

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учреждение образования
«МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А. А. КУЛЕШОВА»

Е. Н. Титова, О. В. Борисова

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Учебно-методические рекомендации



Могилев
МГУ имени А. А. Кулешова
2018

Электронный аналог печатного издания

Титова, Е. Н., Борисова О.В. Социология потребления. – Могилев :
МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – 32 с.

ISBN 978-985-568-476-4

Учебно-методические рекомендации по курсу «Социология потребления» предназначены для студентов, обучающихся по специальности «Социология», а также тех, кто интересуется содержанием данной дисциплины. В рамках курса рассматривается место социологии потребления как специальной области экономической социологии. В предлагаемых рекомендациях изложены вопросы к семинарским занятиям по всем темам курса с перечнем рекомендуемой литературы.

УДК 316.334.2:330.567.2(075.8)
ББК 60.561.2

Титова, Е. Н., Борисова О.В. Социология потребления [Электронный ресурс] : учебно-методические рекомендации. – Электрон. данные. – Могилев : МГУ имени А.А. Кулешова, 2018. – Загл. с экрана

212022, г.Могилев,
ул.Космонавтов, 1
Тел.: 8-0222-28-31-51
E-mail: alexpzn@mail.ru
<http://www.msu.by>

© Титова Е.Н., Борисова О.В., 2018
© МГУ имени А.А.Кулешова, 2018
© МГУ имени А.А. Кулешова,
электронный аналог, 2018

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность дисциплины для специалистов в области социологии заключается в возможности приобретения знаний о потребительском поведении не просто как индивидуальном поведении, регулируемом личными предпочтениями, вкусами и рациональным расчетом, но и как социальном, то есть вписанным в институциональную и социальную структуру общества.

Данные учебно-методические рекомендации имеют учебно-методический характер. Они составлены для того, чтобы помочь студентам в подготовке к семинарским занятиям, чтобы они могли работать с предлагаемыми материалами для более глубокого ознакомления с темами, а также более качественной подготовки к семинарским занятиям и в конечном счете – к сдаче экзамена.

В результате изучения дисциплины студент *должен знать*:

- модели и теоретические концепции потребления в таких социальных дисциплинах, как экономика, социология, маркетинг, психология;
- особенности потребления в различных сферах на постсоветском пространстве и за рубежом;
- особенности восприятия потребителями брендов;
- особенности влияния стиля жизни на потребительское поведение;

должен уметь:

- анализировать динамику потребления в различные периоды развития общества;
- определять и создавать символическую составляющую потребления;
- уметь разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования в области изучения потребления;
- обладать навыками использования статистических данных.

Учебно-методические рекомендации предназначены для преподавания курса «Социология потребления» студентам специальности 1-23 01 05 «Социология», специализации «Социология управления» учреждения образования «Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова».

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Проблематика потребления в социально-гуманитарных дисциплинах

1. Проблемы потребления в экономике, философии, психологии, социологии.
2. Эволюция теоретических представлений о потреблении.
3. Объект и предмет социологии потребления.
4. Понятие потребления и его виды. Функции потребления.
5. Факторы, влияющие на потребление. Институты потребления.
6. Методы изучения потребления.

Основное содержание. Проблемы потребления в экономике, философии, психологии, социологии. Различия экономического и социологического подходов к изучению потребления. Недостаточность экономического подхода к моделированию потребления. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения.

Эволюция теоретических представлений о потреблении. Классики о потреблении (К. Маркс, Г. Зиммель, М. Вебер, Т. Веблен). Становление социологии потребления как особой отрасли, изучающей процессы потребления в междисциплинарном ракурсе. Объект и предмет социологии потребления.

Потребление как социологическая категория. Понятие потребления и его виды. Функции потребления. Факторы, влияющие на потребление: доходы, профессия, пол, возраст, образование, семья и дети, национальные и региональные особенности, религия. Поколения и жизненный цикл. Институты потребления. Сообщества потребителей. Внешние эффекты в потреблении. Модель потребления в условиях дефицита. Методы изучения потребления.

Задания:

1. Составить опорный конспект ответов на вопросы в схемах и таблицах.
2. Подготовить презентацию по теме.

Литература:

1. Анисимов, С.Ф. Духовные ценности: производство и потребление / С.Ф. Анисимов. – Москва : Мысль, 1988. – 253 с.

2. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учебное пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агентство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
3. Бокок, Р. Потребление и стиль жизни / Р. Бокок // А.И. Кравченко. Социология: хрестоматия для вузов. – Москва : Академический Проект, 2002. – 736 с.
4. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – Москва : Прогресс, 1984. – 217 с.
5. Ильин, В.И. Поведение потребителей / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 233 с.
6. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель [и др.]. – Минск : Белнаучка, 2010. – 314 с.
7. Радаев, В.В. Экономическая социология : курс лекций / В.В. Радаев // Москва: ГУ ВШЭ, 2008. – 608 с.
8. Радаев, В.В. Социология потребления: основные подходы / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2005. – № 1. – С. 5–18.
9. Рощина, Я.М. Социология потребления. / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447 с.

Тема 2. Культура потребления

1. Культурологический подход к потреблению.
2. Категория культуры потребления.
3. История потребительской культуры.
4. Традиционное и современное потребление.
5. Динамика культуры потребления.
6. Особенности эволюции развития контркультуры на Западе и в СССР.

Основное содержание. Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд). Культура как фактор потребительского поведения. Категория культуры потребления. Структура культуры: «высокое искусство» и «народная культура». История потребительской культуры. Потребительская социализация. Потребительская культурная революция: мещанство против консьюмеризма. Мещанство как адекватная форма культуры восходящего капитализма (В. Зомбарт). Консьюмеризм как современная идеология потребления: особенности формирования, основные черты. Социальные последствия консьюмеризма (навязчивое потребительское поведение). Потребление как ритуал. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбелл). Традиционное и современное потребление. Гедонизм.

Динамика культуры потребления. Потребительская социализация. Потребление эстетических благ и массовая культура. Культурный шок. Особенности эволюции развития контркультуры на Западе и в СССР.

Задания:

1. Посмотрите фильмы «Ирония судьбы» и «Ирония судьбы 2», определите особенности потребительского поведения, стандарты потребления героев фильма как типичных представителей «среднего класса» советского и современного периодов. Выявите общее и специфическое в культуре потребления героев фильмов.

2. Выберите интересный Вам тип молодежной субкультуры, определите специфику потребительского поведения ее типичных представителей и предложите вариант модернизации существующего товара (услуги) с учетом особенностей потребительских предпочтений выбранной субкультуры.

Литература:

1. Радаев, В.В. Социология потребления: основные подходы / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2005. – № 1. – С. 5–18.
2. Лебедева, Е.В. Потребление как процесс конструирования идентичности / Е.В. Лебедева // Социология. – 2005. – № 4. – С. 79–83.
3. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – Москва : Культурная революция ; Республика, 2006. – 269 с.
4. Ильин, В.И. Креативный консьюмеризм как тренд современного общества потребления / В.И. Ильин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5. – С. 41–53
5. Ильин, В.И. Поведение потребителей / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 233 с.
6. Рощина, Я.М. Социология потребления / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447 с.

Тема 3. Закономерности и эволюция потребления в Европе. Модели потребления в советском и постсоветском обществае

1. Эволюция потребления в Европе. Основные черты.
2. Цивилизационный процесс в истории потребления. Потребительские революции.
3. Глобализация потребления и современные тенденции в потреблении на Западе.
4. История потребления в СССР.
5. Основные черты переходной модели потребительского поведения.

Основное содержание. Потребление в историческом контексте. Закономерности эволюции потребления в Европе. Основные черты потребления в Европе X–XIII вв. Цивилизационный процесс в истории потребления. Структура повседневности в XV–XVIII вв. Потребительские революции. Глобализация потребления и современные тенденции в потреблении на Западе.

Трансформация потребительского поведения в конкретно-исторических условиях. Основные этапы развития потребления в СССР. Модели потребления в советском обществе: утилитарная и символическая.

Потребление в сталинскую эпоху: дефицит и распределение (Е.А. Осокина). Карточная система и торговля. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели. Основные черты советской очереди (В.Г. Николаев).

Жизненный стандарт в 1970-е – 1980-е гг. Изменения в потреблении в 1990-е гг. Основные черты переходной модели потребительского поведения: от дефицитности к появлению выбора вещей, от однообразных вещей к вещам, соответствующим индивидуальности человека, от самодельных вещей к новинкам промышленного производства, от низкой мобильности к быстрой сменяемости вещей, от дефицита товаров к дефициту символов. Потребление в условиях «символического дефицита» (С.А. Ушакин).

Современная модель потребительского поведения: отход от потребления как способа демонстрации экономических достижений к повышению качества жизни, повышение значимости неутилитарных (эмоциональных и символических) составляющих потребительского поведения, уменьшение влияния социально-экономического статуса в формировании потребительских различий и, соответственно, повышение роли «нестратификационных» оснований потребительской дифференциации (уровня материалистичности, культурно-образовательного капитала).

Подготовка выступлений на темы:

1. Современное потребление: особенности и тренды. Рационализация общества XX в.
2. «Фордизм» и постфордизм.
3. «Макдональдизация общества» (Дж. Ритцер). Исторические предшественники «макдональдизации» (рационализация М. Вебера, фордизм).
4. Дефицит в СССР в 1930-х гг. (Осокина). Карточная система и торговля.
5. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели.
6. Повседневная жизнь людей в эпоху Брежневского «застоя».
7. Повседневная жизнь людей в эпоху Горбачевской перестройки.

Литература:

1. Богданов, К. Советская очередь: социология и фольклор / К. Богданов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/localtxt/pov/sed/nev/nost/12.htm>
2. Горалик, Л. Антросоли памяти: воспоминания о костюме 1990-го года / Л. Горалик // Новое литературное обозрение, 2006 (5-6), №№ 81-82 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://linorg.ru/clothes90.html>

3. Добренко, Е. Гастрономический коммунизм: вкусное vs. здоровое. / Е. Добренко // «Неприкосновенный запас» 2009, №2(64) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/do9.html>
4. Кушкова, А. Советское прошлое сквозь воспоминания о продовольственном дефиците / А. Кушкова // Неприкосновенный запас. – 2009. – № 2(64) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/ku10.html>
5. Лебина, Н.Б. Обыватель и реформы. Картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевского десятилетия / Н.Б. Лебина, А.Н. Чистков. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2003. – 344 с.
6. Николаев, В.Г. Советская очередь как среда обитания: Социологический анализ: Научно-аналитический обзор / В.Г. Николаев // РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. Психологии ; редкол.: Л.В. Гирко (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 2000. – 188 с.
7. Осокина, Е.А. За фасадом «сталинского изобилия»: Распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации. 1927–1941 / Е.А. Осокина. – Москва : РОССЭПН, 1999. – 271 с.
8. Осокина, Е. Прощальная ода советской очереди. / Е. Осокина // «Неприкосновенный запас» 2005, № 5(43) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/43/oso10.html>
9. Осокина, Е. СССР в конце 1920-х – начале 1930-х годов: хроника начавшегося голода. / Е. Осокина // История, издательского дома «Первое сентября», № 20/1999. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://his.1september.ru/article.php?ID=199902001>
10. Осокина, Е.А. Иерархия потребления. О жизни людей в условиях сталинского снабжения. 1928–1935 гг. / Е.А. Осокина. – Москва : Изд-во Московского государственного открытого университета (МГОУ), 1993. – 144 с.
11. Осокина, Е.А. Цена «большого скачка». Кризисы снабжения и потребление в годы первых пятилеток / Е.А. Осокина // Советское общество: возникновение, развитие, исторический финал : в 2 т. Т. 1 : От вооруженного восстания в Петрограде до второй сверхдержавы мира / под общ. ред. Ю.Н. Афанасьева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://you1917-91.narod.ru/osokina.html>
12. Рощина, Я.М. Социология потребления / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447 с.
13. Тимофеев, М.Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 1 : Артефакты / М.Ю. Тимофеев // «Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований», № 4, 2012. – С. 39–51 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2012/11/timofeev02.pdf>
14. Тимофеев, М.Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 2 : Нарративы / М.Ю. Тимофеев // «Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований». – № 5. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2013/01/timofeev.pdf>
15. Тихомирова, А.М. В 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960–1980-е годы) /

Тема 4. Потребление вещей и потребление знаков

1. Концепции формирования ценности вещей.
2. Концепция потребления Ж. Бодрийяра.
3. Потребление как система манипулирования знаками.
4. Роль эстетической рефлексивности в потреблении.

Основное содержание. Концепции формирования ценности вещей. Основные концепции формирования ценности вещей (К. Маркс, Г. Зиммель, Ж. Бодрийяр). Символическая стоимость вещи (Ж. Бодрийяр).

Концепция потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр. Потребление как система манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки. Роль эстетической рефлексивности в потреблении (С. Лэш, Д. Урри). Возрастающая роль эстетической рефлексивности в потреблении.

Формирование «знакомой стоимости» предметов потребления. Структурная основа данного процесса. Социальные следствия трансформации потребления в процесс манипуляции знаками (явление символической мобильности).

Задания:

1. Дебаты на тему «Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства».
2. Написать эссе по теме: «Типы отношения людей к вещам».

Литература:

1. Бодрийяр, Ж. Система вещей. / Ж. Бодрийяр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/philosoph/ baudrillard-le-systeme-des-objets-81.pdf>
2. Гурова, О. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья / О. Гурова // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
3. Орлова, Г. Апология странной вещи: «Маленькие хитрости» советского человека / Г. Орлова // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/orl10-pr.html>
4. Бредникова, О. Старая вещь как персонаж блошиного рынка / О. Бредникова, З. Кутафьева // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
5. Голофаст, В.Б. Люди и вещи / В.Б. Голофаст // Социологический журнал. – 2000. – № 1–2. – С. 58–65. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jour.isras.ru/upload/journals/1/articles/628/submission/original/628-1119-1-SM.pdf>

Тема 5. Концепция стиля жизни в социологии потребления

1. Потребление и социальная включенность.
2. Концепция «стиля жизни».
3. Стиль жизни и потребление как важнейшая составляющая стиля жизни.
4. Демонстративное потребление и теория праздного класса.
5. Типологии стилей жизни.

Основное содержание. Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).

Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни. Различные подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни».

П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал. Типологии стилей жизни.

Задания:

1. Сделать доклад с использованием мультимедийных технологий: «Качественные методы выявления стилей жизни».
2. Написать эссе по теме: «Влияние жизненного стиля на покупательское поведение».

Литература:

1. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агенство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
2. Бокко, Р. Потребление и стиль жизни / Р. Бокко // А.И. Кравченко. Социология : хрестоматия для вузов. – М. : Академический Проект, 2002. – 736 с.
3. Бурдьё, П. Рынок символической продукции / П. Бурдьё // Вопросы социологии. – 1994. – Вып. 5. – С. 50–62.
4. Бурдьё, П. Различение: социальная критика суждений (фрагменты) / П. Бурдьё // Западная экономическая социология : хрестоматия современной классики. – М. : РОССПЭН, 2004. – С. 537–565
5. Бурдьё, П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдьё // Социология социального пространства. – Москва : ИЭС, 2007. – С. 64–86.
6. Бурдьё, П. Структура, габитус, практика / П. Бурдьё // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – № 2. – С. 44–60. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998_2/Bourdieu_1998_1.pdf

7. Гофман, А.Б. Экспансия молодежного стиля / А.Б. Гофман // Классическое и современное: этюды по истории и теории социологии / А.Б. Гофман. – Москва : Наука, 2003. – С. 732–738
8. Ильин, В. Образ и стиль потребления / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/constyle.html>
9. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель [и др.]. – Минск : Бел. наука, 2010. – С. 314 с.
10. Рощина, Я.М. Социология потребления. / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. – 447 с.
11. Рощина, Я.М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга. / Я.М. Рощина // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8. – № 4. – С. 23–42.
12. Шматко, Н.А. «Габитус» в структуре социологической теории / Н.А. Шматко // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Т. 1. – № 2. – С. 60–70

Тема 6. Потребление как текст

1. Знак, символ, фирменная марка.
2. Знак, символ в потреблении.
3. Потребление как текст.
4. Тело как текст. Пища как текст. Вкус как текст.
5. Роль бренда в потребительском выборе.
6. Бренд, брендинг, факторы выбора бренда, элементы идентичности бренда, категории товаров.
7. Изучение отношения потребителей к брендам.

Основное содержание. Потребление как текст. Социальное конструирование идентичности (принадлежности). Знак. Символ. Фирменная марка. Лояльность фирменной марке. Интертекст. Вкус как текст. Роль социализации в формировании иерархии вкуса. Вкус и социальное происхождение. Корреляция вкуса с материальным положением. Вкус и праздность.

Роль бренда в потребительском выборе. Бренд, брендинг, факторы выбора бренда, элементы идентичности бренда, категории товаров. Динамика брендового сознания. Изучение отношения потребителей к брендам.

Подготовка выступлений на тему:

1. Социальное конструирование идентичности при помощи потребительских практик.
2. Роль социализации в формировании иерархии вкуса.
3. Роль бренда в потребительском выборе.
4. Изучение отношения потребителей к брендам.

Групповое обсуждение по теме: «Роль брендов в потребительском поведении, бренды в повседневной жизни, бренды и самооценка».

Задание

Проведите наблюдение в социальной среде. Выберите объектом наблюдения незнакомого вам человека (в транспорте, на улице, вузе и т. д.) и аргументировано опишите его социальные характеристики (класс, уровень дохода, характер труда, уровень образованности, культурные вкусы и т. д.), ориентируясь на его одежду, обувь, аксессуары, технические устройства и прочие знаки.

Литература:

1. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агенство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
2. Ильин, В. Потребление как текст / В.Ильин. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/book/text.html>
3. Фуко, М. Слова и вещи / М. Фуко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/foucault/01/0.html>
4. Музыка как предмет потребления // Массовая культура. – Москва : ИНФРА-М; Альфа-М, 2004. – С. 142–198
5. Конева, А.В. Искусство модной фотографии / А.В. Конева // Культурная динамика. – Санкт-Петербург : Алтейя, 2008. – С. 441–455.
6. Лебедева, Е.В. Потребление как процесс конструирования идентичности / Е.В. Лебедева // Социология. – 2005. – № 4. – С. 79–83.
7. Тарасов, А. Не мир, но брэнд. Восприятие брэнд-агрессии провинциальной молодежи в России / А. Тарасов // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 2(34). – С. 11–27.

Тема 7. Шопинг как способ потребительского поведения и как образ жизни

1. Феномен торгового поля.
2. Покупатели. Покупательский спрос. Поведение покупателей и продавцов. Система доверия.
3. Динамика организации торговли и шопинг.
4. Шопинг как игра.
5. Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет.

Основное содержание. Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки

(Д. Бурстин). Феномен торгового поля. Факторы формирования торгового поля. Активность торгового персонала. Покупатели. Покупательский спрос. Поведение покупателей и продавцов. Система доверия.

Динамика организации торговли и шопинг. Рождение и основные особенности универмагов. Новая организация торговли. Супермаркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли в супермаркете.

Функции шоппинга. Шопинг как игра. Банковские карточки. «Бесплатный кредит». Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет. Потребители как общность. Движение потребителей.

Принципы организации торговли в супермаркете. Потребление в условиях мегамолла (переход от одномоментного акта превращается в элемент досуга). Стратегии регулирования поведением потребителей в условиях мегамолла.

Подготовка выступлений на тему:

1. Потребительское поведение как ритуал.
2. Реклама. История рекламы.
3. Шопинг и его функции

Задание

Разработать программу исследования на основе метода структурного наблюдения. Предмет: эффективность работы продавца.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы основные различия между «традиционной торговлей», универмагами, супермаркетами и моллами?
2. В последовательном развитии торговли: традиционная – универмаги – супермаркеты – молл – интернет-торговля: можно ли сказать, что есть «генеральная линия», т. е. одни и те же характеристики, которые постоянно изменяются?
3. Каковы различия и сходство в предпосылках и последствиях появления новых форм торговли: традиционная – универмаги – супермаркеты – молл – интернет-торговля?
4. Как вы думаете, сыграла ли интернет-торговля такую же роль, как в свое время появление универмагов и супермаркетов (новый этап торговли)? Почему?
5. Какова роль универмагов в изменении положения женщин в обществе?
6. Как по вашему, является ли сам по себе шопинг видом досуга? Для кого? Или досуговые занятия «сопутствуют» шопингу (кино, кафе и т. д.)?

Литература:

1. Горалик, Л. Деньги, висящие в гардеробе. Особенности русского шоппинга как классово-социальной практики / Л. Горалик // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://di-in-the-sky.livejournal.com/48226.html>
2. Гурова, О.Ю. Шоппинг, одежда и типология потребителей в Санкт-Петербурге / О.Ю. Гурова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Т. 14. – № 5(58) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Gurova_2011_5.pdf
3. Ильин, В. Феномен шоппинга. / В. Ильин // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/shopping.html>
4. Ирсетская, Е.А. Торгово-развлекательный комплекс как идеальная площадка для потребления в российском мегаполисе. / Е.А. Ирсетская, О.В. Китайцева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011 – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Irsetskaia_Kitaitseva%202011_5.pdf
5. Качалов, И. Успех в рознице: три взгляда с трех сторон. Взгляд 1: как ведет себя покупатель в магазине / И. Качалов // Практический маркетинг. – № 8. – 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/practical/2003-08/>
6. Лицкевич, Е.И. Человек как потребитель / Е.И. Лицкевич // Чалавек. Грамадства. Свет. – 2009. – № 2. – С. 58–62
7. Михайлова, О.И. Потребитель в моде: между свободой выбора и пространственными ограничениями / О.И. Михайлова, О.Ю. Гурова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2009. – № 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2009_1/Mikhaylova_Gurova_2009_1.pdf
8. Рощина, Я.М. Социология потребления / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447 с.
9. Тощенко, Ж.Т. Экономическое сознание и поведение четверть века спустя (конец 1980-х – начало 2010 гг. / Ж.Т. Тощенко // Социс. – 2014. – № 7. – С. 51–63.

Тема 8. Мода как социальный феномен

1. Феномен моды. Мода как искусство и массовая культура.
2. Структура потребителей моды.
3. Фазы движения моды.
4. Сопротивление моде.

Основное содержание. Феномен моды. Мода как искусство и массовая культура. «Уличная» мода», высокая мода.

Мода как институт потребления. Структура потребителей моды: инноваторы, лидеры, подражатели, консерваторы, традиционалисты. Фазы движения моды: производство моды, распространение, потребление.

Сопротивление моде. Формы сопротивления моде. Немодные объекты, антимода, утилитаризм, натурализм, феминизм, консервативный скептицизм.

Темы для выступлений:

1. Изменение моды на протяжении XX века.
2. Мода как социальный феномен.
3. Мода и идентификация.
4. Мода XXI века.

Литература:

1. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.А. Якимчик. – Минск : ООО «Агентство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
2. Гофман, А.Б. О модах в современной теоретической социологии // А.Б. Гофман // Социс. – 2013. – № 10. – С. 21–28.
3. Гофман, А.Б. Обычай. Мода, дизайн / А.Б. Гофман // Классическое и современное: этюды по истории и теории социологии / А.Б. Гофман. – Москва : Наука, 2003. – С. 611–720.
4. Гурова, О.Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О.Ю. Гурова // Социологические исследования. – 2011. – № 8. – С. 72–82 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2011-8/Gurova.pdf>
5. Жилкина, М.С. Психология рекламы и поведение потребителей: индивидуально-типологический подход : монография / М.С. Жилкина. – Москва : Компания Спутник+, 2009. – 141 с.
6. Зиммель, Г. Мода / Г. Зиммель. // Избранное. – Т. 2 : Созерцание жизни. – Москва : Юрист, 1996. – С. 266–291.
7. Ильин, В.И. Мода как социальный феномен / В. Ильин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html>
8. Ильин, В.И. Поведение потребителей : учеб. пособие / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 223 с.
9. Кисина, Ю. Символическое тело одежды. / Ю. Кисина // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 5(37) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/kis17.html>
10. Кон, И.С. Битва за штаны: этикет, мода, политика, идеология / И.С. Кон // Человек. – 2001. – № 5. – С. 18–23.
11. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель [и др.]. – Минск : Бел. наука, 2010. – 314 с.

Тема 9. Особенности потребления в различных сферах

1. Особенности потребления в сфере еды и одежды.
2. Потребление в сфере культуры. Высокое искусство как социальный капитал.

3. Потребление в сфере туризма.
4. Потребление общественных и бесплатных благ.

Основное содержание. Особенности потребления в сфере еды и одежды. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи. Структуралистские исследования в области потребления. Функции одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Этапы распространения моды. Одежда и социальный статус. Теория просачивания (Г. Зиммель). Антимода.

Потребление в сферах туризма и культуры. Трансэстетика потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Высокое искусство и коммерция (Н. Уайтли). Поп-арт и китч. Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал.

История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри). Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл). Туристическое созерцание.

Потребление общественных и бесплатных благ.

Подготовка выступлений на тему:

1. Особенности потребления в сфере еды и одежды.
2. Функции одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис).
3. Одежда и социальный статус.
4. Потребление в сферах туризма и культуры.
5. История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри).
6. Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл).

Вопросы для обсуждения:

1. Чем могут быть рождены запреты на специфические виды пищи: например, кошерная пища, халяльная и т. д. (запреты на свинину, говядину, морепродукты и т. д.), учитывая, что и в религиях эти запреты должны были появиться по какой-то причине?
2. Зачем государству и церкви нужен контроль над питанием? Есть ли разница между этими институтами в ограничениях?
3. Вегетарианство: в чем его причины?
4. Унифицируется ли потребление пищи в современном мире? В чем причины?
5. Мода по Зиммелю – это что-то массовое («все») или новаторское («передовой отряд»)? А в современном обществе? Есть ли вообще в западном обществе сейчас такое явление, как «мода»?
6. Согласны ли вы, что одежда – один из видов языка? Почему?

7. С чем сегодня в западном обществе в наибольшей степени связаны различия в одежде: статус, характер, функции (деловая, домашняя, спортивная одежда и т. д.)? А в других странах (Азия, Латинская Америка...)?

8. Перенимают ли сейчас средние и низшие слои практики потребления высших слоев, как об этом писал Зиммель?

9. Что в большей степени сейчас отражает одежда: принадлежность к социальному слою или личный вкус, самовыражение?

10. Согласны ли вы, что современный этап развития туризма можно назвать «смертью туризма»? Или это смерть определенной формы туризма?

11. Считаете ли Вы, что телепередачи про путешествия, посещение туристических сайтов (достопримечательности разных стран и т. д.) можно назвать «виртуальным туризмом»? Какие черты «процесса» необходимы, чтобы его можно было считать «туризмом»?

Литература:

1. Автономов, Ю. Взгляд на искусство через призму экономической теории. Спрос на рынке изобразительного искусства / Ю. Автономов // Неприкосновенный запас. – 2003. – № 6(32).
2. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агентство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
3. Барабанов, Е. Искусство на рынке или рынок искусства? / Е. Барабанов // Художественный журнал. – 2002. – № 46 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xz.gif.ru/numbers/46/rynok/>
4. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр // пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. – Москва : Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
5. Вайнштейн, О. «Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды. / О. Вайнштейн // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 5(37). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/van14.html/>
6. Горалик, Л. «Стыдно, как во сне». Адекватность костюма: субъективная тревога и поиск объективных факторов / Л. Горалик // Теория моды. Одежда, тело, культура. – № 23. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya_mody/23_tm_1_2012/article/18706/
7. Горалик, Л. Полая женщина: Мир Барби изнутри и снаружи / Л. Горалик. – Москва : Новое литературное обозрение. – 2006. – 320 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=89360>
8. Горалик, Л. Символика и символы советской эпохи в сегодняшнем российском брендинге / Л. Горалик // Теория моды. – 1999. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://linorg.ru/sov_brend.html
9. Ильин, В.И. Поведение потребителей : учеб. пособие / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 223 с.

10. Лысакова, А.А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени / А.А. Лысакова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Lysakova_2011_5.pdf
11. Лысикова, О.В. Современные туристы и местные жители: социальные практики взаимодействия / О.В. Лысикова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Lysikova_2011_5.pdf
12. Ритцер, Дж. Макдональдизация общества / Дж. Ритцер ; пер. с англ. А.В. Лазарева ; вступ. статья Т.А. Дмитриева. – М. : Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – 592 с.
13. Рощина, Я.М. Социология потребления / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447 с.
14. Софронов-Антомони, В. Индустрия наслаждения. / В. Софронов-Антомони // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/12.htm
15. Сохань, И.В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления / И.В. Сохань // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Sokhan_2011_5.pdf
16. Урри, Д. Туристическое созерцание и окружающая среда / Д. Урри // Вопросы социологии. – 1996. – Вып. 7. – С. 70–99.
17. Черняева, Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений / Т.И. Черняева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2009. – Т. 12. – № 3. – С. 116–127.

Тема 10. Гендерные модели потребления

1. Пол и гендер. Социально-половая (гендерная) сегментация рынка.
2. Гендерные различия в шоппинге (К. Кемпбелл).
3. Социально-половая потребительская социализация.
4. Феминизм и изменение гендерных границ потребления.
5. Модель «прекрасного пола». Модель «сильного пола».

Основное содержание. Пол и гендер. Социально-половая (гендерная) сегментация рынка. Пространство потребления как совокупность гендерных дискурсивных полей. Рождение универмагов и новая роль женщин. Гендерные различия в шоппинге (К. Кемпбелл).

Социально-половая потребительская социализация. Пространство потребления как совокупность гендерных дискурсивных полей. Рождение универмагов и новая роль женщин.

Модель «прекрасного пола». Модель «сильного пола». Маскулинизированные женщины и феминизированные мужчины. Гендерные образы в рекламе. Роль потребления в конструировании гендерных стереотипов. Женские журналы. Феминизм и изменение гендерных границ потребления. Потребление в стиле «унисекс».

Подготовка выступлений на тему:

1. Пространство потребления как совокупность гендерных дискурсивных полей.
2. Гендерные различия в шоппинге (К. Кемпбелл).
3. Гендерные образы в рекламе.
4. Роль потребления в конструировании гендерных стереотипов.
5. Феминизм и изменение гендерных границ потребления.

Задание

Подготовиться к дискуссии по теме: «Идеальная женщина» и «Идеальный мужчина» – мифы современного общества.

Литература:

1. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агенство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
2. Герасимов, Г.И. Общество потребления: мифы и реальность / Г.И. Герасимов. – Москва : Знание, 1984. – 231 с.
3. Громашева, О.А. Мужское и женское в практиках питания: интерпретации петербургских родителей и детей / О.А. Громашева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Gramasheva_2011_5.pdf
4. Жилкина, М.С. Психология рекламы и поведение потребителей: индивидуально-типологический подход : монография / М.С. Жилкина. – Москва : Компания Спутник+, 2009. – 141 с.
5. Ильин, В. Гендерные модели потребления / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/gender.html>
6. Мищенко, Т.А. Советское потребительство в эпоху оттепели: гендерный аспект / Т.А. Мищенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovetskoe-potrebiteľstvo-v-epochu-ottepeli-gendernyy-aspekt>
7. Мищенко, Т.А. «Новая советская женщина»: роль потребительницы в условиях дефицита / Т.А. Мищенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sejournal.ru/articles/issn_1997-292X_2013_10-2_32.pdf
8. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель [и др.]. – Минск : Бел. наука, 2010. – 314 с.

ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ «СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ»

Основная литература

1. Анисимов, С.Ф. Духовные ценности: производство и потребление / С.Ф. Анисимов. – Москва : Мысль, 1988. – 253 с.
2. Бабосов, Е.М. Экономическая социология : учебное пособие для студентов вузов / Е.М. Бабосов. – Минск : Технопринт, 2004. – 336 с.
3. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей : учебное пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимчик. – Минск : ООО «Агентство Владимира Гревцова», 2010. – 176 с.
4. Бокок, Р. Потребление и стиль жизни / Р. Бокок // А.И. Кравченко. Социология : хрестоматия для вузов. – Москва : Академический Проект, 2002. – 736 с.
5. Герасимов, Г.И. Общество потребления: мифы и реальность / Г.И. Герасимов. – Москва : Знание, 1984. – 231 с.
6. Гофман, А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : КДУ, 2010. – 228 с.
7. Жилкина, М.С. Психология рекламы и поведение потребителей: индивидуально-типологический подход : монография / М.С. Жилкина. – Москва : Компания Спутник+, 2009. – 141 с.
8. Ильин, В. И. Поведение потребителей / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 233 с.
9. Потребление и стабильность общества. / С.А. Шавель [и др.]. – Минск: Бел. наука, 2010. – 314с.
10. Радаев, В.В. Социология потребления: основные подходы / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2005. – № 1. – С. 5–18.
11. Радаев, В.В. Экономическая социология: курс лекций. / В.В. Радаев // Москва : ГУ ВШЭ, 2008. – 608 с.
12. Рощина, Я. М. Социология потребления / Я.М. Рощина. – Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 447с.

Дополнительная литература

13. Автономов, Ю. Взгляд на искусство через призму экономической теории. Спрос на рынке изобразительного искусства / Ю. Автономов // Неприкосновенный запас. – 2003. – № 6(32).
14. Барабанов, Е. Искусство на рынке или рынок искусства? / Е. Барабанов // Художественный журнал. – 2002. – № 46 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xz.gif.ru/numbers/46/gynok/>
15. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей. – 10-е изд. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.
16. Богданов, К. Советская очередь: социология и фольклор / К. Богданов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/localtxt/pov/sed/nev/nost/12.htm>

17. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр // пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. – Москва : Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
18. Бодрийяр, Ж. Система вещей. / Ж. Бодрийяр. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/philosoph/ baudrillard-le-systeme-des-objets-81.pdf>
19. Бредникова, О. Старая вещь как персонаж блошиного рынка / О. Бредникова, З. Кутафьева // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
20. Бурдьё, П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. – 1994. – Вып. 5. – С. 50–62.
21. Бурдьё, П. Различение: социальная критика суждений (фрагменты) / П. Бурдьё // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. – М. : РОССПЭН, 2004. – С. 537–565
22. Бурдьё, П. Социальное пространство и символическая власть. // П. Бурдьё. Социология социального пространства. – Москва, ИЭС, 2007. – С. 64–86.
23. Бурдьё, П. Структура, габитус, практика / П. Бурдьё // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – № 2. – С. 44–60. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998_2/Bourdieu_1998_1.pdf
24. Вайнштейн, О. «Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды. / О. Вайнштейн // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 5(37). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/van14.html/>
25. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – Москва : Прогресс, 1984. – 217 с.
26. Герасимов, Г.И. Общество потребления: мифы и реальность / Г.И. Герасимов. – Москва : Знание, 1984. – 231 с.
27. Голофаст, В.Б. Люди и вещи / В.Б. Голофаст // Социологический журнал. – 2000. – № ½. – С. 58–65. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nir.ru/sj/sj1-2-00gol.html>
28. Горалик, Л. «Стыдно, как во сне». Адекватность костюма: субъективная тревога и поиск объективных факторов / Л. Горалик // Теория моды. Одежда, тело, культура. – № 23, – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya_mody/23_tm_1_2012/article/18706/
29. Горалик, Л. Антросоли памяти: воспоминания о костюме 1990-го года / Л. Горалик // Новое литературное обозрение. – 2006 (5-6). – №№ 81–82 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://linorg.ru/clothes90.html>
30. Горалик, Л. Деньги, висящие в гардеробе. Особенности русского шоппинга как классово-социальной практики / Л. Горалик // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://di-in-the-sky.livejournal.com/48226.html>
31. Горалик, Л. Полая женщина: Мир Барби внутри и снаружи. / Л. Горалик. – Москва : Новое литературное обозрение, 2006. – 320 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=89360>
32. Горалик, Л. Символика и символы советской эпохи в сегодняшнем российском брендинге / Л. Горалик // Теория моды. – 1999. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://linorg.ru/sov_brend.html

33. Гофман, А.Б. О модах в современной теоретической социологии / А.Б. Гофман // Социс: Социологические исследования. – 2013. – № 10. – С. 21–28.
34. Гофман, А. Б. Обычай. Мода, дизайн / А.Б. Гофман // Классическое и современное: этюды по истории и теории социологии / А.Б. Гофман. – Москва : Наука, 2003. – С. 611–720.
35. Гофман, А.Б. Экспансия молодежного стиля / А.Б. Гофман // Классическое и современное: этюды по истории и теории социологии / А.Б. Гофман. – Москва : Наука, 2003. – С. 732–738.
36. Громашева, О.А. Мужское и женское в практиках питания: интерпретации петербургских родителей и детей. / О.А. Громашева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Gramasheva_2011_5.pdf
37. Гурова, О. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья / О. Гурова // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
38. Гурова, О.Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О.Ю. Гурова // Социологические исследования. – 2011. – № 8. – С. 72–82. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2011-8/Gurova.pdf>
39. Добренко, Е. Гастрономический коммунизм: вкусное vs. здоровое / Е. Добренко // Неприкосновенный запас. – 2009. – № 2(64) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/do9.html>
40. Дорин, А.В. Экономическая социология / А. В. Дорин. – Минск : Экоперспектива, 1997. – 254 с.
41. Зиммель, Г. Мода / Г.Зиммель. // Избранное. – Т. 2 : Созерцание жизни. – Москва : Юрист, 1996. – С. 266–291
42. Иванов, Д.В. Феномен потребления: критический подход / Д.В. Иванов // Социология потребления : сборник статей. – СПб. : Санкт-петербургский государственный университет, 2001. – С. 10-23.
43. Ильин, В. Гендерные модели потребления / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/gender.html>
44. Ильин, В.И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления / В.И. Ильин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – Т. 14, № 5(58). – С. 41–54
45. Ильин, В. Образ и стиль потребления / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/constyle.html>
46. Ильин, В. Потребление как текст / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/book/text.html>
47. Ильин, В. Потребление социально-экономических групп и слоев. Демонстративное потребление / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/socec.html>
48. Ильин, В. Феномен потребления / В. Ильин. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/introduction.html>
49. Ильин, В. Феномен шоппинга. / В. Ильин // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/shopping.html>

50. Ильин, В.И. Мода как социальный феномен / В. Ильин // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html>
51. Ирсетская, Е.А. Торгово-развлекательный комплекс как идеальная площадка для потребления в российском мегаполисе / Е.А. Ирсетская, О.В. Китайцева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011 – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Irsetskaia_Kitaitseva%202011_5.pdf
52. Канашевич, Н.М. Экономическая социология : курс лекций / Н.М. Канашевич. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2009. – 200 с.
53. Качалов, И. Успех в рознице: три взгляда с трех сторон. Взгляд 1: как ведет себя покупатель в магазине / И. Качалов // Практический маркетинг. – № 8. – 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfm.ru/press/practical/2003-08/>
54. Кисина, Ю. Символическое тело одежды. / Ю. Кисина // Неприконовенный запас. – 2004. – № 5(37) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/kis17.html>
55. Кон, И.С. Битва за штаны: этикет, мода, политика, идеология / И.С. Кон. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/book/pants.html>
56. Конева, А.В. Искусство модной фотографии / А.В. Конева // Фундаментальные проблемы культурологии : в 4 т. / отв. ред. Д.Л. Спивак. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2008. – Т. 3 : Культурная динамика. – С. 441–455.
57. Кушкова, А. Советское прошлое сквозь воспоминания о продовольственном дефиците / А. Кушкова // Неприконовенный запас. – 2009. – № 2(64) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/ku10.html>
58. Лебедева, Е.В. Потребление как процесс конструирования идентичности / Е.В. Лебедева // Социология. – 2005. – № 4. – С. 79–83.
59. Лебина, Н.Б. Обыватель и реформы. Картины повседневной жизни горожан в годы НЭПа и хрущевского десятилетия / Н.Б. Лебина, А.Н. Чистков. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2003. – 344 с.
60. Линцова, Н.Ю. Модели стилей потребления в трансформирующихся обществах / Н.Ю. Линцова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/modeli-stiley-potrebleniya-v-transformiruyuschihysya-obschestvah>
61. Лицкевич, Е.И. Человек как потребитель / Е.И. Лицкевич // Чалавек. Грамадства. Свет. – 2009. – № 2. – С. 58–62.
62. Лучкина, Л. Польша: сдвиги в личном потреблении: экономика / Л. Лучкина // МЭиМО. – 2001. – № 5. – С. 96–102.
63. Лысакова, А.А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени / А.А. Лысакова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Lysakova_2011_5.pdf
64. Лысыкова, О.В. Современные туристы и местные жители: социальные практики взаимодействия / О.В. Лысыкова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Lysikova_2011_5.pdf

65. Люди и вещи в советской и постсоветской культуре / О.Г. Ечевская [и др.]. – Новосибирск : Изд-во НГУ, 2005. – 130 с.
66. Михайлова, О.И. Потребитель в молле: между свободой выбора и пространственными ограничениями / О.И. Михайлова, О.Ю. Гурова // Журнал социологии и социальной антропологии – 2009 – № 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2009_1/Mikhaylova_Gurova_2009_1.pdf
67. Мищенко, Т.А. «Новая советская женщина»: роль потребительницы в условиях дефицита / Т.А. Мищенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2013_10-2_32.pdf
68. Мищенко, Т.А. Советское потребительство в эпоху оттепели: гендерный аспект / Т.А. Мищенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovetskoe-potrebitelstvo-v-epohu-ottepeli-gendernyy-aspekt>
69. Мозгова, Т.А. Личность и современное общество потребления в изображении Мишеля Уэльбека / Т.А. Мозгова // Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта. – Сер. 3, Філалогія. Педагогіка. – 2009. – № 3. – С. 28–31.
70. Музыка как предмет потребления // Массовая культура. – Москва : ИНФРА-М : Альфа-М, 2004. – С. 142–198.
71. Николаев, В.Г. Советская очередь как среда обитания: Социологический анализ: Научно-аналитический обзор / В.Г. Николаев // РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. Психологии ; редкол.: Л.В. Гирко (отв. ред.) [и др.]. – Москва, 2000. – 188 с.
72. Орлова, Г. Апология странной вещи: «Маленькие хитрости» советского человека / Г. Орлова // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 34. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/orl10-pr.html>
73. Осокина, Е.А. За фасадом «сталинского изобилия»: Распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации. 1927–1941 / Е.А. Осокина. – Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССЭПН), 1999. – 271 с.
74. Осокина, Е. Прощальная ода советской очереди / Е. Осокина // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 5(43) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/43/oso10.html>
75. Осокина, Е. СССР в конце 1920-х – начале 1930-х годов: хроника начавшегося голода / Е. Осокина // История, издательского дома «Первое сентября». – № 20. – 1999. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://his.1september.ru/article.php?ID=199902001>
76. Осокина, Е.А. Иерархия потребления. О жизни людей в условиях сталинского снабжения. 1928–1935 гг. / Е.А. Осокина. – Москва : Изд-во Московского государственного открытого университета (МГОУ), 1993. – 144 с.
77. Осокина, Е.А. Цена «большого скачка». Кризисы снабжения и потребление в годы первых пятилеток / Е.А. Осокина // Советское общество: возникновение, развитие, исторический финал : в 2 т. Т. 1 : От вооруженного восстания в Петрограде до второй сверхдержавы мира / под общ. ред. Ю.Н. Афанасьева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://you1917-91.narod.ru/osokina.html>
78. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель [и др.]. – Минск : Бел. наука, 2010. – 314 с.

79. Ритцер, Дж. Макдональдизация общества / Дж. Ритцер ; пер. с англ. А.В. Лазарева ; вступ., ст. Т.А. Дмитриева. – Москва : Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – 592 с.
80. Рощина Я.М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга / Я.М. Рощина // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8, № 4. – С. 23–42.
81. Софронов-Антомони, В. Индустрия наслаждения / В. Софронов-Антомони // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/12.htm
82. Сохань, И.В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления / И.В. Сохань // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2011. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Sokhan_2011_5.pdf
83. Тарасов, А. Не мир, но брэнд. Восприятие брэнд-агрессии провинциальной молодежи в России / А. Тарасов // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 2 (34). – С. 11–27.
84. Тимофеев, М.Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 2 : Нарративы / М.Ю. Тимофеев // «Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований». – № 5. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2013/01/timofeev.pdf>
85. Тимофеев, М.Ю. Псевдосоветский общепит как империя знаков: системно-семиотический анализ. Часть 1 : Артефакты / М.Ю. Тимофеев // «Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований». – № 4. – 2012. – С. 39–51. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2012/11/timofeev02.pdf>
86. Тихомирова, А.М. В 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960-е – 1980-е годы) / А.М. Тихомирова // Неприкосновенный запас. – 2004. – № 5(37) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/tih16.html>
87. Тощенко, Ж.Т. Экономическое сознание и поведение четверть века спустя (конец 1980-х – начало 2010 гг. / Ж.Т. Тощенко // Социс: Социологические исследования. – 2014. – № 7. – С. 51–63.
88. Урри, Д. Туристическое созерцание и окружающая среда / Д. Урри // Вопросы социологии. – 1996. – Вып. 7. – С. 70–99.
89. Фоксол, Г. Психология потребителей в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун. – СПб. : Питер, 2001. – 349 с.
90. Фрейзер, Н. Может ли общество полностью быть предметом потребления? : на основе размышлений К. Поланьи о капиталистическом кризисе / Н. Фрейзер // Социология. – 2013. – № 3. – С. 50–61.
91. Фуко М. Слова и вещи. – СПб. : А-Cad, 1994 // <http://www.philosophy.ru/library/foucault/01/0.html>
92. Цымбал, Е.А. Самореализация и творчество личности в обществе потребления / Е.А. Цымбал // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/samorealizatsiya-i-tvorchestvo-lichnosti-v-obschestve-potrebleniya>

93. Черняева, Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений / Т.И. Черняева // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2009. – Т. 12. – № 3. – С. 116–127.
94. Шавель, С.А. Потребление и стабильность общества: к методологии социологического анализа / С.А. Шавель // Социология. – 2009. – № 3. – С. 18–34.
95. Шматко, Н.А. «Габитус» в структуре социологической теории / Н.А. Шматко // Журнал социологии и социальной антропологии. – Т. 1, № 2. – 1998. – С. 60–70.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ (ЭССЕ)

1. Социологические, экономические, психологические и философские подходы к анализу потребления.
2. Основные черты потребления в Средние века в Европе.
3. Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма.
4. «Потребительские революции» и их роль в современном потреблении.
5. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления.
6. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.
7. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: основные идеи и понятия.
8. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
9. «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).
10. Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд).
11. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел).
12. История потребительской культуры (Д. Слетер).
13. Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
14. Понятие общества потребления, его ключевые черты и тенденции.
15. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер).
16. Электронный маркетинг и интернет-продажи (Г. Ритцер).
17. Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
18. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки (Д. Бурстин).
19. Мода как институт потребления. Особенности моды по Г. Зиммелю.
20. Современная и традиционная организация торговли.
21. Понятие «шопинг». Принципы организации торговли в супермаркете.
22. Одежда как язык. Функции одежды (Ф. Дэвис).
23. Высокое искусство и коммерция: сходство и различие.
24. История, предпосылки и этапы развития туризма (Лэш, Урри).
25. Туристическое созерцание. Планы туристического восприятия (Мак-Каннелл).
26. Гендерные различия в шопинге (Кемпбелл).
27. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.
28. Основные этапы развития потребления в СССР.

29. Потребление в Сталинскую эпоху: дефицит и карточная система.
30. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели.
31. Основные черты советской очереди.
32. Переходная модель потребительского поведения.
33. Потребление в условиях символического дефицита (С. А. Ушакин).
34. Современное потребление: специфические черты и тренды.
35. Традиционное, современное потребление и гедонизм (К. Кэмпбел).
36. Очередь как институт дефицита.
37. Психологические типы потребителей.
38. На какие «эмоции» рассчитывает реклама (контент-анализ рекламы на телевидении и в масс-медиа).
39. Факторы, влияющие на потребительское поведение семьи.
40. Взаимосвязь потребления и информации.
41. Потребление как игра.
42. Эстрада как массовая культура.
43. Вещи, знаки и коды.
44. Джинсы и их символическое значение.
45. Мода и идентификация.
46. Туризм и «новый праздничный класс» в Беларуси.
47. Аскетизм и гедонизм: два полюса потребления.
48. Имидж товара и имидж человека.
49. Кредитная карта: от виртуальных денег к виртуальному потреблению?
50. Повседневность и праздник в потреблении.
51. Реклама и навязывание стереотипов потребления.
52. Нужно ли спорить о вкусах?
53. «Новые русские» и демонстративное потребление.
54. Демонстративное потребление.
55. Потребление и стиль жизни.
56. Гендерные аспекты потребления.
57. Культура(ы) потребления.
58. Потребительская социализация.
59. Проблема сверхпотребления.
60. Проблема лишнего веса как социальная проблема.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие потребления.
2. Объект и предмет социологии потребления.
3. История изучения потребительского поведения.
4. Классики о потреблении (К. Маркс, Г. Зиммель, М. Вебер, Т. Веблен).
5. Концепция потребления Ж. Бодрийяра.
6. Роль эстетической рефлексивности в потреблении (С. Лэш, Д. Урри).
7. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.
8. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
9. Проблема потребления в маркетинге.
10. Этапы развития потребления в Европе.
11. История потребления в СССР.
12. Потребление в современной России.
13. Культура как фактор потребительского поведения.
14. Потребительская социализация.
15. Динамика культуры потребления.
16. Основные черты общества потребления.
17. Типы поведения потребителя.
18. Потребление как текст.
19. Феномен шопинга.
20. Товар как социальный конструкт.
21. Мода как социальный феномен.
22. Структура потребителей моды.
23. Фазы движения и сопротивление моде.
24. Образ и стиль потребления.
25. Семья и потребление.
26. Социально-половая (гендерная) сегментация рынка.
27. Социально-половая потребительская социализация.
28. Модель «прекрасного пола».
29. Модель «сильного пола».
30. Феминизм и изменение гендерных границ потребления.
31. Особенности потребительских практик в классовых сообществах.
32. Социальное конструирование социально-экономических слоев.
33. Феномен демонстративного поведения.
34. Феномен компенсаторного потребления.
35. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур).

36. Индустриальное общество как рационально действующая машина.
37. «Макдональдизация общества» (Дж. Ритцер).
38. Исторические предшественники «макдональдизации» (рационализация М. Вебера, фордизм).
39. Источники процесса макдональдизации.
40. Современный туризм как «макдональдизированная» схема.
41. Реклама как институт потребления.
42. Особенности потребления в сфере питания.
43. Особенности потребления в сфере одежды.
44. Функции одежды. Одежда и социальный статус.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
Тема 1. Проблематика потребления в социально-гуманитарных дисциплинах	4
Тема 2. Культура потребления	5
Тема 3. Закономерности и эволюция потребления в европе. Модели потребления в советском и постсоветском обществах	6
Тема 4. Потребление вещей и потребление знаков	9
Тема 5. Концепция стиля жизни в социологии потребления	10
Тема 6. Потребление как текст	11
Тема 7. Шоппинг как способ потребительского поведения и как образ жизни	12
Тема 8. Мода как социальный феномен	14
Тема 9. Особенности потребления в различных сферах	15
Тема 10. Гендерные модели потребления	18
ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ «СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ»	20
ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ (ЭССЕ)	27
ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ	29

Учебное издание

Титова Елена Николаевна
Борисова Ольга Васильевна

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Учебно-методические рекомендации

Технический редактор *А. Л. Позняков*
Компьютерная верстка *А. Л. Позняков*
Корректор

Подписано в печать .2018.

Формат 60x84/16. Гарнитура Times New Roman Суг.
Усл.-печ. л. 3,95. Уч.-изд. л. 3,0. Тираж 41 экз. Заказ № .
Учреждение образования «Могилевский государственный университет
имени А. А. Кулешова», 212022, Могилев, Космонавтов, 1
Свидетельство ГРИИРПИ № 1/131 от 03.01.2014 г.

Отпечатано в отделе оперативной полиграфии
МГУ имени А. А. Кулешова. 212022, Могилев, Космонавтов, 1