

Felicjan Bylok

Czestochowa University of Technology, Faculty of Management  
e-mail: byl.f.s@zim.pcz.pl

## **Bibliografia / References**

- Ballantine P.W., S. Creery, *The Consumption and Disposition Behavior of Voluntary Simplifiers*, „Journal of Consumer Behavior” 2009, vol. 8, nr 1, s. 45–56.
- Bartholomew C., *Christ and Consumerism: An Introduction* [w:] *Christ and Consumerism. Critical reflections on the spirit of our age*, red. C. Bartholomew, T. Moritz, Pater-noster Publishing, Carlisle 1988.
- Bauman Z., *Życie na przemiał*, Wyd. Literackie, Kraków 2005.
- Bauman, *Konsumowanie życia*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Belk, R.W., G. Ger, *Consumption in Affluent Societies* [w:] *Encyclopedia on Sustainable Development*, red. E.F. Moran, UNESCO 2011, <http://www.eolss.net/sample-chapters/c11/e1-11-07-03.pdf>.
- Black I.R., H. Cherrier, *Anti-consumption as Part of Living a Sustainability Lifestyle: Daily Practices, Contextual Motivation and Subjective Values*, „Journal of Consumer Behavior” 2010, vol. 9, nr 6, s. 467–487.
- Bockock R., *Consumption*, Routledge, London 1993
- Bourdieu P., *Dystynkacja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.
- Bylok F., *Konsumpcja, konsument i społeczeństwo konsumpcyjne we współczesnym społeczeństwie. Studium socjologiczne*, Wyd. Naukowe „Śląsk”, Katowice 2013.
- Bylok F., *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.
- Bywalec Cz., L. Rudnicki, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002.
- Campbell C., *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* Basil Blackwell Publisher, London 1987.
- Dąbrowska A., F. Bylok, M. Janoś-Kresło, D. Kielczewski, I. Ozimek, *Kompetencje konsumentów – innowacyjne zachowania, zrównoważona konsumpcja*, Wyd. PWE, Warszawa 2015.
- Etzioni A., *Voluntary Simlicity: Characterization, Select Psychological Implications and Societal Consequences*, „Journal of Economic Psychology” 1998, vol. 19, nr 5, s. 619–643.
- Ger G., R.W. Belk, *I'd Like to Buy the World a Coke: Consumptionscapes of the “Less Affluent World”*, „Journal of Consumer Policy” 1996, vol. 19, s. 271–304.
- Harrison R, T. Newholm, D. Shaw, *Pressure Groups, Campaigns and Consumers* [w:] *The Ethical Consumer*, red. R. Harrison, T. Newholm, D. Shaw, Sage, London 2005.

- Haubl R., „Welcome to The Pleasure Dome” *Einkaufen als Zeitvertrieb* [w:] *Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz*, red. H.A. Hartmann, R. Haubl, Auflag 1, Westdeucher Verlag, Wiesbaden 1996.
- Hellman K-U., *Das konsumistische Syndrom* [w:] *Räume des Konsums über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus*, red. K-U. Hellman, G. Zurstiege, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2008.
- Hörning K.H., *Ansätze zu einer Konsumsoziologie*, Verlag Rombach, Freiburg 1970.
- Leibenstein H., *Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in The Theory of Conspicuous Demand*, „*Quarterly Journal of Economics*” 1950, vol. 64, s. 183–207.
- Lewicka-Strzałecka A., *Konsumeryzm kontra konsumeryzm*, „*Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym*” 2003, vol. 6, s. 132–138.
- Mc Cracken G., *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Indiana University Press, Bloomington/Indianapolis 1988.
- Miles S., *Consumerism – as a Way of Life*, Sage, London 1998.
- Ottman J.A., *Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*, NTC Business Books, Lincolnwood 2003.
- Papież Franciszek, *Encyklika Laudato SI’ Ojca Świętego Franciszka poświęcona trosce o wspólny dom*, 2015, [https://w2.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/do\\_cuments/papa-francesco\\_20150524\\_enciclica-laudato-si\\_pl.pdf](https://w2.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/do_cuments/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si_pl.pdf).
- Portwood-Stacer L., *Anti-consumption as tactical resistance: Anarchists, subculture, and activist strategy*, „*Journal of Consumer Culture*” 2012, vol. 12, nr 1, s. 87–105.
- Prisching M., *Die zweidimensionale Gesellschaft. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009.
- Schulze G., *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Verlag Campus, Frankfurt/M 1992.
- Sklair L., *Iconic Architecture and the Culture-ideology of Consumerism*, „*Theory, Culture & Society*” 2010, vol. 27, nr 5, s. 135–159.
- Sklair, L., *Sociology of the Global System*, Johns Hopkins University Press, Baltimore 1991.
- Stihler A., *Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze*, Verlag Duncker und Humbold, Berlin 1998.
- Szulc E., *Dekonsumpcja – moda czy kryzys*, seria „Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy”, nr 24, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2012.
- Ullrich W., *Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?*, S. Fischer Verlag, Frankfurt am Main 2006.
- Veblen Th., *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Warszawa 1971.
- Wątroba W., *Homo postmillenius*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.
- Wiswede G., *Konsumsoziologie - Eine vergessene Disziplin* [w:] *Konsum: soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, red. D. Rosenkranz, Verlag Leske+Budrich, Opladen 2000.