



## GLOBALIZACJA I KONSUMPCJONIZM JAKO UWARUNKOWANIA ZMIAN I POTENCJALNE ŹRÓDŁA ZAGROZEŃ W SFERZE PRACY

**Anna Karczewska**

Politechnika Częstochowska  
Wydział Zarządzania

**Streszczenie:** Procesy globalizacji ekonomicznej i kulturowej, rozwoju społeczeństwa konsumpcyjnego i ideologii konsumpcjonizmu przyczyniają się do zmian zarówno w sferze czasu wolnego, jak i w sferze pracy. Zmieniają się uwarunkowania aktywności zawodowej, sposoby i formy wykonywania pracy zarobkowej, jak również znaczenie sfery zawodowej i pozazawodowej dla funkcjonowania jednostki. Przemiany w sferze wartości, będące wynikiem rozprzestrzeniania się ideologii konsumpcjonizmu, wywierają wpływ na cele życiowe jednostki, jej aktywność zawodową, jak również jej tożsamość. Problemem związanym z globalizacją i jej wpływem na sferę pracy jest także bezrobocie i ubóstwo oraz pogłębiające się rozwarstwienie ekonomiczne w skali lokalnej, jak i globalnej. Niniejszy artykuł prezentuje wspomniane uwarunkowania ekonomiczne i kulturowe, ukazując ich wpływ na sferę aktywności zawodowej jednostki.

**Słowa kluczowe:** globalizacja, konsumpcjonizm, społeczeństwo konsumpcyjne, praca

DOI: 10.17512/znpcz.2016.4.2.04

### Wprowadzenie

Procesy globalizacyjne wpływają na sferę pracy, tworząc zarówno wiele szans i możliwości, jak również zagrożeń dla pracowników. Z jednej strony otwierają rynki, stymulują konkurencję, umożliwiają poszukiwanie najlepszych miejsc zatrudnienia i życia. Z drugiej strony mogą pogłębiać rozwarstwienie ekonomiczne społeczeństw, powodować bezrobocie, ubożenie nisko rozwiniętych krajów czy regionów oraz wpływać destrukcyjnie na jakość pracy i życia pracowników. Rozwój społeczny związany z technologiami komunikacyjnymi i rozwojem nauki doprowadził do powstania ekonomii wiedzy i społeczeństwa wiedzy. Rozpowszechnił się elastyczny czas pracy, wielu pracowników jest dostępnych, w kontakcie z pracodawcami przez cały czas, co utrudniać może zachowanie równowagi praca–życie. Społeczeństwo informacyjne wymaga również od swoich członków stałego bycia poinformowanym, ciągłego uczenia się i rozwoju, podążania za zmianami, co także może prowadzić do przepracowania czy poczucia przesyty informacyjnego.

Kolejnym trendem rozwojowym, który ma wpływ na zmiany w sferze pracy i życia prywatnego, jest rozwój społeczeństwa konsumpcyjnego. Społeczeństwo konsumpcyjne łączy się z powstaniem kultury konsumpcyjnej i ideologii kon-

sumpcjonizmu. Nowoczesna kultura konsumpcyjna związana jest z przenikaniem się sfery ekonomicznej i kulturowej. W społeczeństwie konsumpcyjnym praca staje się dla jednostki sposobem na zdobywanie środków, aby ulegać konsumpcyjnym pokusom, doznawać nowych wrażeń, doświadczać, ulegać bezustannym przemianom. Dostarcza ona jednostce poczucia jednostkowej i społecznej tożsamości, co dotychczas charakterystyczne było dla sfery aktywności zawodowej.

Jednocześnie nowoczesny świat konsumpcji stwarza zagrożenie wykluczeniem społecznym dla osób ubogich i tych, którzy z innych przyczyn odmawiają uczestnictwa w społeczeństwie konsumpcyjnym. Niesie także niebezpieczeństwo uprzedmiotowienia relacji międzyludzkich, w tym człowieka w sferze jego aktywności zawodowej. Celem artykułu jest przeanalizowanie wspomnianych nowych uwarunkowań sfery pracy, jakimi są globalizacja i ideologia konsumpcjonizmu. Można założyć, iż stanowią one nie tylko źródło pozytywnych bodźców prorozwojowych, ale także niosą wiele potencjalnych zagrożeń dla pracownika, jak i dla relacji w sferze pracy.

### **Zjawiska globalizacji i konsumpcjonizmu we współczesnym świecie**

Globalizację w wymiarze ekonomicznym można zdefiniować jako: „postępujący proces integrowania się krajowych i zagranicznych rynków w jednolity rynek towarów i usług oraz kapitału. Efektem tego procesu jest wzajemne przenikanie się rynków oraz ich rosnąca współzależność, umiędzynarodowienie się funkcji przedsiębiorstwa, zwłaszcza produkcji, dystrybucji czy marketingu, oraz przyjmowanie międzynarodowych strategii działania” (cyt. za: Fryzeł 2009, s. 90).

Takie uwarunkowania, jak rozwój mass mediów czy nowych środków komunikacji opartych na rozwoju sieci Internet, nasilenie procesów migracyjnych, demokratyzacja systemów politycznych, przyczyniają się do rozwoju nie tylko globalizacji w sferze ekonomicznej, ale również globalizacji kulturowej czy politycznej, czyli przenikania się, ujednolicania i występowania coraz większej współzależności podmiotów w wymienionych sferach.

Globalny wymiar zyskała także wymiana informacji. Dzięki unowocześnianiu procesów technologicznych i postępującemu poziomowi informatyzacji społeczeństw doprowadziła do powstania tzw. społeczeństwa informacyjnego.

IBM Community Development Foundation opisuje społeczeństwo informacyjne następującymi cechami: „wysoki poziom używania informacji w codziennym życiu przez większość obywateli i organizacji; korzystanie z kompatybilnych technologii informacyjnych do osobistego, społecznego, edukacyjnego i profesjonalnego użytku; możliwość transferowania, otrzymywania i szybkiej wymiany informacji cyfrowych niezależnie od odległości” (Witkowska, CholaŃ-Sosnowska (red.) 2006, s. 15). Owa szybka wymiana informacji, bycie ciągle poinformowanym o bieżących wydarzeniach i zmianach jest bardzo korzystne, ale i jednocześnie wymagające. Daje wiele możliwości do rozwoju zarówno pracownika, jak i całej organizacji, ale wymaga ciągłej uważności, uczenia się i podążania za zmianami.

Podstawą rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest powstanie globalnej sieci Internet. Dzięki Internetowi pojawiły się następujące możliwości w dziedzinie komunikacji:

- dostęp do informacji i nowości z całego świata;
- najszybszy i najtańszy sposób komunikacji z innymi użytkownikami Internetu;
- możliwość przesyłania plików cyfrowych;
- konferencje i wideokonferencje z użytkownikami Internetu na całym świecie;
- rozwój e-handlu i usług bankowych online (Grzenkowicz 1999, za: Niedzielska (red.) 2000, s. 122).

Spółeczeństwo XXI wieku jest nie tylko skupione na wymianie informacji, ale również skoncentrowane na konsumpcji, jako jednej z najważniejszych aktywności człowieka. Kultura konsumpcyjna zachęca do konsumowania dóbr raczej ze względu na ich aspekty znaczeniowe niż użytkowe. Promuje „konsumpcję pozytywną”, w której nabywane dobra konsumpcyjne są wyznacznikiem społecznej pozycji konsumenta. Rozwój kultury konsumpcyjnej stymulowany jest przez kulturę masową, skierowaną do szerokich grup odbiorców, a zatem ujednolicającą gust konsumentów kultury. Kultura masowa skupia się na rozrywce i spędzaniu czasu wolnego, oparta jest na zapożyczeniach i kulcie rozrywki (Grzenkowicz 1999, za: Niedzielska (red.) 2000, s. 153, 157-158).

Podstawowymi cechami kultury konsumpcyjnej są między innymi: przekształcenie potrzeb w pragnienia, fetyszyzm dóbr, wartości hedonistyczne, ostentacyjne próżnowanie i ostentacyjna konsumpcja, estetyzacja życia codziennego, alienacja człowieka, zróżnicowanie i szybkość zmian w większości sfer życia człowieka (Firat i in. 2013, s. 189). Wiodącą ideologią kultury konsumpcyjnej jest ideologia konsumpcjonizmu. Jest ona opisywana jako „zestaw poglądów i wartości charakterystycznych (ale nie na wyłączność) dla systemu globalnego kapitalizmu, zmierzający do przekonania ludzi, że najlepszym sposobem zapewnienia o ludzkiej wartości i osiągnięcia szczęścia jest konsumpcja i posiadanie dóbr” (cyt. za: Sklair 2010, s. 135, za: Loureiro, Pires, Cayolla 2014).

Badania sfery konsumpcji w Polsce potwierdzają upowszechnianie się nowoczesnych trendów konsumpcyjnych. W przeprowadzonych przez W. Patrzałek badaniach studentów wrocławskich uczelni jeden z głównych wniosków był następujący: pokolenie posttransformacyjne wybiera najczęściej konsumpcyjny styl życia, skupiony na przyjemności, szczególnie w kwestii takich form spędzania wolnego czasu jak kino (82% badanych), clubbing (76% badanych) czy wizyty w restauracjach (42% badanych). Z kolei 38% respondentów przyznało się do bycia uzależnionym od zakupów (Patrzałek 2010, s. 42-43). Jak wynika z badań, członkowie pokolenia posttransformacyjnego wykazują aspiracje do przynależności do klasy średniej, czas wolny spędzają na uprawianiu hobby, dbaniu o zdrowy styl życia, formę fizyczną, na wycieczkach itp., co umożliwia im komunikowanie swego statusu w przestrzeni społecznej. Młodzi konsumenci ulegają wpływowi nowych wartości, pojawiających się z rozwojem wolnego rynku i ze wzrostem znaczenia klasy średniej, zajmujących miejsce dotychczasowych, tradycyjnych wartości skupionych wokół rodziny, pracy itd. (Patrzałek 2010, s. 43).

Jak twierdzi badaczka zachowań konsumpcyjnych w Polsce – E. Kieźel, „wstępne rozpoznanie wybranych przejawów konsumpcjonizmu w postępowaniu polskich konsumentów wskazuje, że jego wzorce upowszechniają się wyjątkowo szybko. Umożliwiają to dokonujące się procesy globalizacji, rozwój nowoczesnych technologii. Istotne są także poprawa sytuacji ekonomicznej i wyraźne oddziaływanie marketingowe przedsiębiorstw” (Kieźel 2014, s. 89).

### **Sfera pracy w społeczeństwie globalnym i społeczeństwie konsumpcyjnym**

Procesy globalizacyjne wpłynęły wielorako na sferę pracy, tworząc zarówno wiele szans, jak i zagrożeń. Jedną z najbardziej charakterystycznych cech globalnego rynku pracy jest funkcjonowanie korporacji transnarodowych, które cechuje: efektywność (globalne optymalizowanie), elastyczność (lokalne dostosowanie) i innowacyjność (aktywne uczenie się), suwerenność, złożoność, rozproszenie, współzależność i skoordynowanie wewnętrzne. Globalizacja ich działalności „polega na integrowaniu rozproszonych międzynarodowo funkcji i realizujących je jednostek” (cyt. za: Majkut, Wójcik 2010, s. 95). Wraz z rozwojem technik telekomunikacyjnych i informacyjnych rozwinęła się standaryzacja i wydzielenie procesów biznesowych, które przekazywane są do krajów o niskich kosztach. Globalizacja wywarła wpływ na nowe zasady międzynarodowego podziału pracy, w konsekwencji którego tworzą się geograficzne centra kompetencji czy centra serwisowe (np. rynek usług Technologii Informacyjnej w Indiach) (Fryzeł 2009, s. 88). Stawia to różnorodne wyzwania przed zarządzającymi zasobami ludzkimi w nowym, międzynarodowym środowisku (Raczek 2016).

Pojawiły się nowe zjawiska, takie jak outsourcing i offshoring. Oznaczają one „przemieszczanie się miejsc pracy w poszukiwaniu tańszych lub lepiej wykwalifikowanych pracowników w celu obniżenia kosztów produkcji, podniesienia jakości produktów i poziomu usług, ograniczenia ryzyka i zwiększenia innowacyjności” (cyt. za: Majkut, Wójcik 2010, s. 95). Outsourcing to „przesunięcie zamówień, usług, produkcji, zatrudnienia, czy szerzej procesu biznesowego, do innej firmy (niezależnie od lokalizacji), natomiast offshoring oznacza przesunięcie procesu biznesowego poza granicę kraju (niezależnie od tego, czy jest to przesunięcie do innej firmy, czy w ramach tego samego przedsiębiorstwa)” (cyt. za: Majkut, Wójcik 2010, s. 105).

Innym zjawiskiem związanym z globalizacją jest migracja zarobkowa; zazwyczaj z krajów słabo rozwiniętych do regionów zamożniejszych, również w ramach takich struktur ponadnarodowych jak Unia Europejska. Praca w innym kraju wymaga od pracowników nowych kompetencji – znajomości języka obcego czy umiejętności adaptacyjnych w nowych warunkach kulturowych.

Przedsiębiorstwa chcące dostosować się do ciągłych zmian na globalnym rynku coraz częściej korzystają z elastycznych form zatrudnienia i organizacji czasu pracy. W krajach zachodnich jest to sposób na zachowanie miejsc pracy, a nieraz tworzenie nowych i walkę z bezrobociem. O ile takie formy zatrudnienia mogą być atrakcyjne w sferze usług, w pracy sezonowej, dla rodziców łączących pracę za-

wodową z opieką nad dziećmi, o tyle jeśli są wykorzystywane w zatrudnieniu osób pracujących de facto w pełnym wymiarze godzin, prowadzić to może do nadużyć ze strony pracodawców.

Rozwój społeczny związany z technologiami komunikacyjnymi i rozwojem nauki doprowadził do powstania ekonomii wiedzy. W XXI wieku wiedza naukowa i nowe technologie są podstawą rozwoju społeczeństw. Termin „społeczeństwo wiedzy” może być rozumiany jako społeczeństwo, w którym wiedza odgrywa znaczącą rolę w polityce, zarządzaniu i ekonomii, co związane jest m.in. z rozwojem technologii komunikacyjnych i komputerowych (Kornienko 2015, s. 379). Zmiany te mają również swoje konsekwencje w sferze pracy – pracownicy chcący być w kontakcie z najnowszymi informacjami, najnowszymi osiągnięciami w dziedzinie nauki i technologii powinni ciągle się kształcić, śledzić zachodzące zmiany. Posiadana i rozwijana w ciągu życia wiedza staje się jednym z największych atutów pracownika. Rozwija się koncepcja tzw. kształcenia ustawicznego, trwającego całe życie.

Jak wskazuje L. Haber i K. Garwol, zagrożenie bezrobociem w wielu krajach i brak stabilności zatrudnienia sprawiają, że przyszłość pracujących jest niepewna. Postęp technologiczny, zwłaszcza w sferze informacyjnej, ułatwił i usprawnił pracę w niemal wszystkich jej dziedzinach. „Ewolucja przebiega od pracy ręcznej (której udział się zmniejsza) do pracy zautomatyzowanej. Plusem tego zjawiska jest to, że praca stała się lżejsza i bardziej wydajna dzięki jej zautomatyzowaniu i zmechanizowaniu. Postęp, jaki dokonał się w obszarze technik teleinformatycznych, spowodował powstanie nowej formy pracy, jaką jest telepraca (praca wykonywana poza siedzibą firmy, której wyniki są przekazywane do pracodawcy za pomocą technologii informatycznych)” (cyt. za: Haber, Garwol 2013, s. 41-55). Jednocześnie postęp technologiczny odebrał zatrudnienie wielu ludziom, jak również przyczynił się do rozwoju chorób i patologii związanych z kontaktem ludzi z maszynami, m.in. komputerami.

Zgodnie z ujęciem Zygmunta Baumana, wkraczamy w płynną nowoczesność, pełną niepewności, fragmentaryczności i ulotności. Stałości i oparcia nie daje też człowiekowi sfera działalności zawodowej. W okresie społeczeństwa przemysłowego praca zapewniała jednostce utrzymanie, ale jednocześnie jej rodzaj określał pozycję i status jednostki w społeczeństwie. Praca była wyznacznikiem społecznej i jednostkowej tożsamości. Zawód i stanowisko stanowiły odpowiedź na pytanie: kim jesteś? (Bauman 2006, s. 42-43). Miejsce pracy jako najważniejszej wartości w życiu człowieka zajęła konsumpcja, co było wynikiem m.in. zmian w sferze pracy, takich jak brak zaspokajania przez pracę potrzeby uznania, osłabienie tempa wzrostu wynagrodzeń czy też możliwości awansu. Sferą będącą źródłem nieograniczonej gratyfikacji i satysfakcji oraz poprawy statusu społecznego stała się sfera konsumpcji (Byłok 2012, s. 35).

Według Z. Baumana, możemy współcześnie zaobserwować przejście od epoki produkcyjnej, opartej na etyce pracy, do epoki konsumpcyjnej, opartej na estetyce konsumpcji. Spełnianie obowiązków zastąpione zostało koniecznością konsumpcyjnego doświadczania. We współczesnym społeczeństwie praca stała się dla jednostki sposobem na zdobywanie środków w celu ulegania konsumpcyjnym za-

chciankom, doznawania coraz nowszych „wrażeń”, oddawania się ciągłym poszukiwaniom i tworzenia „siebie”. Stopniowe zmiany dokonały się także w etosie pracy (Bauman 2006). Konsumpcja jest aktywnością, w ramach której jednostka kształtuje własny wizerunek, realizuje swoje cele, urzeczywistnia wyznawane wartości poprzez zachowania konsumpcyjne. To aktywność konsumpcyjna, a nie zawodowa, jest dla jednostki głównym obszarem autoekspresji i samorealizacji. Ponadto postępujące utowarowienie człowieka na rynku pracy może skutkować licznymi patologiami, dehumanizacją stosunków pracy oraz zachwianiem równowagi praca–życie (work-life balance).

Związany z rozwojem technologicznym szybki przepływ informacji umożliwiający sprawną komunikację i stały dostęp pracodawców i klientów do pracowników może ograniczać czas wolny od pracy oraz wpływać destabilizująco na równowagę między pracą i czasem wolnym (Robak 2012, s. 94). Z brakiem równowagi praca–życie wiąże się jedna z patologii – pracoholizm, czyli uzależnienie od pracy. Pracoholizm można zdefiniować jako „postępującą, fatalną w skutkach chorobę, w której jednostka jest uzależniona od procesu pracy” (cyt. za: Fassel 1990, s. 2). W bardziej szczegółowych definicjach pracoholizmu zwraca się uwagę na zaangażowanie w pracę, nie zaś tylko na czas spędzony w pracy. Pracoholizm jest nadmiernym zaangażowaniem w pracę, którego dowodem jest zaniedbanie innych obszarów życia, wynikające z wewnętrznej motywacji jednostki, a niekoniecznie z wymogów organizacji, w której jednostka pracuje (Porter 1996, s. 71). Z kolei równowagę praca–życie, istotną dla zdrowia psychicznego i fizycznego człowieka, można zdefiniować jako umiejętność łączenia pracy z innymi dziedzinami życia – sferą prywatną, rodziną, zdrowiem, zainteresowaniami czy aktywnością społeczną itd. (Borkowska 2004, s. 54).

Polacy, według badań CBOS, oceniając poszczególne aspekty pracy, wyrażają opinie, że „wykonywane przez nich zadania są ważne i mają sens (81% respondentów)” (cyt. za: CBOS 2013, s. 3). Dużo słabsze jest zadowolenie z materialnego aspektu zatrudnienia. Tylko około 45% pracujących uważa, że „ich praca przynosi dobre zarobki oraz łączy się z zadowalającymi świadczeniami socjalnymi” (cyt. za: CBOS 2013, s. 3).

Natomiast samorealizacja jest oceniana przez pracujących Polaków zdecydowanie lepiej niż stabilizacja finansowa lub pozafinansowa. Ważne jest to, że pracownicy, oceniający swoją pracę w kontekście samorealizacji, zazwyczaj deklarują także wyższy poziom stabilizacji i satysfakcji z dochodów lub innych świadczeń pracowniczych. „Są to przede wszystkim badani z wyższym wykształceniem, uzyskujący najwyższe dochody *per capita* oraz dobrze oceniający swoją sytuację materialną” (cyt. za: CBOS 2013, s. 8).

Polacy doceniają pracę w największym stopniu za jej samorealizacyjny, nie stabilizacyjny wymiar. Rozdźwięk między tymi dwiema ocenami jest najwyższy wśród „pracowników niezadowolonych ze swojej sytuacji materialnej, mających podstawowe wykształcenie, będących w wieku powyżej 54 lat, uzyskujących najniższe dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym oraz mieszkających na wsi” (cyt. za: CBOS 2013, s. 8).

Minęły czasy, kiedy pracownik wiązał swoje życie z jednym miejscem pracy, a nawet z jedną specjalnością, ukierunkowaniem zawodowym. Obecny rynek pracy promuje elastyczność zawodową, ciągłe doszkalanie, przekwalifikowywanie się i uwrażliwia pracowników na myśl o ciągłych zmianach czekających ich w trakcie ich życia zawodowego. Brak stabilności w świecie pracy nie dotyczy zatem wyłącznie sfery zarobkowej. Jak ocenia Z. Bauman, elastyczny rynek pracy zmienia dotychczasowe traktowanie pracy oparte na zaangażowaniu i poświęceniu się wykonywanej pracy (Bauman 2006, s. 72). Niezwykle trudno jest utożsamiać obecnie z własną pracą jednostkową tożsamość i swoje miejsce w społeczeństwie właśnie ze względu na krótkotrwałość i niestabilność wielu współczesnych umów o pracę.

## Podsumowanie

Rozwój nowoczesnych technologii, zmieniający sposób funkcjonowania ludzi zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej, wpłynął w szczególności na procesy komunikowania się ludzi. Ustawiczne uczenie się, presja ciągłego bycia poinformowanym, w kontakcie z innymi (w tym pracodawcy z pracownikiem) może działać destrukcyjnie na dobrostan psychofizyczny człowieka.

Zaburzenie równowagi praca–życie z psychologicznego i fizjologicznego punktu widzenia może wyrządzić jednostce wiele szkód. Nie dotyczy to tylko przeoceniania dokonań w sferze zawodowej i przepracowania oraz zmniejszonego czasu dla rodziny. Praca może stać się jednym z najsilniejszych źródeł stresu. Stres prowadzić może do wzrostu zachorowań na choroby układu krążenia, pokarmowego czy immunologicznego, chronicznego zmęczenia, stanów lękowych, problemów ze snem czy koncentracją (Harciarek 2010, s. 142-143).

Zarówno stres związany z nadmiarem bodźców, jak i ten związany z brakiem pracy czy stabilności zatrudnienia jest problemem współczesnych pracowników. Negatywnie oddziałuje w tym kontekście również przymus pracy jako sposobu zdobycia środków na ostentacyjną lub nieograniczoną niczym konsumpcję dóbr i usług. Uprzedmiotowienie pracy i człowieka prowadzić może do zmian roli pracy w życiu ludzi. Pozbawienie pracy zaangażowania, znaczenia tej sfery jako elementu tożsamości człowieka umniejsza jej wartość i prowadzi do jej degradacji w hierarchii systemu wartości oraz zastąpienia jej innymi aktywnościami, zwłaszcza w sferze konsumpcji. Świadomość zagrożeń, jakie niosą procesy globalizacji i ideologia konsumpcjonizmu, pozwala ograniczyć ich wpływ, zapobiegać negatywnym ich skutkom i korzystać z dobrodziejstw i możliwości, jakie równocześnie owe zjawiska ze sobą niosą.

## Literatura

1. Bauman Z. (2006), *Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy*, Wydawnictwo WAM, Kraków.
2. Borkowska S. (2004), *Praca a życie pozazawodowe*, [w:] Borkowska S. (red.), *Przyszłość pracy w XXI wieku*, IPiSS, Warszawa.
3. Byłok F. (2012), *Współczesny człowiek między pracą a konsumpcją*, [w:] Byłok F., Swadźba U. (red.), *Między pracą a konsumpcją. Co decyduje o miejscu człowieka we współczesnym społeczeństwie?*, Wydawnictwo UŚ, Katowice.

4. CBOS (2013), *Zadowolenie z pracy i jej oceny*, Komunikat z badań CBOS, BS/10/2013, Boguszewski R. (oprac.), Fundacja Centrum Badania Opinii Publicznej, Warszawa.
5. Fassel D. (1990), *Working Ourselves to Death: The High Costs of Workaholism, the Rewards of Recovery*, Harper Collins, San Francisco.
6. Firat A., Kutucuoglu K., Arikan Saltir I., Tuncel O. (2013), *Consumption, Consumer Culture and Consumer Society*, "Journal of Community Positive Practices", Vol. 13(1).
7. Fryzeł B. (2009), *Ekonomiczny aspekt globalizacji*, [w:] Krauz-Mozer B., Borowiec P. (red.), *Globalizacja – nieznosne podobieństwo?*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
8. Grzenkiewicz K. (1999), *Internetowe ABC. Poradnik dla początkujących*, „Magazyn Internet”, nr 3.
9. Haber L., Garwol K. (2013), *Humanizacja pracy a patologia technologiczna w społeczeństwie informacyjnym*, „Humanizacja Pracy”, nr 4(274).
10. Harciarek M. (2010), *Psychologiczna postawa zarządzania równowagą praca–życie*, [w:] Byłok F., Kołodziej J. (red.), *Humanizacja w procesach zarządzania*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
11. Kieźel E. (2014), *Konsumpcjonizm i dekonsumpcja w zachowaniach polskich konsumentów*, [w:] Kieźel E., Smyczek S. (red.), *Zachowania konsumentów. Procesy unowocześniania konsumpcji*, Wolters Kluwer, Warszawa.
12. Kornienko A. (2015), *The Concept of Knowledge Society in the Ontology of Modern Society*, "Procedia - Social and Behavioral Sciences", Vol. 166.
13. Loureiro S., Pires A., Cayolla R. (2014), *Consumption, Anti-Consumption and Consumption Communities: The Football Clubs and Its Fans*, [w:] Kaufmann H., Fateh Ali Khan Panni M. (red.), *Handbook of Research on Consumerism in Business and Marketing: Concepts and Practices*, IGI Global, Hershey.
14. Majkut R., Wójcik D. (2010), *Zachowania podmiotów gospodarczych na globalnym rynku pracy*, [w:] Patrzalek W. (red.), *Zachowania podmiotów w warunkach globalizacji rynków*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
15. Niedzielska E. (red.) (2000), *Komunikacja gospodarcza*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
16. Patrzalek W. (2010), *Konsumenci jako podmioty w procesie globalizacji*, [w:] Patrzalek W. (red.), *Zachowania podmiotów w warunkach globalizacji rynków*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
17. Porter G. (1996), *Organizational Impact of Workaholism: Suggestions for Researching the Negative Outcomes of Excessive Work*, "Journal of Occupational Health Psychology", Vol. 1.
18. Raczek A. (2016), *Współczesne problemy i wyzwania zarządzania zasobami ludzkimi w międzynarodowych organizacjach*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie”, nr 22.
19. Robak E. (2012), *Praca – jej uwarunkowania i zagrożenia wpływające na poczucie jakości życia*, [w:] Byłok F., Swadźba U. (red.), *Między pracą a konsumpcją. Co decyduje o miejscu człowieka we współczesnym społeczeństwie?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
20. Sklair L. (2010), *Iconic Architecture and the Culture-ideology of Consumerism*, "Theory, Culture & Society", Vol. 27(5).
21. Witkowska M., CholaŃska-Sosnowska K. (red.) (2006), *Spółczesne społeczeństwo informacyjne. Istota, rozwój, wyzwania*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.



## **GLOBALIZATION AND CONSUMERISM AS CONDITIONING AND POTENTIAL SOURCES OF THREATS IN A WORKPLACE**

**Abstract:** The processes of economic and cultural globalization, the development of the consumer society and the ideology of consumerism contribute to changes in the both spheres of leisure time, as well as in the sphere of work. Conditions of professional activity, ways and forms of employment as well as the importance of professional and non-professional spheres are changing. Changes in the sphere of values, as a result of the spread of the ideology of consumerism, have an impact on an individual life goals, his professional activity, as well as an individual's identity. The problem connected with globalization and its impact on the sphere of work is also unemployment, poverty and the deepening economic stratification in the local and global dimension. This article presents these economic and cultural conditions, revealing their impact on the sphere of professional activity of an individual.

**Keywords:** globalization, consumerism, consumer society, work