

Spis treści

Wprowadzenie 7

Wiesław Wątroba

Od producenta do konsumenta. Transformacja pokoleniowa: najwspanialsze pokolenie – baby boomers – pokolenie x – milenialsi 11

Felicjan Byłok

Współczesny człowiek
między pracą a konsumpcją 31

Urszula Swadźba

Od świata pracy do świata konsumpcji. Analiza socjologiczna systemu wartości 51

Kinga Hoffmann

Praca jako wartość instrumentalna w kontekście rozważań na temat konsumpcjonizmu 69

Elżbieta Robak

Praca – jej uwarunkowania i zagrożenia wpływające na poczucie jakości życia 91

Anna Karczevska

W poszukiwaniu tożsamości
– niebezpieczeństwa nowoczesnego stylu życia, pracy i konsumpcji 107

Lucyna Prorok

Praca, edukacja, konsumpcjonizm – obraz miejskich konsumentek 127

Sebastian Skolik

Ewolucja struktur społecznych Wikimediów. Studium przypadku rozwoju zbiorowości prosumenckich 149

Katarzyna Łazorko

Działalność marketingowa polskich przedsiębiorstw
a aktywność polskich konsumentów w mediach społecznościowych **173**

Agnieszka Brożyńska

Proces socjalizacji nowego pracownika w organizacji **189**

Magdalena Bsoul

Konsument w społeczeństwie obywatelskim **203**

Mikołaj Jacek Łuczak

Joanna Mazur-Łuczak

Wykluczenie z systemu konsumpcji jako efekt wykluczenia z rynku pra-
cy. Analiza struktury konsumpcji osób bezrobotnych w perspektywie ba-
dań jakościowych **221**

Krzysztof Prendecki

Fan futbolu – konsument idealny? **241**

Noty biograficzne autorów **259**