

## Kreowanie przestrzeni mieszkalnej w gospodarstwach domowych na tle nowych trendów w konsumpcji

**Autor:** Wanda Patrzalek

### Abstrakt

Celem artykułu jest analiza wpływu nowych trendów w dziedzinie konsumpcji, takich jak: ekologizacja konsumpcji, indywidualizacja, domocentryzm, tradycjonalizacja czy globalizacja konsumpcji na sposoby aranżacji przestrzeni mieszkalnej. Egzemplifikacją rozważań stanowią będą badania pod kierunkiem autorki, opracowania dotyczące wrocławskich gospodarstw domowych, których członkowie w ciągu ostatniego roku przeprowadzili się do nowego mieszkania lub domu. Badania zostały przeprowadzone w 2013 roku na próbie 150 jednostek badawczych za pomocą kwestionariusza ankiety.

**Słowa kluczowe:** gospodarstwo domowe, przestrzeń mieszkalna, wzory w konsumpcji, funkcje mieszkania

**JEL:** D12

**Historia:** otrzymano II kwartał 2014, poprawiono 23.02.2015, zaakceptowano 26.04.2015

### Wstęp

W artykule omówiono znaczenie przestrzeni społecznej w tworzeniu interakcji w gospodarstwie domowym. Szczegółnej analizie poddany zostanie wpływ wzorców kulturowych na kreowanie przestrzeni mieszkalnej wśród mieszkańców Wrocławia, którzy w ostatnim roku przeprowadzili się do nowego mieszkania lub domu. W pierwszej części artykułu zaprezentowane zostaną funkcje mieszkania w sferze publicznej i prywatnej. W drugiej zaś zostanie dokonana analiza zasobów mieszkaniowych na podstawie spisów powszechnych oraz wyniki badań pod kierunkiem autorki, opracowania dotyczące posiadanej wizji mieszkania wśród respondentów oraz znaczenie wzorców dotyczących urządzania wnętrz w nowych mieszkaniach wśród badanych. Z perspektywy ujęcia mieszkania jako przestrzeni społecznej poddano ocenie poszczególne jego strefy użytkowe oraz ich wpływ na kształtowanie procesów interakcji między członkami gospodarstw domowych.

### Znaczenie przestrzeni społecznej

Przeźnię w kontekście warunków sprzyjających interakcjom społecznym może nabierać wymiaru dośpolecznego i odśpolecznego. Znaczenie przestrzeni dośpolecznej pojawiło się w psychologii społecznej po badaniach w szpitalach psychiatrycznych, w których stwierdzono, że sposób organizowania przestrzeni wpływa na przyśpieszenie (przeźnię dośpoleczna) bądź opóźnienie procesu zdrowienia pacjentów (przeźnię odśpoleczna).

Pojęcie przestrzeni dośpolecznej (*sociopetal*) i odśpolecznej (*sociofugal*) pojawiło się w pracy E.T. Halla, w której autor określa sens znaczeniowy przestrzeni pomagającej człowiekowi w przezwyciężeniu alienacji (Hall 2009: 169-186). Przeźnię dośpoleczna sprzyja zawieraniu i podtrzymywaniu kontaktów społecznych, skracając dystans społeczny między ludźmi, daje poczucie komfortu psychicznego i podkreśla intymność atmosfery. Przykładami przestrzeni dośpolecznej są małe pomieszczenia bądź większe z dużą ilością zakamarków, wypełnione osobistymi

przedmiotami, wygodnymi miejscami do siedzenia, sprawiające wrażenie przytulnych i bezpiecznych, ze światłem rozproszonym, ciepłą kolorystyką i odpowiednią do gustów oraz preferencji jej użytkowników dekoracją. Mieszkania mogą być urządzone w sposób, w którym przestrzeń będzie miała wymiar dospołeczny ciepły, przytulny, przyjazny bądź odspołeczny zimny, wyalienowany, skrajnie uporządkowany, sterylny. Przykładami przestrzeni odspołecznej są dworce, szerokie place i ulice, duże sale, korytarze etc.

W naukach społecznych przestrzeń służąca do stworzenia scenarii interakcji określana jest terminem lokalu mającego na celu zapewnienie trwałości instytucji społecznych w interesującym nas przypadku, małżeństwa, rodziny, związku partnerskiego etc. tworzących różne formy gospodarstw domowych.

Dom jest lokalem, w którym w ciągu dnia zachodzą rozmaite interakcje społeczne. Przestrzeń go tworząca powinna być zaaranżowana zgodnie z czynnikami nadającymi jej wymiar dospołeczny.

Miejsce mieszkalne pełni dwie funkcje: publiczną i prywatną. Pierwsza dotyczy perspektywy przechodnia i związana jest z lokalizacją mieszkania, jego usytuowaniem w przestrzeni terytorialnej. Druga stanowiąca cel właściwy rozważań dotyczy jego wnętrza otoczonego murami, zamkniętymi w przestrzeni lokalami z jego funkcjami użyteczności prywatnej i intymnej.

W ujęciu A. Giddensa przestrzenie te tworzą scenę i kulisy. Prawdziwe interakcje rozgrywają się nie na scenie w przestrzeni publicznej, ale za kulisami w strefie ukrytej, jaką stanowi dom (Giddens 2001: 162-163).

Dawniej aranżacja przestrzeni mieszkalnych nie stawiała na indywidualizację; raczej w tradycyjny sposób kreowała miejsce zamieszkania,

zwracając uwagę na jego funkcje dospołeczne osadzone na kategorii wspólnoty. Współcześnie dom jest podzieloną przestrzenią, która z jednej strony zapewnia członkom gospodarstwa domowego potrzebę izolacji, z drugiej zaś kreuje miejsce służące do stworzenia scenarii interakcji, określanej jako możliwość bycia razem (Jacyno 2007: 43).

### Zmiany preferencji na rynku mieszkaniowym

Współczesna architektura mieszkaniowa nadąża za wizją przestrzeni dospołecznej. Zmieniły się także preferencje dotyczące wyboru mieszkań. Nie buduje się mieszkań w technologii wielkiej płyty z przestrzeniami odspołecznymi dużych blokowisk wywołującymi alienację i anonimowość jej mieszkańców. Dominuje niska zabudowa na terenach spokojnych osadzonych bądź aranżowanych w zielonej scenarii. Porównując dane z ostatnich spisów powszechnych, można dostrzec, iż przy wzroście liczby gospodarstw domowych o 1,7% zmalał wskaźnik gospodarstw domowych na 100 mieszkań o 6,2. Natomiast wzrosła przeciętna liczba izb w mieszkaniach z 3,70 w 2002 roku do 3,83 w roku 2011, a także powierzchnia w m<sup>2</sup> z 68,6 w 2002 r. do 72,4 w 2011. Obniżyła się z kolei liczba osób na 1 mieszkanie z 3,25 w 2002 roku do 3,05 w 2011 roku oraz wskaźnik liczby osób na 1 izbę z 0,88 w 2002 do 0,80 w 2011 roku (tab.1).

Analizując kwestię bloków mieszkalnych na polskim rynku mieszkaniowym, można zaobserwować pewne charakterystyczne tendencje. W latach siedemdziesiątych XX w. bloki kojarzone były z miejscem przyjaznym, w którym rozwija się samopomoc sąsiedzka, wytwarzała się swoista mikrospołeczność. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych można zauważyć zmianę

**Tabela 1. Zasoby mieszkaniowe w gospodarstwach domowych w Polsce w 2002 i 2011 roku na podstawie spisów powszechnych**

Wyszczególnienie	20.05.2002			31.03.2011		
	Ogółem	Miasto	Wieś	Ogółem	Miasto	Wieś
Gospodarstwa domowe w tys.	13331	8961	4370	13563	9143	4420
Na 100 mieszkań	114,6	113,8	116,3	108,4	106,5	112,4
Przeciętna w zasobach mieszkalnych: liczba izb w mieszkaniu	3,70	3,51	4,09	3,83	3,60	4,36
Powierzchnia użytkowa w m <sup>2</sup> : 1 mieszkania	68,6	60,8	84,9	72,4	63,7	92,0
na 1 osobę	21,0	20,5	21,9	23,8	23,6	24,0
Liczba osób na 1 mieszkanie	3,25	2,95	3,87	3,05	2,7	3,8
Liczba osób na 1 izbę	0,88	0,84	0,95	0,80	0,75	0,88

Źródło: opracowano na podstawie *Mieszkania. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011*, GUS, Warszawa 2013, s. 22, 35, <http://www.stat.gov.pl> [20.05.2013].

podejścia do tej przestrzeni. Zaczynają przeważać postawy indywidualizmu, a ludzie nie wykazują potrzeby tworzenia wspólnot. Następuje upadek osiedla, które kojarzone jest raczej z biedą niż poczuciem wspólnotowości (Łukasiewicz, Siciński 1992).

### **Megatrendy w konsumpcji a przestrzeń mieszkalna**

W tej części rozważań zostanie zwrócona uwaga na megatrendy oddziałujące na współczesną konsumpcję, a szczególnie na sposoby aranżacji przestrzeni mieszkalnej. Ewolucja postaw konsumenckich zmierza ku kształtowaniu świadomego i racjonalnego konsumenta. Na tym tle zaczęły pojawiać się nowe trendy w konsumpcji związane ze zdrowym stylem życia i tendencjami odśrodkowymi związanymi z rozwojem mieszkalnictwa w strefach podmiejskich (Patrzalek 2004: 35), z przejawów zachowań związanych z ekokonsumpcją jest konsumowanie dóbr ekologicznych. Zagadnienie to wiąże się ze sposobem urządzenia mieszkań z dominacją materiałów takich jak: drewno, len, bawełna, aranżacji przestrzeni zgodnie z zasadami feng shui, ale także z zachowaniem zasad dotyczących zdrowego odżywiania się i zrównoważonej konsumpcji oraz zachowań proekologicznych związanych z segregacją odpadów pokonsumpcyjnych i używaniem sprzętu energooszczędnego w gospodarstwach domowych.

Jednym z najsilniej oddziałujących trendów na zachowania konsumentów w przestrzeni mieszkalnej jest obecnie domocentryzacja konsumpcji związana z przeniesieniem zaspakajania wielu potrzeb poza miejscem zamieszkania do domu. Zjawisko to dotyczy potrzeb kulturowych w zakresie: kina domowego, Internetu, telefonu, potrzeb rekreacyjnych: siłowni, sauny, basenu, a także wielu usług: ubezpieczeniowych, bankowych, zakupowych, gastronomicznych, medycznych, kosmetycznych czy ochroniarskich. Czynniki sprzyjającymi rozszerzaniu się domocentryzmu są:

- postępująca indywidualizacja stylów życia,
- megatrendy technologiczne związane z upowszechnieniem Internetu i wzrostu wyposażenia mieszkania w urządzenia mobilne,
- poprawa warunków mieszkaniowych,
- postępująca ucieczka w prywatność (Kieźel 2010: 187).

Indywidualizacja w sferze konsumpcji polegająca na artykułowaniu własnych potrzeb przejawia się w określeniu własnego gustu w projektowaniu i urządzeniu mieszkania, a także z zachowaniem przestrzeni w obrębie wspólnego mieszkania/

domu do własnej dyspozycji. Tworzenie domu polega na aranżacji przestrzeni do własnej dyspozycji, w której można się schować przed naporem świata zewnętrznego, ale także poukładać swoje przedmioty zgodnie z własnymi potrzebami (Rancew-Sikra 2007: 47).

Kolejnym nurtem przeplatającym się wzajemnie jest z jednej strony tradycjonalizacja konsumpcji i znaczenie wzorów tradycyjnych w urządzeniu domów w regionach kulturowych, tworzenie wizerunku domu opartego na pamiątkach, symbolach, tradycji rodzinnej, ze wzrostem znaczenia globalnych marek w wyposażaniu domów kładących nacisk na użyteczność, np. IKEA czy domy inteligentne, sterowane technologią.

### **Badania wrocławskich gospodarstw domowych**

Badania zrealizowano pod kierunkiem autorki w roku 2013 na próbie 150 respondentów mieszkających we Wrocławiu dobranymi celowo, w których respondenci w ostatnim roku przeprowadzili się do nowego mieszkania lub domu. Dobór próby miał charakter równoliczny: połowa respondentów zleciła urządzenie domu architektom, połowa urządziła samodzielnie.

Zmienne niezależne stanowiły: wiek respondentów, wykształcenie oraz dochody respondentów. W badanych gospodarstwach domowych większość części posiadała wizję dotyczącą wybranych elementów urządzenia mieszkania (54% wskazań) niż dokładną wizję całości (34% wskazań, tabela 2).

Interesującym aspektem badań była próba określenia, czy w kreowaniu przestrzeni mieszkalnej respondenci kierują się posiadanymi wzorcami (tab. 3) i jakie jest ich źródło. Analizę w tym obszarze sporządzono w zależności od wieku respondentów (tab. 4).

Zdecydowana większość, 82% respondentów, którzy udzielili odpowiedzi, zadeklarowało, iż posiadała wzorce dotyczące tworzenia swojej przestrzeni mieszkalnej (tab. 3). W badaniach założono, że inspiracje, skąd respondenci czerpią wzorce w zakresie urządzenia mieszkań, zależne są od ich wieku (tab. 4).

Z badań wynika, że z tradycji domu rodzinnego najczęściej korzystali respondenci dojrzałego wieku, w wieku 40-50 lat (50,0% wskazań) oraz starsi, powyżej 51. roku życia – po 33,3% wskazań w grupach wiekowych 51-61 i 62 lat i więcej. Podobnie w tych grupach wiekowych wzorce czerpano z odwiedzanych mieszkań, po 66,7% w grupach wiekowych 51-61 i 62 lat i więcej oraz 50,0% respondentów w wieku 40-50. Z gazet inspiracje w urządzeniu mieszkań czerpią wszyscy

**Tabela 2. Wizja dotycząca urządzenia mieszkania/domu wśród respondentów**

Liczba gospodarstw domowych	Liczebność	Procent	Procent skumulowany
Mających dokładną wizję całości	48	32,0	32,0
Mających wizję dotyczących wybranych elementów wnętrza	81	54,0	86,0
Nie mających własnej wizji	21	14,0	100,0
Ogółem	150	100,0	100,0

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

**Tabela 3. Wzorce dotyczące urządzenia mieszkania**

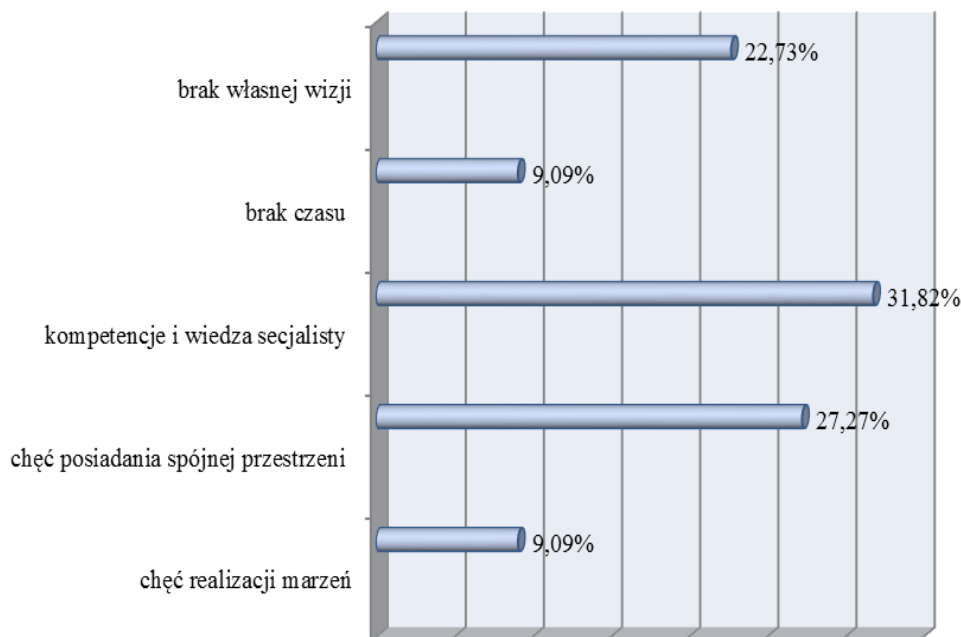
Czy respondenci, urządzać mieszkanie, posiadali wzorce		Liczebność	Procent
Ważne	tak	123	82
	nie	15	10
	trudno powiedzieć	9	6
	ogółem	147	98
Ogółem		150	100

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

respondenci w wieku 51-61 lat, a w wieku 51-61 i 62 i więcej po 66,7% wskazań. Natomiast z telewizji i portali zajmujących się aranżacją wnętrz korzystają młodszy respondenci, w wieku 18-28 po 36,8% wskazań telewizji jako źródła wzorców dotyczących urządzenia mieszkania oraz 66,7% respondentów w wieku 29-39 i 47,4% w wieku 18-28 wskazań portali zajmujących się aranżacją wnętrz. Natomiast na wzorce pochodzące od projektantów wskazali głównie respondenci w wieku 29-39 (50,0% wskazań) oraz powyżej

40. roku życia po 33,3% w wieku 40-50, 51-61 i 62 i więcej (tab. 4).

W drugiej części badań analizy dotyczyły motywów, dla których respondenci stanowiący zgodnie z doborem kwotowym połowę badanych powierzali zadanie aranżacji wnętrz architektom (wykres 1). W zakresie powodów wynajmowania przez respondentów architektów wnętrz najczęściej wskazywano na specjalistyczną wiedzę (31,8% badanych) oraz na chęć posiadania spójnej wizji przestrzeni (27,3% badanych).

**Wykres 1. Motywy powierzenia przez respondentów aranżacji wnętrz architektom**

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

Tabela 4. Wzorce dotyczące urządzania wnętrz w zależności od wieku respondentów<sup>a</sup>

Wyszczególnienie		Wiek					Ogółem
		18-28	29-39	40-50	51-61	62 i więcej	
Z tradycji domu rodzinnego	Liczebność	15	3	9	3	3	33
	%	26,3	8,3	50,0	33,3	33,3	
	% z ogółu	11,6	2,3	7,0	2,3	2,3	25,6
Z odwiedzanych mieszkań	Liczebność	27	15	9	6	6	63
	%	47,4	41,7	50,0	66,7	66,7	
	% z ogółu	20,9	11,6	7,0	4,7	4,7	48,8
Z gazet	Liczebność	30	9	9	9	3	60
	%	52,6	25,0	50,0	100,0	33,3	
	% z ogółu	23,3	7,0	7,0	7,0	2,3	46,5
Z telewizji	Liczebność	21	9	0	0	3	33
	%	36,8	25,0	0,0	0,0	33,3	
	% z ogółu	16,3	7,0	0,0	0,0	2,3	25,6
Z portali zajmujących się aranżacją wnętrz	Liczebność	27	24	6	3	0	60
	%	47,4	66,7	33,3	33,3	0,0	
	% z ogółu	20,9	18,6	4,7	2,3	0,0	46,5
Od projektantów	Liczebność	12	18	6	3	3	42
	%	21,1	50,0	33,3	33,3	33,3	
	% z ogółu	9,3	14,0	4,7	2,3	2,3	32,6
Ogółem	Liczebność	65	41	21	10	10	147
	% z ogółem	44,2	27,9	14,0	7,0	7,0	

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

<sup>a</sup> Respondenci mieli możliwość wielokrotnego wyboru odpowiedzi.

W kontekście analizowanej problematyki ważną jest ocena efektu pracy architektów wnętrz; dokonano jej analizy w zależności od wykształcenia respondenta (tab. 5). W największym stopniu uznanie dla pracy architekta wyrazili respondenci z wykształceniem wyższym, 47,1% badanych poprzez stwierdzenie, że zaprojektował lepiej niż zrobiłby to respondent.

Ważną część badań w kontekście analizowanej problematyki tworzenia przestrzeni społecznej w domu stanowiło określenie znaczenia użyteczności poszczególnych części domu w zależności od wieku respondenta (tab. 6) oraz elementów budujących nastrój w zależności od docho- du respondenta (tab.7).

Tabela 5. Ocena efektów pracy architektów wnętrz w zależności od wykształcenia respondenta

Czy architekt zaprojektował lepiej niż zrobiłby to respondent ?		Wykształcenie				Ogółem
		podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe	
Tak, zrobił to lepiej	Liczebność	3	9	15	24	51
	%	5,9	17,6	29,4	47,1	
	% z wykształcenia	100,0	75,0	55,6	72,7	68,0
Trudno powiedzieć	Liczebność	0	3	12	9	24
	%	0,0	12,5	50,0	37,5	
	% z wykształcenia	0,0	25,0	44,4	27,3	32,0
Ogółem	Liczebność	3	12	27	33	75
	%	4,0	16,0	36,0	44,0	
	% z wykształcenia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

Tabela 6. Strefy mieszkania/domu najczęściej użytkowane w zależności od wieku respondentów

Wyszczególnienie		Wiek					Ogółem
		18-28	29-39	40-50	51-61	62 i więcej	
Kuchnia	Liczebność	27	6	3	9	0	45
	% z wieku	40,9	15,4	14,3	75,0	0,0	30,0
Strefa dzienna	Liczebność	33	15	15	3	6	72
	% z wieku	50,0	38,5	71,4	25,0	50,0	48,0
Sypialnia	Liczebność	3	12	0	0	3	18
	% z wieku	4,5	30,8	0,0	0,0	25,0	12,0
Taras	Liczebność	0	6	0	0	0	6
	% z wieku	0,0	15,4	0,0	0,0	0,0	4,0
Salon kąpielowy	Liczebność	0	0	3	0	0	3
	% z wieku	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	2,0
Gabinet	Liczebność	3	0	0	0	3	6
	% z wieku	4,5	0,0	0,0	0,0	25,0	4,0
Ogółem	Liczebność	66	39	21	12	12	150
	% z wieku	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

Tabela 7. Elementy budujące nastrój w zależności od dochodu respondentów

Elementy budujące najbardziej nastrój domu		Dochód respondenta							Ogółem
		Od 1001 do 1500 zł	Od 1501 do 2000 zł	Od 2001 do 2500 zł	Od 2501 do 3000 zł	Od 3001 do 3500 zł	Od 3501 do 4000 zł	Powyżej 4000 zł	
Pamiątki	Liczebność	0	0	6	12	3	9	9	39
	%	0,0%	0,0%	15,4%	30,8%	7,7%	23,1%	23,1%	100,0%
	% z dochodu	0,0%	0,0%	40,0%	44,4%	16,7%	42,9%	16,1%	26,5%
Kolor ścian	Liczebność	3	0	3	9	9	6	12	42
	%	7,1%	0,0%	7,1%	21,4%	21,4%	14,3%	28,6%	100,0%
	% z dochodu	100,0%	0,0%	20,0%	33,3%	50,0%	28,6%	21,4%	29,4%
Tkaniny	Liczebność	0	0	0	0	3	0	6	9
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	% z dochodu	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	3,6%	3,5%
Światło	Liczebność	0	3	6	6	3	6	33	57
	%	0,0%	5,3%	10,5%	10,5%	5,3%	10,5%	57,9%	100,0%
	% z dochodu	0,0%	100,0%	40,0%	22,2%	16,7%	28,6%	58,9%	39,9%
Ogółem	Liczebność	3	3	15	27	18	21	60	147
	%	2,1%	2,1%	10,5%	18,9%	12,6%	14,7%	39,2%	100,0%
	% z dochodu	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: badania pod kierunkiem autorki zrealizowane w 2013 roku.

Większość czasu 48% respondentów spędza w strefie dziennej, następnie w kuchni 30% oraz sypialni 17%. Różnice dotyczące preferencji różnych stref domu zależą od wieku. W kuchni najwięcej czasu spędzają starsi respondenci, w wieku 51-61 lat (75% wskazań), w strefie dziennej dojrzały respondenci w wieku 40-50 lat (71,4% wskazań) i młodzi 18-28 (50% wskazań), w sypialni najczęściej w wieku 29-39 lat (30,8% wskazań), na tarasie w wieku 29-39, zaś w gabinecie w wieku 62 i więcej (tab. 6).

Z badań wynika, że do elementów budujących nastrój domu najczęściej respondenci zaliczali światło (39,9% badanych), kolor ścian (29,4% badanych) oraz pamiątki (26,5% badanych).

Światło jako element budujący nastrój domu w największym stopniu uznali respondenci z dochodem powyżej 4000 zł, podobnie jak kolor ścian, oraz respondenci w przedziałach dochodowych 2501-3500zł, zaś pamiątki z dochodowością od 2501do 3000 zł oraz powyżej 3501 zł (tab.7).

### Podsumowanie

Aranżacja współczesnych domów podąża w kierunku tworzenia przestrzeni dopięknej. Na proces jej kreacji wywierają wpływ nowe trendy w dziedzinie konsumpcji, a zwłaszcza domocentryzacja warunkowana postępującą

indywidualizacją stylów życia i poprawą warunków mieszkaniowych. W badanych gospodarstwach domowych większość respondentów miała wizję wybranych elementów mieszkania. Zdecydowana większość respondentów posiadała wzorce dotyczące urządzenia mieszkania. Różnice dotyczące rodzaju wzorca i uzależnione są od wieku respondenta. Wzorce pochodzące z tradycji domu rodzinnego najważniejsze są dla osób dojrzałych, w wieku 40-50 lat. Osoby powyżej 50. roku życia i starsze inspirują się wzorcami pochodzącymi z odwiedzania innych mieszkań i gazet. Młodszy respondenci w wieku 29-30 lat oraz 18-28 korzystają z portali zajmujących się aranżacją wnętrz, a także z telewizji. Natomiast z usług projektantów wnętrz najczęściej korzystają respondenci w wieku 29-39 lat. O wynajęciu architekta najczęściej decydują

kompetencje i wiedza specjalistyczna oraz chęć posiadania spójnej przestrzeni.

Najważniejszą część mieszkania wśród badanych gospodarstw domowych stanowi salon i część reprezentacyjna oraz kuchnia. W tych pomieszczeniach najczęściej odbywają się interakcje społeczne oraz tu uwidaczniają się nowe wzorce w dziedzinie zachowań konsumenckich. Użytkowanie części mieszkania zależy od wieku respondentów. W kuchni najczęściej czas spędzają respondenci w wieku 51-61 lat, w strefie dziennej w wieku 40-50 lat, w sypialni 29-39, a zaś w gabinecie osoby starsze powyżej 62 lat. Zgodnie ze współczesnymi trendami tworzenia przestrzeni dospołecznej w mieszkaniach w badaniach respondenci podkreślali znaczenie elementów tworzących nastrój domu, takich jak: światło, kolorystyka czy pamiętka.

## Bibliografia

P.A. (red.) (1992), *Dom we współczesnej Polsce: szkice*, Wrocław, Wiedza o Kulturze.

Giddens A. (2001), *Stanowienie społeczeństwa: zarys teorii strukturacji*, Poznań, Wydawnictwo Zysk i S-ka.

Hall E.T. (2009), *Ukryty wymiar*, Warszawa, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.

Jacyno M. (2007), *Mieszkanie i moralna architektura kultury indywidualizmu*, [w]: *Co znaczy mieszkać. Szkice Antropologiczne*, Warszawa, Wydawnictwo Trio.

Kieźel E. (red.) (2010), *Konsument i jego zachowania na rynku europejskim*, Warszawa, PWE.

Patrzalek W. (red.) (2004), *Kulturowe determinanty zachowań konsumenckich*, Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Rancew-Sikra D. (2007), *Dom estetyczny jako dom indywidualny*, [w]: *Co znaczy mieszkać, Szkice antropologiczne*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007.

## Creating a living space in the household in the background of new trends in consumption

### Abstract

The aim of this article is an analysis of influence of new trends in the field of consumption, such as the ecological consumption, individualization, home centrism, traditionalisation or consumption's globalization as the methods of arranging living space. Exemplification of considerations will consist of research based on the author's studies in Wrocław households whose members moved to a new apartment or house over the last year. The research was conducted in 2013 on a sample of 150 research units using a questionnaire.

**Keywords:** household, living space, patterns of consumption, housing functions

**JEL:** D12

