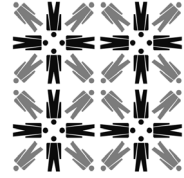


Forum Socjologiczne



Forum Socjologiczne

Wartości, moda, innowacje.
Zachowania konsumenckie
z perspektywy społecznej
i ekonomicznej

Pod redakcją Aleksandry Perchli-Włosik
i Joanny Wardzały

9

Wrocław 2018
Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego

Rada Naukowa

Dieter Bringen (Deutsches Polen Institut, Darmstadt, Deutschland), Bożena Domagała (Ośrodek Badań Naukowych im. Wojciecha Kętrzyńskiego w Olsztynie), Marian Golka (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu), Leszek Goldyka (Uniwersytet Szczeciński), Jan Kubik (Rudgers — State University of New Jersey, USA), Marian Malikowski (Uniwersytet Rzeszowski), Janusz Mucha (Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie), Sławomir Partycki (Katolicki Uniwersytet Lubelski), Andrzej Sadowski (Uniwersytet w Białymstoku), Katarzyna Stokłosa (University of Southern Denmark, Denmark), Marek Szczepański (Uniwersytet Opolski), Wojciech Świątkiewicz (Uniwersytet Śląski), Rafał Wiśniewski (Narodowe Centrum Kultury), Andrzej Wójtowicz (Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie)

Komitet Redakcyjny

Zbigniew Kurcz — redaktor naczelny
Mateusz Karolak — sekretarz redakcji
Joanna Wardzala
Barbara Wiśniewska-Paź
Zdzisław Zagórski
Marcelina Zuber

Redaktor naczelny

Zbigniew Kurcz

Sekretarz redakcji

Mateusz Karolak

Redaktor językowy

Elżbieta Baczyńska

Redaktor statystyczny

Grzegorz Kozdraś

Recenzenci

Felicjan Bylok (Politechnika Częstochowska), Mirosław Chałubiński (Uniwersytet Zielonogórski), Krzysztof Czekaj (Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie), Leszek Goldyka (Uniwersytet Zielonogórski), Marek Gorzko (Akademia Pomorska), Robert Janik (Institut für Sozialpädagogische Entwicklung und Europäische Integration e. V., Hamburg, Niemcy), Irena Machaj (Akademia im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski), Aleksander Manterys (Polska Akademia Nauk), Daniel Markowski (Uniwersytet Rzeszowski), Josef Matis (Akadémia ozbrojených sil gen. M.R. Štefánika, Słowacja), Władysław Misiak (Uniwersytet Warszawski), Wacław Osadnik (University of Alberta, Edmonton, Kanada), John Parrish-Sprowl (Indiana University Purdue University, IUPUI, Indianapolis, USA), Wiesław Tadeusz Popławski (Politechnika Białostocka), Andrzej Sakson (Instytut Zachodni, Poznań), Paul Steward (University of Strathclyde), Urszula Swadźba (Uniwersytet Śląski), Piotr Szreniawski (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej), Maria Szmaja (Akademia Górniczo-Hutnicza, Kraków), Janusz Sztumski (Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice), Anna Śliz (Uniwersytet Opolski), Danuta Walczak-Duraj (Uniwersytet Łódzki), Krzysztof Wielecki (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego), Piotr Wróblewski (Uniwersytet Śląski)

Ilustracja na okładce: © Kaspars Grinvalds/Fotolia

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o., Wrocław 2018

ISSN 2083-7763

ISBN 978-83-229-3645-0

Nakład: 110 egz.

Publikacja przygotowana w Wydawnictwie Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o.

50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15

tel. 71 3752885, e-mail: marketing@uwvr.com.pl

Forum Socjologiczne 9, 2018

© for this edition by CNS

Spis treści

WPROWADZENIE	9
Część I	
Społeczne, kulturowe i ekonomiczne aspekty współczesnej konsumpcji	
JOANNA WARDZAŁA, Młode pokolenie wobec pracy, konsumpcji oraz sukcesu	15
ANNA KURZAK-MABROUK, Niezrównoważona konsumpcja i sposoby jej równoważenia	33
SZYMON PILCH, Społeczne wzory konsumpcji a orientacje aksjologiczne pracowników wrocławskiego sektora kultury i produkcji gier wideo w świetle badań własnych	45
MATEUSZ WRONA, Osoby nieheteroseksualne jako konsumenci	59
MAŁGORZATA STOCHMAL, Fenomen „rogu obfitości” w faktograficznej rekonstrukcji programu intelektualnego Alvina Warda Gouldnera	71
Część II	
Moda, design, upodobania kulinarne jako organizator współczesnego konsumpcjonizmu i ekonomii estetycznej	
ALEKSANDRA PERCHLA-WŁOSIK, Konsumpcja mody a tożsamość. O społecznych funkcjach mody i zakupów modowych	87
AGNIESZKA DEJNAKA, Design a fitness — nowe trendy	99
MONIKA MUCHA, Moda — czynnik determinujący czy wykluczający udział seniorów w rynku?	107
KAMILA BISKUPSKA, <i>Pracuje w korytarzu, pisze po ścianach, a kąpiel bierze wśród kwiatów</i> , czyli obrazy mieszkań konsumentów w przekazie magazynów wnętrzarskich	117
MICHAŁ CEBUŁA, Wszechstronność upodobań kulinarnych. O dystyngtywnych i komunikacyjnych właściwościach jedzenia	131
Część III	
Zmiany w konsumpcji w kontekście rozwoju nowych mediów i innowacji	
IRENA WOLSKA-ZOGATA, <i>Social media</i> i nowy marketing w społeczeństwie konsumpcyjnym	153
AGNIESZKA MORAWIAK, Innowacja w kreowaniu wartości konsumenckich jako istotny czynnik podejmowanych wyborów społeczno-ekonomicznych	165
ARTUR MODLIŃSKI, Decyzje konsumenckie w dobie rewolucji cyfrowej i sztucznej inteligencji — przegląd trendów	181
FRANCESCO PIRA, From “pizzini” to social media channel: The mediatic storytelling of mafia language	191

SŁAWOMIR MANDES, KONSTANTY STRZYCZKOWSKI, Wartości na sprzedaż. Budowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych	201
ANNA JUPOWICZ-GINALSKA, JUSTYNA JASIEWICZ, MAŁGORZATA KISIŁOWSKA, TOMASZ BARAN, ALEKSANDER WYSOCKI, <i>Fear of missing out</i> a korzystanie z urządzeń umożliwiających dostęp do mediów społecznościowych na podstawie badań polskich internautów	219

Część IV

Konsumpcja usług – nowe trendy i zachowania konsumenckie

MICHAŁ GRZEGOREK, WIESŁAW TADEUSZ POPLAWSKI, Konsumpcja usług w ramach miastotwórczej funkcji uzdrowisk	251
KATARZYNA DOJWA-TURCZYŃSKA, Atrakcyjność hoteli w percepcji nabywców usług turystycznych na przykładzie Turcji	263

Sprawozdania i recenzje

„Polskie pogranicza w procesie przemian”. Sprawozdanie z konferencji (Anna Korotusz-Mirecka) . . .	295
Sprawozdanie z konferencji Jubileusz 30-lecia Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego: „Nowoczesne intelektualne przywództwo dla przyszłości”. Sesja naukowa Instytutu Socjologii: „Socjologia wobec przyszłości w sferze teorii i praktyki” (Joanna Jankowska)	299
Konferencje Zakładu Socjologii Edukacji Instytutu Socjologii UW z cyklu „Bezpieczeństwo a edukacja” (Barbara Wiśniewska-Paź)	306
Sprawozdanie z XVI Międzynarodowego Seminarium z cyklu „Metodologia badań systemów społecznych” (Monika Zawartka)	314
Sprawozdanie z konferencji „Konsument w zmieniającym się otoczeniu społecznym. Między pragmatyzmem a dyferencjacją” (Joanna Wardała)	315
Socjologia w pigułce? Sławomir H. Zaręba, Marcin Choczyński, <i>Od klasycznej do współczesnej myśli socjologicznej</i> (recenzja: Olga Jastrzębska)	319

Contents

Introduction	9
Part I	
Social, cultural and economic aspects of contemporary consumption	
JOANNA WARDZAŁA, The young generation in terms of work, consumption and success	15
ANNA KURZAK-MABROUK, Unsustainable consumption and the ways to balance it	33
SZYMON PILCH, Social consumption patterns and the axiological system of Wrocław's producers of culture and video games: The context of empirical research	45
MATEUSZ WRONA, Non-heterosexual people as consumers	59
MALGORZATA STOCHMAL, The phenomenon of the "horn of abundance" in the factual reconstruction of the intellectual program of Alvin Ward Gouldner	71
Part II	
Fashion, design, culinary delights as an organizer of contemporary consumerism and aesthetic economics	
ALEKSANDRA PERCHLA-WŁOSIK, Fashion consumption and identity. Social functions of fashion purchases	87
AGNIESZKA DEJNAKA, Design and fitness: New trends	99
MONIKA MUCHA, Fashion: A factor determining or excluding the participation of seniors on the market?	107
KAMILLA BISKUPSKA, "She works in the corridor, writes on the walls and takes a bath among flowers", or images of consumer homes in the discourse of interior design magazines	117
Michał Cebula: Variety of culinary tastes: On distinctive and communicative facets of eating	131
Part III	
Changes in consumption in the context of new media development and innovation	
IRENA WOLSKA-ZOGATA, Social media and new marketing within the consumer society	153
AGNIESZKA MORAWIAK, Innovation in creating consumer values as an important factor in the socio-economic selection making	165
ARTUR MODLIŃSKI, Consumer decisions in the era of digital revolution and artificial intelligence: A review of trends	181
FRANCESCO PIRA, From "pizzini" to social media channel: The mediatic storytelling of mafia language ..	191

SŁAWOMIR MANDES, KONSTANTY STRZYCZKOWSKI, Values for sale: Building the brand image in social media	201
ANNA JUPOWICZ-GINALSKA, JUSTYNA JASIEWICZ, MAŁGORZATA KISIŁOWSKA, TOMASZ BARAN, ALEKSANDER WYSOCKI, Fear of missing out and the use of devices enabling access to social media (based on the research of Polish Internet users)	219

Part IV

CONSUMPTION OF SERVICES — NEW TRENDS AND CONSUMER BEHAVIOR

M. GRZEGOREK, T. POPLAWSKI, The consumption of services as part of the city-forming function of health resorts	251
KATARZYNA DOJWA-TURCZYŃSKA, The attractiveness of hotels in the perception of buyers of tourist services: The example of Turkey	263
Reports and reviews	295