów). Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich. Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk, Łódź 1989.
142. Simmel G. Socjologia. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2005.
143. Słownik wyrazów obcych. PWN. Warszawa 1980.

144. Smyczek S., Sowa I., Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Dyfin. Warszawa 2005.
145. Sorokin P.A. Social and Cultural Dynamics, t.1. American Book Company, New York 1937, s. 72-73. Zob. Society, Culture and Personality. Their Structure and Dynamic. A System of General Sociology. Cooper Squer Publister, wyd.2. New York 1962.
146. Stefanicki R. Sprzedaż konsumencka w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Monitor Prawniczy 7/2004.
147. Strużycki M. Jak rozwinąć świadomość konsumencką w Polsce, tezy do dyskusji na konferencję nt. „Świadomość konsumencka i ochrona konsumentów – doświadczenia fińskie a polskie perspektywy”. Warszawa 23 – 24. 05. 2002.
148. Studnicki F. Cybernetyka i prawo. Wiedza Powszechna. Warszawa 1969.
149. Studnicki F. Przepływ wiadomości o normach prawa. Zeszyty Naukowe U.J. Prace Prawnicze, zeszyt 22. Uniwersytet Jagielloński. Kraków 1965.
150. Sufin Z. Kultura pracy. Wydawnictwo Związkowe. Warszawa 1968.
151. Szacki J. Historia myśli socjologicznej. PWN. Warszawa 2004.
152. Szacki J. Myśli i ludzie - Znaniecki. Wiedza Powszechna. Warszawa 1986.
153. Szczepański J. Elementarne pojęcia socjologii. PWN. Warszawa 1978.
154. Szewczuk W. Słownik psychologiczny. Wiedza Powszechna. Warszawa 1985.
155. Sztompka P. Socjologia. Analiza społeczeństwa. Znak. Kraków 2004.
156. Sztompka P. Socjologia zmian społecznych. Znak, Kraków 2005.
157. Sztucki T. Encyklopedia marketingu. Agencja Wydawnicza Placet. Warszawa 1998.
158. Sztumski J. Wstęp do metod i technik badań społecznych. Śląsk. Katowice 1995.
159. Szostkiewicz A. Romofobia, „Polityka” 30/2008, s. 49.
160. Światowy G. Zachowania konsumenckie. Akademia Ekonomiczna. Wrocław 1994.
161. Thompson John B. The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Cambridge, Polity 1995.
162. Tokarczyk R. Filozofia prawa. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.
163. Tonnies F. Wspólnota i stowarzyszenie: rozprawa o komunizmie i socjalizmie jako empirycznych formach kultury. PWN, wyd.2, Warszawa 2008.
164. Touraine A. Critique de la modernite. Fayard, Paris 1992.

165. Touraine A. Social movements and social change, w: O. Fals Borda, The Challenge of Social Change. Sage, London 1985.
166. Turner J. H. Struktura teorii socjologicznej. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2005.
167. Turowski J. Socjologia. Wielkie struktury społeczne. Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Lublin 2001.
168. Turowski J. Socjologia. Małe struktury społeczne. Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Lublin 2001.
169. Turska A. Problemy teorii opinii publicznej w związku z psychologiczną i społeczną analizą prawa. Studia z teorii prawa. Erhlich S. (red). PWN. Warszawa 1965.
170. Turska A., Łojko E., Cywiński Z., Kojder A. Społeczne wizerunki prawa. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa 1999.
171. Weber M. Etyka protestancka a duch kapitalizmu. Lublin 1994.
172. Weber M. Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej. PWN, Warszawa 2002.
173. Wiatr J. Społeczeństwo. Wstęp do socjologii semantycznej. PWN. Warszawa 1973.
174. William Th. I., F. Znaniecki, Chłop polski w Europie i Ameryce, Organizacja i dezorganizacja w Ameryce, t.5. Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza 1976.
175. Wiszniewski E. Ekonomika konsumpcji. PWN. Warszawa 1983.
176. Wróblewski B. Język prawny i prawniczy. Polska Akademia Umiejętności. Kraków 1948.
177. Wróblewski J. Aksjologia – dylemat pomiędzy pozytywizmem prawniczym a doktryną prawa natury. „Państwo i Prawo” 9/1966.
178. Wróblewski J. Sądowe stosowanie prawa. PWN. Warszawa 1988.
179. Ziemiński Z. Etyczne problemy prawoznawstwa. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław - Warszawa 1972.
180. Ziemiński Z. Kilka tez do dyskusji o moralności i prawie. PiP 11/1959.
181. Ziemiński Z. Metodologiczne zagadnienia prawoznawstwa. PWN. Warszawa 1974.
182. Ziemiński Z. Normy moralne a normy prawne. Poznań 1963.
183. Ziemiński Z. Socjologia prawa jako nauka prawna. PWN. Poznań 1975.

184. Ziemiński Z. Teoria państwa i prawa cz. 2. Zagadnienia teorii prawa. Poznań 1969.
185. Zimbardo Ph. G. Psychologia i życie. PWN. Warszawa 2001.
186. Znaniecki F. Nauki o kulturze. Narodziny i rozwój. PWN. Warszawa 1992.
187. Znamierowski Cz. Oceny i normy. PWN. Warszawa 1957.
- 188.** www.amitaietzioni.org
- 189.** www.skp.pl
190. www.wikipedia.pl

SPIS TABEL

Tabela 1. Zgodność informacji umieszczanych w sklepach z przepisami prawa konsumenckiego (% wskazań)	s. 319
Tabela 2. Znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (% wskazań)	s. 321
Tabela 3. Uzasadnienie ocen prawa studentów socjologii oraz studentów prawa (% wskazań)	s. 334
Tabela 4. Rodzaj rozbieżności w stosunku do deklarowanej oceny (% wskazań)	s. 336
Tabela 5. Wpływ grupy odniesienia na postawę konformistyczną (% wskazań)	s. 349
Tabela 6. Postawa nonkonformistyczna (% wskazań)	s. 351
Tabela 7. Postawa oportunistyczna. Uzasadnienie podjętej decyzji (% wskazań)	s. 352
Tabela 8. Postawa oportunistyczna. Uzasadnienie podjętej decyzji (% wskazań)	s. 357
Tabela 9. Postulaty wobec prawa konsumenckiego (% wskazań)	s. 358
Tabela 10. Motyw dochodzenia praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru (% wskazań)	s. 365
Tabela 11. Rodzaj czynności podejmowanych w przypadku doznanego dysonansu pozakupowego. Rodzaj świadomości konsumenckiej (% wskazań)	s. 367
Tabela 12. Znajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (% wskazań). Zestawienie wyników badań przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002, 2003 oraz 2007	s. 370
Tabela 13. Wybrane źródła informacji konsumenckiej (% wskazań). Zestawienie wyników badań przeprowadzonych wśród studentów w latach 2002, 2003 oraz 2007	s. 371
Tabela 14. Ocena działalności instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów (liczba wskazań)	s. 375
Tabela 15. Procent prawidłowo udzielonych odpowiedzi z zakresu przepisów prawa konsumenckiego w stosunku do wysokiego poczucia posiadanej wiedzy studentów prawa i socjologii	s. 380
Tabela 16. Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2	s. 382
Tabela 17. Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2	s. 388
Tabela 18. Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2	s. 393
Tabela 19. Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2	s. 396
Tabela 20. Wartości współczynników korelacji oraz współczynników korelacji krzywoliniowej r^2	s. 400

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Próba badawcza studentów studiów stacjonarnych Instytutu Socjologii oraz Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach	s. 240
Wykres 2. Podział studentów socjologii ze względu na płeć	s. 242
Wykres 3. Podział studentów prawa ze względu na płeć	s. 243
Wykres 4. Wiek studentów pierwszego i piątego roku socjologii	s. 244
Wykres 5. Wiek studentów pierwszego i piątego roku prawa	s. 245
Wykres 6. Wykształcenie studentów pierwszego i piątego roku studiów socjologii	s. 246
Wykres 7. Wykształcenie studentów pierwszego i piątego roku studiów prawa	s. 247
Wykres 8. Wykształcenie ojców studentów pierwszego i piątego roku socjologii	s. 248
Wykres 9. Wykształcenie ojców studentów pierwszego i piątego roku prawa	s. 249
Wykres 10. Stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku socjologii	s. 250
Wykres 11. Stan cywilny studentów pierwszego i piątego roku prawa	s. 250
Wykres 12. Miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku socjologii	s.251
Wykres 13. Miejsce zamieszkania studentów pierwszego i piątego roku prawa	s. 252
Wykres 14. Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego i piątego roku socjologii	s. 254
Wykres 15. Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego i piątego roku prawa	s. 255
Wykres 16. Stopień posiadanej wiedzy studentów pierwszego roku socjologii oraz prawa	s. 256
Wykres 17. Stopień posiadanej wiedzy studentów piątego roku socjologii oraz prawa	s. 257
Wykres 18. Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 258
Wykres 19. Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 259
Wykres 20. Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 260
Wykres 21. Prasa źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 261
Wykres 22. Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 262
Wykres 23. Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 263
Wykres 24. Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa	

konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 264
Wykres 25. Radio lub telewizja źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 265
Wykres 26. Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 266
Wykres 27. Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 267
Wykres 28. Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 268
Wykres 29. Internet źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 269
Wykres 30. Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 270
Wykres 31. Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 271
Wykres 32. Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 272
Wykres 33. Specjalistyczne książki lub broszury źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 273
Wykres 34. Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 274
Wykres 35. Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 275
Wykres 36. Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 276
Wykres 37. Znajomi źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 277
Wykres 38. Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 278
Wykres 39. Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 279
Wykres 40. Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa	

konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 280
Wykres 41. Oficjalne teksty prawne źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 281
Wykres 42. Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów socjologii	s. 282
Wykres 43. Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów prawa	s. 283
Wykres 44. Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 284
Wykres 45. Wykłady, kursy, szkolenia źródłem informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego dla studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 285
Wykres 46. Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów socjologii	s. 287
Wykres 47. Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów prawa	s. 288
Wykres 48. Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 289
Wykres 49. Ocena źródeł informacji o obowiązujących przepisach prawa konsumenckiego na przykładzie studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 290
Wykres 50. Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów socjologii	s. 291
Wykres 51. Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów prawa	s. 292
Wykres 52. Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 293
Wykres 53. Deklaracja chęci uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 294
Wykres 54. Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów socjologii	s. 295
Wykres 55. Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów prawa	s. 296
Wykres 56. Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 297
Wykres 57. Cel uzupełnienia wiedzy o przepisach prawa konsumenckiego przez studentów	

piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 298
Wykres 58. Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów socjologii	s. 299
Wykres 59. Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów prawa	s. 300
Wykres 60. Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów pierwszego roku socjologii oraz wśród studentów pierwszego roku prawa	s. 301
Wykres 61. Czynniki decydujące o wysokim stopniu znajomości przepisów prawa konsumenckiego wśród studentów piątego roku socjologii oraz wśród studentów piątego roku prawa	s. 302
Wykres 62. Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 303
Wykres 63. Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 304
Wykres 64. Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 305
Wykres 65. Możliwość zwrotu zakupionego towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 306
Wykres 66. Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 307
Wykres 67. Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 308
Wykres 68. Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 309
Wykres 69. Termin zwrotu towaru. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 310
Wykres 70. Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 311
Wykres 71. Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 312
Wykres 72. Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz studentów pierwszego roku prawa	s. 313
Wykres 73. Znaczenie napisu "Gwarancja". Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz studentów piątego roku prawa	s. 314
Wykres 74. Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego	

studentów socjologii	s. 315
Wykres 75. Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 316
Wykres 76. Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 317
Wykres 77. Znaczenie karty gwarancyjnej. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 318
Wykres 78. Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 322
Wykres 79. Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 323
Wykres 80. Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz studentów pierwszego roku prawa	s. 324
Wykres 81. Prawo zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz studentów piątego roku prawa	s. 325
Wykres 82. Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów socjologii	s. 326
Wykres 83. Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów prawa	s. 327
Wykres 84. Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 328
Wykres 85. Termin zwrotu towaru zakupionego w sklepie internetowym. Znajomość przepisów prawa konsumenckiego studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 329
Wykres 86. Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów socjologii	s. 330
Wykres 87. Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów prawa	s. 331
Wykres 88. Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 332
Wykres 89. Skuteczność procesu sądowego. Ocena prawa studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 333
Wykres 90. Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów socjologii	s. 337
Wykres 91. Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów prawa	s. 338
Wykres 92. Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 339

Wykres 93. Poczucie bezradności. Ocena prawa studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 340
Wykres 94. Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii	s. 341
Wykres 95. Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii	s. 342
Wykres 96. Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii pierwszego roku oraz studentów pierwszego roku prawa	s. 343
Wykres 97. Postępowanie zgodne z informacjami o prawach konsumenta w sklepie. Postawa legalistyczna o motywacji zasadniczej studentów socjologii piątego roku oraz studentów piątego roku prawa	s. 344
Wykres 98. Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów socjologii	s. 345
Wykres 99. Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów prawa	s. 346
Wykres 100. Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 347
Wykres 101. Rodzaj grupy odniesienia. Postawa konformistyczna studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 348
Wykres 102. Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów socjologii	s. 353
Wykres 103. Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów prawa	s. 354
Wykres 104. Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 355
Wykres 105. Postawa oportunistyczna. Rodzaj zachowania studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 356
Wykres 106. Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów socjologii	s. 361
Wykres 107. Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów prawa	s. 362
Wykres 108. Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów pierwszego roku socjologii oraz pierwszego roku prawa	s. 363
Wykres 109. Dochodzenie praw konsumenta bez względu na wartość zakupionego towaru. Obraz konsumenta wśród studentów piątego roku socjologii oraz piątego roku prawa	s. 364

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1. Elementy składowe postawy wobec prawa. Opracowanie własne	s. 120
Rysunek 2. Klasyfikacja obrazów konsumenta. Opracowanie własne na podstawie A. Aldridge, Konsumpcja. Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2006	s. 187
Rysunek 3. Etapy procesu decyzyjnego konsumenta. Opracowanie własne na podstawie S. Smyczek, I. Sowa, Konsument na rynku. Zachowania, modele, aplikacje. Difin, Warszawa 2005	s. 193
Rysunek 4. Warianty zachowania się konsumenta w przypadku niezadowolenia z zakupionego towaru. Opracowanie własne na podstawie L. Nowak, Pozaekonomiczne determinanty zachowań nabywców. WAE, Poznań 1995, s. 84	s. 197
Rysunek 5. Wpływy kulturowe na kształtowanie się świadomości prawnej konsumenta. Opracowanie własne	s. 216