

Учебные программы

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

по направлению 040200.62 – Социология
(2-я ступень высшего профессионального образования)

Интернет-программа

Рощина Яна Михайловна

к.э.н., доцент кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ

Email: yroshchina@hse.ru

Курс «Социология потребления» предназначен для студентов 3 курса социологического факультета и предполагает знание студентами основ микроэкономики и макроэкономики, социологии, экономической социологии. Студенты, приступающие к изучению курса, должны иметь базовые знания в области экономической теории в объеме «Микроэкономика-1» и прослушать курс «Экономическая социология».

Данный курс является инновативным, дающим широкое представление об основных социологических теориях потребления. В рамках курса рассматривается место социологии потребления как специальной области экономической социологии, сравниваются концептуальные подходы к изучению потребительского поведения в экономике, социологии и экономической психологии, соответствующие модели и инструментарий. В курсе анализируются реальные процессы в области потребления в России и за рубежом, его динамика за последние десятилетия, основные методологические подходы к статистике потребления, некоторые направления социальной политики. Рассматриваются также основные методы эмпирического анализа потребительского поведения, результаты важнейших работ западных и российских социологов (советского и современного периодов).

Задачи курса:

- проанализировать основные социологические теории потребления;
- сравнить экономический, социологический и маркетинговый подходы к анализу потребления;
- изучить основы применения основных достижений и подходов социологического анализа потребления в экономических дисциплинах;
- рассмотреть методы эмпирических исследований потребления и основные результаты в этой области;
- изучить тенденции истории потребления в России и в мире.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- знать модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология);
- уметь разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной теме;
- иметь представление о реальных социально-экономических процессах в сфере потребления в России и за рубежом.
- обладать навыками использования статистических данных.

Тематический расчет часов

№ п/п	Наименование тем	Аудиторные часы			Самост. работа	Итого часов
		Лекции	Семинары	Всего		
1	Предмет курса. Различия экономического и социологического подходов к изучению потребления.	1	–	1	2	3
2	Экономическая модель поведения потребителя	1	–	1	4	5
3	Использование социологических концепций и предпосылок в экономических моделях потребления	2	–	2	2	4
4	Психологические и философские основания поведения потребителя. Потребление как предмет социологического анализа.	1	–	1	2	3
5	Потребление в историческом контексте	2	2	4	2	6
6	Человек и вещь. Система вещей.	2	2	4	2	6
7	Потребление знаков. Основные концепции формирования ценности вещей	2	–	2	2	4
8	Концепция стиля жизни в теории потребления	2	–	2	2	4
9	Потребление в теориях социальной стратификации	2	–	2	2	4
10	Потребление в культурологическом и этическом контексте	2	–	2	2	4
11	Теории новых типов обществ	2	–	2	2	4
12	Черты современного потребления	2	–	2	2	4
13	Потребление в социологии постмодерна	2	–	2	2	4
14	Потребление и его институты	2	0	2	2	4
15	Шоппинг как способ потребительского поведения	0	2	2	2	4
16	Потребление в сферах питания и одежды	0	2	2	2	4
17	Потребление в сферах туризма и культуры	0	2	2	2	4
18	Гендерные различия в потреблении	1	–	1	2	3
19	Потребление как процесс принятия решений. Влияние различных факторов	1	–	1	2	3
20	Маркетинг и продвижение товаров на потребительском рынке	1	–	1	2	3
21	Тенденции в потреблении в СССР и в России эпохи реформ.	0	2	2	2	4
22	Заключение. Классификация социологических теорий потребления	0	2	2	2	4
	Эссе			–	10	10
	Итоговый экзамен			–	10	10
	Всего	28	14	42	66	108

Базовая литература:

- Хрестоматия по социологии потребления / Сост. Я.М. Рощина. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
- *Рощина Я.М.* Социология потребления (Рукопись учебного пособия).

Содержание программы

Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ

Тема 1. Предмет курса. Различия экономического и социологического подходов к изучению потребления

Предмет курса. Понятие потребления. Потребительское поведение как деятельность. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.

Основная литература

Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1. С. 5–18. <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Введение.

Дополнительная литература

Aldridge A. Rational Consumption in “Which?” // *Sociology*. 1994. Vol. 28. No. 4.

Frenzen J., Hirsch P.M., Zerillo P.C. Consumption, Preferences, and Changing Lifestyles // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 403–425.

Keat R., Abercrombie N., Whiteley N. The Authority of the Consumer. L.: Routledge, 1994. Ch. 1, 2, 3.

Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998. С. 9–56, 125–205. <http://ek-lit.agava.ru/avtosod.htm>

Ильин В.И. Феномен потребления. <http://www.consumers.narod.ru/lections/introduction.html>

Ильин В.И. Социология потребления. Дистанционный курс лекций. <http://www.consumers.narod.ru/>

Лезурн Ж. Основные элементы теории полезности // *THESIS*. 1993. № 3. http://www.hse.ru/science/igiti/thesis3/3_1_1Lesou.pdf

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. http://gallery.economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=../in/scitovsky/works/scitovsky_w1.txt&img=works_small.gif&name=scitovsky

Энджел Д.Ф., Блэкуэл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 1999. С. 336–338.

Раздел 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тема 2. Экономическая модель поведения потребителя.

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля. Понятие функции потребления.

Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора и др. (Дж. Кейнс, Дж. Дьюзенберри, М. Фридмен, Ф. Модильяни, А. Дитон). Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Основная литература

Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. Т. 1. СПб.: Экономическая школа, 1994. Гл. 3–5. С. 101–244. <http://microeconomica.economicus.ru/index.php?file=3>

Тарасевич Л., Гребенников П., Леусский А. Микроэкономика: Электронный учебник. Гл. 3. Теория потребительского спроса. <http://www.finec.ru/rus/parts/microeconomics/titul.html>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 1. Основы концепции экономической модели поведения потребителя.

Дополнительная литература

50 лекций по микроэкономике. Часть II. Теория потребления и спроса. <http://50.economicus.ru/>

Frenzen J., Hirssh P.M., Zerillo P.C. Consumption, Preferences, and Changing Lifestyles // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 403–425.

Smyth D.J. Toward a Theory of Saving // The Economics of Saving / Ed. by J.H. Gapinski. Boston, L.: Kluwer Academic Publishers, 1993.

Долан Э.Д. Микроэкономика. СПб.: Санкт-Петербург оркестр, 1994. С. 104–127.

Заостровцев А.П. Пособие по микроэкономике. Гл. III. Поведение потребителя. <http://www.eu.spb.ru/econ/distant/program.htm>

Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. М.: МГУ, 1994. Гл. 15 «Потребление». С. 571–613.

Розанова Н.М., Шаститко А.Е. Основы экономического выбора. М.: Теис, 1996.

Теория потребительского поведения // Экономика: микро- и макроанализ. М.: Дело, 1999.

Чеканский А.Н., Фролова Н.Л. Теория поведения потребителей и рыночный спрос. М.: Теис, 1996.

Тема 3. Использование социологических концепций и предпосылок в экономических моделях потребления

Теория вкусов Г. Беккера. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн). Технологии потребления (К. Ланкастер). Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов (Дж. Акерлоф). Потребление в условиях риска и страхование. Потребление общественных и бесплатных благ. Потребление в неинституциональной теории (Д. Норт). Внешние эффекты в потреблении. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).

Основная литература

Беккер Г. Избранные труды по экономической теории. Человеческое поведение. Экономический подход. М.: ГУ ВШЭ, 2002. С. 487–518. [*Stigler G., Becker G. De Gustibus Non Est Disputandum // American Economic Review. 1977. Vol. 67. No. 2. P. 76–90.* (см. полный текст в JSTOR)]

Лейбенштейн Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 304–325. [*Leibenstein H. Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand // Quarterly Journal of Economics. 1950. Vol. 64. No. 2. P. 183–207.* (см. полный текст в JSTOR)]

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 2. Новые экономические модели потребления: неизменность вкусов, зависимость потребителя и ограниченная рациональность. Гл. 3. Новые экономические модели потребления: неопределенность, несимметричность информации, институты и несовершенство рынка.

Дополнительная литература

Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. 1994. № 5. С. 91–104. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>

Бусыгин В.П., Желободько Е.В., Коковин С.Г., Цыплаков А.А. Методы экономического анализа. 2000. Гл. 4, 7, 8. <http://econom.nsc.ru/jep/books/008/>

Корнаи Я. Дефицит. М.: Наука, 1990. С. 433–531.

Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 326–336. http://gallery.economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=../in/lancaster/works/lancaster_w1.txt&img=works_small.gif&name=lancaster

Олсон М. Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп. М.: Фонд экономической инициативы, 1995. <http://ikd.ru/Critview/theoryofcollaction/Article.2005-08-04.5821>

Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: Экономика, Дело, 1992. Гл. 17.3. С. 504–510; Гл. 5. С. 125–156.

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. http://gallery.economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=../in/scitovsky/works/scitovsky_w1.txt&img=works_small.gif&name=scitovsky

Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. Основы теории государственных финансов. М.: Наука, 1995. Гл. 2. С. 29–53.

Раздел 3. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тема 4. Психологические и философские основания поведения потребителя. Потребление как предмет социологического анализа.

Недостаточность экономического подхода к моделированию потребления. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона). Разочарование в потреблении (А. Хиршман). Потребление как социологическая категория.

Основная литература

Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998. С. 9–56, 125–205. <http://ek-lit.agava.ru/avtosod.htm>

Ильин В.И. Поведение потребителей. Игра как социальное поведение. <http://www.consumers.narod.ru/book/game.html>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 4. Потребление как предмет социологического анализа. Психологические и философские основания поведения потребителя.

Дополнительная литература

Devas C.S. The Moral Aspect of Consumption // International Journal of Ethics. 1899. Vol. 10. No. 1. P. 41–54 (см. полный текст в JSTOR).

Katona G. Anticipations Statistics and Consumer Behavior // The American Statistician. 1967. Vol. 21. No. 2. P. 12–13 (см. полный текст в JSTOR).

Katona G. Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations // American Economic Review. 1968. Vol. 58. No. 2. Papers and Proceedings of the VIIIth Annual Meeting of the American Economic Association. P. 19–30 (см. полный текст в JSTOR)

Katona G. Consumer Durable Spending // Brookings Papers on Economic Activity. 1971. Vol. 1971. No. 1. P. 234–239 (см. полный текст в JSTOR).

Лезурн Ж. Основные элементы теории полезности // THESIS. 1993. № 3. С. 10–16. http://www.hse.ru/science/igiti/thesis3/3_1_1Lesou.pdf

Лунт П. Психологические подходы к потреблению: вчера, сегодня, завтра // Иностранная психология. 1997. № 9. С. 8–16 <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/lunt0.htm>

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 370–376. http://gallery.economicus.ru/cgi-ise/gallery/frame_rightn.pl?type=in&links=../in/scitovsky/works/scitovsky_w1.txt&img=works_small.gif&name=scitovsky

Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителей в маркетинге. СПб.: Питер, 2001. С. 202–229.

Фромм Э. Иметь или быть? М.: Прогресс, 1990. С. 32–34, 74–92.

Хейзинга Й. Homo Ludens. М.: Прогресс, 1992. С. 206–239. <http://www.philosophy.ru/library/huizinga/homo.html>

Тема 5. Потребление в историческом контексте

Потребление в историческом контексте. Основные черты потребления в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф). Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель). «Потребительские революции» XVI–XIX в. (Г. Мак-Кракен). Цивилизационный процесс (Н. Элиас).

Основная литература

Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. Т.1. Структуры повседневности. Главы 2, 3, 4. М.: Прогресс, 1986 <http://www.auditorium.ru/books/2021/contents1.htm>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 5. Потребление в историческом контексте.

Дополнительная литература

Alexis M. Patterns of Black Consumption 1935–1960 // *Journal of Black Studies*. 1970. Vol. 1. No. 1. P. 55–74 (см. полный текст в JSTOR).

Campbell J., Cochrane J. By Force of Habit: A Consumption-Based Explanation of Aggregate Stock Market Behavior // *Journal of Political Economy*. 1999. Vol. 107. No. 2. P. 205–251 (см. полный текст в JSTOR).

Dick T.J.O. Consumer Behavior in the Nineteenth Century and Ontario Workers, 1885-1889. // *The Journal of Economic History* > Vol. 46, No. 2, The Tasks of Economic History (Jun., 1986), pp. 477–488 (см. полный текст в JSTOR).

Gustman A.L. Stafford F.P. Income Expectations and the Consumption of Graduate Students // *The Journal of Political Economy*. 1972. Vol. 80. No. 6. P. 1246–1258 (см. полный текст в JSTOR).

Leach W.R. Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890–1925 // *The Journal of American History*. 1984. Vol. 71. No. 2. P. 319–342 (см. полный текст в JSTOR).

Mayer N. Consumption in the Great Depression // *Journal of Political Economy*. 1978. Vol. 86. No. 1. P. 139–145 (см. полный текст в JSTOR).

McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington: Indiana University Press, 1988. P. 3–30.

McKendrick N., Brewer J., Plumb. J.H. The Birth of a Consumer Society. L.: Europa, 1982.

Mokyr J. Is There Still Life in the Pessimist Case? Consumption during the Industrial Revolution, 1790–1850 // *Journal of Economic History*. 1988. Vol. 48. No. 1. P. 69–92 (см. полный текст в JSTOR).

Pennell S. Consumption and Consumerism in Early Modern England // *The Historical Journal*. 1999. Vol. 42. No. 2. P. 549–564 (см. полный текст в JSTOR).

Postel-Vinay G., Robin J.M. Eating, Working, and Saving in an Unstable World: Consumers in Nineteenth-Century France // *Economic History Review*. 1992. Vol. 45. No. 3. European Special Issue. P. 494–513 (см. полный текст в JSTOR).

Schmidt L.E. The Commercialization of the Calendar: American Holidays and the Culture of Consumption, 1870–1930 // *Journal of American History*. 1991. Vol. 78. No. 3. P. 887–916 (см. полный текст в JSTOR).

Stuard S.M. Medieval Workshop: Toward a Theory of Consumption and Economic Change // *Journal of Economic History*. 1985. P. 447–451 (см. полный текст в JSTOR).

Goodvin N., Ackerman F., Kiron D. (eds.). The Consumer Society. Washington, D.C.: Island Press, 1995. P. 119 http://ase.tufts.edu/gdae/publications/frontier_series/consumer_society_toc.html

Weir D. Parental Consumption Decisions and Child Health During the Early French Fertility Decline, 1790–1914 // *Journal of Economic History*. 1993. Vol. 53. No. 2. P. 259–274 (см. полный текст в JSTOR).

Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада. М.: Прогресс, 1992. С. 184–238. http://vf.narod.ru/classik/le_goff.glVII.htm

Элиас Н. О процессе цивилизации. М., СПб.: Университетская книга, 2001.

Тема 6. Человек и вещь. Система вещей.

Человек в мире вещей. Система вещей (Ж. Бодрийяр). Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Жестуальность. Модели и серии. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления. Потребление знаков. Культурная биография вещей (И. Копытофф). Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст).

Основная литература

Бодрийяр Ж. Система Вещей. М.: Рудомино, 1999.

http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bod_SisV/index.php

<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000323/>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 6. Человек и вещь. Система вещей.

Дополнительная литература

Гурова О. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья // Неприкосновенный запас. 2004. № 34. <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>

Орлова Г. Апология странной вещи: «Маленькие хитрости» советского человека // Неприкосновенный запас. 2004. № 34. <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>

Бредникова О., Кутафьева З. Старая вещь как персонаж блошиного рынка // Неприкосновенный запас. 2004. № 34. <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>

Kopytoff I. The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process', in Arjun Appadurai (ed.) The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. P. 64–91.

Голофаст В.Б. Люди и вещи // Социологический журнал. 2000. № 1–2. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00gol.html>

Allaire E.B. Things, Relations and Identity // Philosophy of Science. 1967. Vol. 34. No. 3. P. 260–272 (см. полный текст в JSTOR).

Ellen R. Fetishism // Man. 1988. Vol. 23. No. 2. P. 213–235 (см. полный текст в JSTOR).

Mason R. Missing Links: Product Classification Theory and the Social Characteristics of Goods // Marketing Theory. 2005. No. 5. P. 309–322. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/5/3/309>

Тема 7. Потребление знаков. Основные концепции формирования ценности вещей.

Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр.

Трудовая теория стоимости К. Маркса. Полезность и стоимость у маргиналистов. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.

Основная литература

- Бодрийяр Ж.* Система вещей. М.: Рудомино, 1999. С. 82–119, 177–218.
http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bod_SisV/index.php
<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000323/>
- Umiker-Sebeok D. J.* Semiotics of Culture: Great Britain and North America. // Annual Review of Anthropology. 1977. Vol. 6. P. 121–135 (см. полный текст в JSTOR).
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 7. Потребление как знаковая субстанция. Потребление знаков. Гл. 8. Ценностный подход к потреблению. Основные концепции формирования ценности вещей для потребителя.

Дополнительная литература

- Baudrillard J.* L'autre par lui-meme. Paris: Editions Galilee, 1987.
- Corrigan P.* The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 66–80.
- Culler J.* Semiotics of Tourism // American Journal of Semiotics. 1981. No. 1.
- Davis F.* Clothing and Fashion as Communication // The Psychology of Fashion / Ed. by M.R. Solomon. Lexington, Mass.: D.C. Heath, 1985.
- Dyer G.* Advertising as Communication. L.: Routledge, 1988 [1982].
- Ervin-Tripp S.* On Sociolinguistic Rules: Alternation and Co-Occurrence // Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication / Ed. by J.J. Gumperz, D. Hymes. Oxford: Basil Blackwell, 1986 [1972].
- Fiddes N.* Meat. A Natural Symbol. L.: Routledge, 1991.
- Goldman R.* Marketing Fragrances: Advertising and the Production of Commodity Signs // Theory, Culture & Society. 1987. Vol. 4. No. 4. P. 691–725.
- Gottdiener M.* Postmodern Semiotics. Material Culture and the Forms of Postmodern Life. Oxford: Blackwell, 1995.
- Kamolnick P.* Simmel's Legacy for Contemporary Value Theory: A Critical Assessment // Sociological Theory. 2001. Vol. 19. No. 1. P. 65–85 (см. полный текст в JSTOR).
- Lash S., Urri J.* Economies of Signs and Space. L.: Sage, 1994.
- Leiss W., Kline S., Jhally S.* Social Communication in Advertising. N.Y.: Macmillan, 1986.
- Minnegal M.* Consumption and Production: Sharing and the Social Construction of Use-Value // Current Anthropology. 1997. Vol. 38. No. 1. P. 25–48 (см. полный текст в JSTOR).
- Parmentier R.* Signs in Society. Studies in Semiotic Anthropology. Bloomington: Indiana University Press, 1994.
- Smelt S.* Money's Place in Society // British Journal of Sociology. 1980. Vol. 31. No. 2. P. 204–223 (см. полный текст в JSTOR).
- Williamson J.* Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising. L.: Marion Boyars, 1978.
- Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. М.: Библион, 2003.
- Ильин В.И.* Потребление как текст. <http://www.consumers.narod.ru/book/text.html>
- Маркс К.* Капитал. Т.1. Гл.1. <http://souz.info/library/marx/capital/capital1contains.htm>
- Фуко М.* Слова и вещи. СПб.: А-Cad, 1994. <http://www.philosophy.ru/library/foucault/01/0.html>

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб: Петрополис, 1998. С. 33–55, 157–160, 180–202, 401, 405–409. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/02.php

Тема 8. Концепция стиля жизни в теории потребления

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.

Основная литература

Бурдьё П. Различение: социальная критика суждений (фрагменты) // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 537–565 или Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48. <http://www.ecsoc.msses.ru>

Бурдьё П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. № 2. С. 44–60. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 9. Концепция стиля жизни в теории потребления.

Дополнительная литература

Bourdieu P. Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste / Transl. by R. Nice. L.: Routledge & Kegan Paul, 1984 [1979].

Cockerham W.C. The Social Determinants of the Decline of Life Expectancy in Russia and Eastern Europe: A Lifestyle Explanation // Journal of Health and Social Behavior. 1997. Vol. 38. No. 2. P. 117–130 (см. полный текст в JSTOR).

Herbert E., Krugman H.E., Hartley E.L. The Learning of Tastes // Public Opinion Quarterly. 1960. Vol. 24. No. 4. P. 621–631 (см. полный текст в JSTOR).

Hope K. A Liberal Theory of Prestige // American Journal of Sociology. 1982. Vol. 87. No. 5. P. 1011–1031 (см. полный текст в JSTOR).

Lawson R., Todd S. Consumer Lifestyles: A Social Stratification Perspective // Marketing Theory. 2002. No. 2. P. 295–307. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/2/3/295>

Zabloski B.D., Kanter R.S. The Differentiation of Life-styles // Annual Review of Sociology. 1976. Vol. 2. P. 269–298.

Бурдьё П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. 1994. Вып. 5. С. 50–62. <http://bourdieu.narod.ru/>

Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть. <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/hrest/burde.htm>
<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/90824>

Ильин В.И. Образ и стиль потребления. <http://www.consumers.narod.ru/lections/constyle.html>

Бокко Р. Потребление и стиль жизни. (Из книги: Anderson J., Ricci M. (eds.). Society and Social Science: a Reader. L.: Open University, 1990. P. 36–42). <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/hrest/bokok.htm>

Шматко Н.А. «Габитус» в структуре социологической теории // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 2. С. 60–70. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>

Тема 9. Потребление в теориях социальной стратификации

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).

Основная литература

Ильин В.И. Потребление социально-экономических групп и слоев. Демонстративное потребление. <http://www.consumers.narod.ru/lections/socec.html>

Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. С. 83–133, 184–199. <http://friends.pomorsu.ru/Alest/library/veblen/theoryintro.htm>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 10. Потребление и стиль жизни в теориях социальной стратификации.

Дополнительная литература

Ильин В.И. Показное потребление // Ильин В.И. Поведение потребителей. Учеб. пособие. Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского университета, 1998. <http://www.consumers.narod.ru/book/pokaznoe.html>

Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 147–156. <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/>

Мэзон Р. Престижное потребление. (Из книги: *Mason R.S. Conspicuous Consumption. A Study of Exceptional Consumer Behaviour.* Westmead, Farnborough, Hampshire: Gower, 1981). <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/hrest/mazon.htm>

Katz-Gerro T. Shavit Y. The Stratification of Leisure and Taste: Classes and Lifestyles in Israel // European Sociological Review. 1998. Vol. 14. No. 4. P. 369–386 (см. полный текст в JSTOR).

Colloredo-Mansfeld R. Architectural Conspicuous Consumption and Economic Change in the Andes // American Anthropologist. 1994. Vol. 96. No. 4. P. 845–865 (см. полный текст в JSTOR).

Costin C.L., Earle T. Status Distinction and Legitimation of Power as Reflected in Changing Patterns of Consumption in Late Prehispanic Peru // American Antiquity. 1989. Vol. 54. No. 4. P. 691–714 (см. полный текст в JSTOR).

Kemp M.C. The Efficiency of Competition as an Allocator of Resources: II. External Economies of Consumption // Canadian Journal of Economics and Political Science. 1955. Vol. 21. No. 2. P. 217–227 (см. полный текст в JSTOR).

Horowitz D. Consumption and Its Discontents: Simon N. Patten, Thorstein Veblen, and George Gunton // Journal of American History. 1980. Vol. 67. No. 2. P. 301–317 (см. полный текст в JSTOR).

Hope K. A Liberal Theory of Prestige // American Journal of Sociology. 1982. Vol. 87. No. 5. P. 1011–1031 (см. полный текст в JSTOR).

Гофман Э. Символы классового статуса // Логос. 2003. № 4–5 (39) <http://www.ruthenia.ru/logos/number/39/04.pdf>

Fine B., Leopold E. World of Goods. L.: Routledge, 1993.

Парсонс Т. Аналитический подход к теории социальной стратификации // Социальная стратификация. Вып.1. М.: ИНП РАН, 1992.

McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington: Indiana University Press, 1988.

Sombart W. Luxury and Capitalism. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1967.

Тема 10. Потребление в культурологическом и этическом контексте

Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд). Функции потребления. Потребление как ритуал. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм.

История потребительской культуры (Д. Слейтер). Различные взгляды на культуру потребления: производство потребления, способы потребления, знаки и образы (М. Физерстоун). Иерархия культуры: «высокое искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура.

Основная литература

Campbell C. Conspicuous Confusion? A Critique of Veblen's Theory of Conspicuous Consumption // Sociological Theory. 1995. Vol. 13. No. 1. P. 37–47 (см. полный текст в JSTOR).

Miller D. Consumption and Commodities // Annual Review of Anthropology. 1995. Vol. 24. P. 141–161 (см. полный текст в JSTOR).

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 11. Потребление в культурологическом и этическом контексте.

Дополнительная литература

Ames K.L. How Culture Shapes Consumption in the Modern World. *Review: Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities* // American Quarterly. 1989. Vol. 41. No. 2. P. 402–408 (см. полный текст в JSTOR).

Appadurai A. The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

Campbell C. Clarifying the Cult // British Journal of Sociology. 1977. Vol. 28. No. 3. P. 375–388 (см. полный текст в JSTOR).

Campbell C. Romanticism and The Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis // Sociological Analysis. 1983. Vol. 44. No. 4. P. 279–296.

Campbell C. The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

Corrigan P. The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 2–16.

Davis J. Exchange. Buckingham: Open University Press, 1992.

Douglas M., Isherwood B. The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption. L.: Alien Lane, 1979.

Dowding K., Dunleavy P. Production, Disbursement and Consumption: The Modes and Modalities of Goods and Services // Sociological Review. Cambridge: Blackwell Publishers, 1996.

- Featherstone M.* Consumer Culture and Postmodernism. L.: Sage, 1994. P. 13–27.
- Furlough E.* Packaging Pleasures: Club Mediterranee and French Consumer Culture, 1950–1968 // *French Historical Studies*. 1993. Vol. 18. No. 1. P. 65–81 (см. полный текст в JSTOR).
- Hill R.P.* Consumer Culture and the Culture of Poverty: Implications for Marketingtheory and Practice // *Marketing Theory*. 2002. No. 2. P. 273–293. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/2/3/273>
- Peiss K.L.* American Women and the Making of Modern Consumer Culture // *Journal for MultiMediaHistory*. 1998. Vol. 1. No. 1. <http://www.albany.edu/jmmh/vol1no1/peiss-text.html>
- Katz-Gerro T.* Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States // *Social Forces*. 2002. Vol. 81. No. 1. P. 207–229 (см. полный текст в JSTOR).
- Kimball R.* Virtue gone mad // *The New Criterion*. 1997. September. <http://www.consumers.narod.ru/book/counterculture.html>
- Lunt P., Livingstone S.* Mass Consumption and Personal Identity. Bucks: Open University Press, 1992.
- Lury C.* Consumer culture. Cambridge: Polity, 1996. P. 10–78, 226–256.
- McCracken G.* Culture and Consumption. Bloomington: Indiana University Press, 1988.
- Mort F.* Cultures of consumption. L.: Routledge, 1996.
- Mukerji C., Schudson M.* Popular Culture // *Annual Review of Sociology*. 1986. Vol. 12. P. 47–66. (см. полный текст в JSTOR).
- Pickering J.F., Isherwood B.C.* Determinants of Expenditure on Consumer Durables // *Journal of the Royal Statistical Society*. 1975. Vol. 138. No. 4. P. 504–530 (см. полный текст в JSTOR).
- Reddy W.M.* The Rise of Market Culture. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Rosenblum B.* Style as Social Process // *American Sociological Review*. 1978. Vol. 43. No. 3. P. 422–438 (см. полный текст в JSTOR).
- Slater D.* Consumer Culture and Modernity. Cambridge: Polity, 1996.
- Slater D.* Looking Backwards // *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1997. P. 9–16.
- Автономов Ю.* Взгляд на искусство через призму экономической теории. Спрос на рынке изобразительного искусства // *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6 (32). <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/>
- Ильин В.И.* Динамика культуры потребления. <http://www.consumers.narod.ru/lections/dinconscult.html>
- Ильин В.И.* Культура потребления. <http://www.consumers.narod.ru/lections/consculture.html>

Тема 11. Теории новых типов обществ

Неомарксизм и Франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество массового потребления (А. Турен). Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр). Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер). Концепция общества потребления.

Основная литература

- Гэлбрейт Дж.* Экономические теории и цели общества. Гл. IV. Потребление и концепция домашнего хозяйства. <http://ek-lit.agava.ru/glb004.htm>
- Тоффлер А.* Третья волна. М.: АСТ, 1999. С. 298–340, 429–464. http://www.transhumanism-russia.ru/documents/books/toffler/third_wave/thirdw.htm
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Toffler/Index.php
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 13. Теории новых типов общества.

Дополнительная литература

- Гэлбрейт Дж.* Новое индустриальное общество. М., 1969. С. 24–56.
- Baudrillard J.* La société de consommation. Paris: Gallimard, 1970. P. 85–148. (*Baudrillard J.* The Consumer Society. L.: Sage, 1995.)
- Katona J.* La société de consommation de masse. Paris: Ed. Hommes et Technique, 1969.
- Marcuse H.* One-Dimensional Man. L.: Sphere, 1968.
- Goldman P.* Consumer Society and its Discontents: The Truman Show and The Day of the Locust // *Anthropoetics*. Fall 2004 / Winter 2005. Vol. 10. No. 2
<http://www.anthropoetics.ucla.edu/ap1002/truman.htm>
- Katona G., John B., Lansing J.B.* The Wealth of the Wealthy // *Review of Economics and Statistics*, 1964. Vol. 46. No. 1. P. 1–13 (см. полный текст в JSTOR).
- Мостовой П.* Есть ли будущее у общества потребления?
<http://www.polit.ru/lectures/2005/12/01/mostovoi.html>
- Ильин В.И.* Общество потребления в России: Миф или реальность?
<http://artpragmatica.ru/hse/?uid=459>
- Кондратьев К.Я., Крапивин В.Ф.* Современное общество потребления и его экологические ограничения // *Энергия*. 2005. № 10. С. 60–66.
<http://www.courier.com.ru/energy/en1005kondratyev.htm>
- Джеймисон Ф.* Постмодернизм и общество потребления. // *Логос*. 2000. № 4 (25).
http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm
- Шушарин Д.* Апология действительности // *Логос*. 2000. № 4 (25).
http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/13.htm
- Touraine A.* La société post-industrielle. Paris: Denoël, 1969.
- Touraine A.* Critique de la modernité. Paris: Fayard, 1992.
- Тоффлер Э.* Шок будущего. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Toff_Shok/index.php

Тема 12. Черты современного потребления.

Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Современные тенденции в потреблении на Западе. Развитие кредита. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор). Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

Основная литература

Ильин В.И. Поведение потребителей. Глобализация и фрагментация потребления. <http://www.consumers.narod.ru/book/globaliz.html>

Ranaweera C., McDougall G., Bansal H. A model of online customer behavior during the initial transaction: Moderating effects of customer characteristics // Marketing Theory. 2005. No. 5. P. 51–74. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/5/1/51>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 14. Черты современного потребления: Макдональдизация, сверхпотребление, потребление в киберпространстве.

Дополнительная литература

Gruen T.W., Osmonbekov T., Czaplewski A.J. How e-communities extend the concept of exchange in marketing: An application of the motivation, opportunity, ability (MOA) theory // Marketing Theory. 2005. No. 5. P. 33–49. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/5/1/33>

Miller D. Appropriating the State on the Council Estate // Man. 1988. Vol. 23. No. 2. P. 353–372 (см. полный текст в JSTOR),

Mittal B. Next Stop, Unravel: The Tangled Web of E-consumer Research // Marketing Theory. 2005. No. 5. P. 125–135. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/5/1/125>

Karavdic M., Gregory G. Integrating e-commerce into existing export marketing theories: A contingency model // Marketing Theory. 2005. No. 5. P. 5: 75–104. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/5/1/75>

Oropesa R.S. Consumer Possessions, Consumer Passions, and Subjective Well-Being // Sociological Forum. 1995. Vol. 10. No. 2. P. 215–244 (см. полный текст в JSTOR).

Reibstein D.J. What Attracts Customers to Online Stores, and What Keeps Them Coming Back? // Journal of the Academy of Marketing Science. 2002. Vol. 30. No. 4. P. 465–473. <http://forum.gfk.ru/texts/index.html>

Ritzer G. Exploration in the Sociology of Consumption. L.: Sage, 2001. P. 23–57, 146–159.

Ritzer G. The McDonaldization of Society. Thousand Oaks, CA: Pine Forge, 1996. P. 1–20, 167–199.

Schor J.B. The Overspent American. Why We Want What We Don't Need. N.Y.: HarperCollins Publisher, 1998. Introduction. P. 1–23.

Sparks P., Shepherd R. Self-Identity and the Theory of Planned Behavior: Assessing the Role of Identification with «Green Consumerism» // Social Psychology Quarterly. 1992. Vol. 55. No. 4. P. 388–399 (см. полный текст в JSTOR).

Тема 13. Потребление в социологии постмодерна

Понятие культуры постмодернизма (З. Бауман). Понятия постмодерна и постмодернизма. Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун). Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни. Трансформации желаний и потребностей.

Основная литература

Lash S. Postmodernity and Desire // Theory and Society. 1985. Vol. 14. No. 1. P. 1–33 (см. полный текст в JSTOR).

- Джеймисон Ф.* Постмодернизм и общество потребления // Логос. 2000. № 4 (25).
http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 15. Потребление в социологии постмодерна.
- Дополнительная литература.
- Barthel D.* Modernism and Marketing // Theory, Culture & Society. 1989. Vol. 6 (3).
- Edgell S.* Consumption Matters. Oxford: Blackwell, 1996.
- Featherstone M.* Consumer Culture and Postmodernism. L.: Sage, 1994. P. 1–12, 65–82, 84–94, 95–111.
- Firat A.F., Dholakia N.* Theoretical and philosophical implications of postmodern debates: some challenges to modern marketing // Marketing Theory. 2006. No. 6. P. 123–162.
<http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/6/2/123>
- Gabriel Y., Lang T.* The Unmanageable Consumer. L.: Sage, 1995.
- Goffman E.* The Presentation of Self in Everyday Life. Harmondsworth: Penguin, 1972 [1959].
- Gottdiener M.* Postmodern Semiotics. Oxford: Blackwell, 1995.
- Jameson F.* Postmodernism and the consumer Society // Postmodern Culture / Ed. by H. Foster. L.: Pluto Press, 1985. http://evans-experientialism.freewebspace.com/jameson_postmodernism_consumer.htm
- Kumar K.* From Post-Industrial to Post-Modern Society. New Theories of the Contemporary World. Oxford: Basil Blackwell, 1995.
- Manolis C., Meamber L.A., Winsor R.D., Brooks C.M.* Partial Employees and Consumers: A Postmodern, Meta-Theoretical Perspective for services Marketing // Marketing Theory. 2001. No. 1. P. 225–243. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/1/2/225>
- O'Donohoe S.* Living with ambivalence. Attitudes to advertising in postmodern times // Marketing Theory. 2001. No. 1. P. 91–108. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/1/1/91>
- Savage M, Barlow J., Dickrens, P. Fielding T.* Property, Bureaucracy and Culture. L., N.Y., 1992. Ch. 6. P. 99–218.
- Schenk C.T., Holman R.C.* A sociological approach to brand choice: the concept of situational self image. // Advances in Consumer Research. 1980. Vol. 7. P. 610–614
http://forum.gfk.ru/texts/brand/sociol_approach.pdf
- Schnaiberg A.* Measuring Modernism: Theoretical and Empirical Explorations // American Journal of Sociology. 1970. Vol. 76. No. 3. P. 399–425 (см. полный текст в JSTOR).
- Szmigin I.* The aestheticization of consumption: an exploration of «brand.new» and «Shopping» // Marketing Theory. 2006. No. 6. P. 107–118. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/6/1/107>
- Tucker K.H.* Aesthetics, Play, and Cultural Memory: Giddens and Habermas on the Postmodern Challenge // Sociological Theory. 1995. Vol. 11. No. 2. P. 194–211 (см. полный текст в JSTOR).
- Алиева Д.Я.* Парадигматические сдвиги в социологии повседневности: концепция Мишеля Маффесоли // Социологический журнал. 1995. № 1. С. 110–121.
- Веселов Ю.В.* Экономическая социология постмодерна // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. № 1. С. 72–81. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Кларк Д.Б.* Потребление и город, современность и постсовременность // Логос. 2002. № 3/4. (34). <http://www.ruthenia.ru/logos/number/34/03.pdf>

- Емелин В. Постиндустриальное общество и культура постмодерна. http://www.geocities.com/emelin_vadim/postindustrial.htm
- Ильин В.И. Поведение потребителей. Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского университета, 1998. <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/consumption/1.htm>
- Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998. <http://www.lib.ru/CULTURE/LIOTAR/liotar.txt>
- Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителей в маркетинге. СПб.: Питер, 2001. С. 295–314.

Тема 14. Потребление и его институты

Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д. Бурстин). Мода как институт потребления. Реклама. История рекламы. Потребители как общность. Движение потребителей.

Основная литература

- Бурстин Д. Сообщества потребления // THESIS. 1993. № 3. <http://www.ecsocman.edu.ru/thesis>
- Зиммель Г. Мода // Сочинения в 2-х т. М., 1999. Т. 1. [Simmel G. Fashion // American Journal of Sociology. 1957. Vol. 62. No. 6. P. 541–558 (см. полный текст в JSTOR).
- Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 16. Потребление и его институты.

Дополнительная литература

- Alien J.S. The Romance of Commerce and Culture. Chicago: Chicago University Press, 1983.
- Bauman Z. Work, Consumerism and the New Poor. Bucks: Open University Press, 1998.
- Church R. Advertising Consumer Goods in Nineteenth-Century Britain: Reinterpretations // Economic History Review. 2000. Vol. 53. No. 4. P. 621–645 (см. полный текст в JSTOR).
- Corrigan P. The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 115–131. <http://www.consumers.narod.ru/book/corrigan.html>
- Less W., Kline S., Jhally S. Social Communication in Advertising. L.: Routledge, 1990.
- Domzal T.J., Kernan J.B. Mirror, mirror: some postmodern reflections on global advertising. http://www.consumers.narod.ru/book/global_adv.html
- Nan X., Faber R.J. Advertising Theory: Reconceptualizing the Building Blocks // Marketing Theory. 2004. No. 4. P. 7–30. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/4/1-2/7>
- Pope D. The Making of Modern Advertising. N.Y.: Basic Books, 1983.
- Reed P.W., Ewing M.T. How Advertising Works: Alternative Situational and Attitudinal Explanations // Marketing Theory. 2004. No. 4. P. 91–112. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/4/1-2/91>
- Городецкая И. Движение потребителей в России // Мировая экономика и международные отношения. 1995. № 10. С. 116–129.
- Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000. С. 23–31. <http://www.philosophy.ru/library/baud/zlo.html>

Журнал «Advertising Age». <http://www.adage.com/>

Краткая история рекламы. http://www.advesti.ru/publish/osn/200405_history/

Рогинская О. Возвращение дендизма // Критическая масса. 2004. № 2. <http://magazines.russ.ru/km/2004/2/rog16.html>

Потребительское движение // Информационный бюллетень Международной конфедерации обществ потребителей. 1993. Вып. 4.

Тарасов А. Не мир, но брэнд. Восприятие брэнд-агрессии провинциальной молодежью в России // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34). <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>

Раздел 4. СФЕРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Тема 15. Шоппинг как способ потребительского поведения.

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

Основная литература

Качалов И. Успех в рознице: три взгляда с трех сторон. Взгляд 1: как ведет себя покупатель в магазине // Практический маркетинг. 2003. № 8. <http://www.cfin.ru/press/practical/2003-08/>

Leach W.R. Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890–1925 // Journal of American History. 1984. Vol. 71. No. 2. P. 319–342 (см. полный текст в JSTOR).

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 17. Шоппинг.

Дополнительная литература

Bowlby R. Supermarket futures // The Shopping Experience / Ed. by P. Falk, C. Campbell. L.: Sage, 1997. P. 92–110.

Campbell C. Shopping, sex and sex war // The Shopping experience / Ed. by P. Falk, C. Campbell. L.: Sage, 1997. P. 166–176.

Chaney D. The Department Store as a Cultural Form // Theory, Culture & Society. 1983. Vol. 1. No. 3. P. 22–31.

Cohen L. From Town Center to Shopping Center: The Reconfiguration of Community Marketplaces in Postwar America // American Historical Review. 1996. Vol. 101. No. 4. P. 1050–1081 (см. полный текст в JSTOR).

Corrigan P. The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 50–65.

Coshall J.T. Urban Consumers' Cognitions of Distance // Geografiska Annaler. Series B: Human Geography. 1985. Vol. 67. No. 2. P. 107–119 (см. полный текст в JSTOR).

Davis D. A History of Shopping. L.: Routledge & Kegan Paul, 1966.

Dawson J.A. Futures for the High Street // The Geographical Journal. 1988. Vol. 154. No. 1. P. 1–12 (см. полный текст в JSTOR).

Douglas M. In defence of shopping // The Shopping Experience / Ed. by P. Falk, C. Campbell. L.: Sage, 1997. P. 16–30.

- Gayler H.J.* Social Class and Consumer Spatial Behaviour: Some Aspects of Variation in Shopping Patterns in Metropolitan Vancouver, Canada // Transactions of the Institute of British Geographers. 1980. Vol. 5. No. 4. P. 427–445 (см. полный текст в JSTOR).
- Goss J.* Once-Upon-a-Time in the Commodity World: An Unofficial Guide to Mall of America // Annals of the Association of American Geographers. 1999. Vol. 89. No. 1. P. 45–75 (см. полный текст в JSTOR).
- Goss J.* The «Magic of the Mall»: An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment // Annals of the Association of American Geographers. 1993. Vol. 83. No. 1. P. 18–47 (см. полный текст в JSTOR).
- Guy C.* The Food and Grocery Shopping Behaviour of Disadvantaged Consumers: Some Results from the Cardiff Consumer Panel // Transactions of the Institute of British Geographers. 1985. Vol. 10. No. 2. P. 181–190 (см. полный текст в JSTOR).
- Jackson K.T.* All the World's a Mall: Reflections on the Social and Economic Consequences of the American Shopping Center // The American Historical Review. 1996. Vol. 101. No. 4. P. 1111–1121 (см. полный текст в JSTOR).
- Laermans R.* Learning to Consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture (1860–1914) // Theory, Culture & Society. 1993. Vol. 10. No. 4. P. 79–102.
- Langman L.* Neon Cages. Shopping for Subjectivity // Life-Style Shopping. The Subject of Consumption / Ed. by R.Shields. L.: Routledge, 1992. P. 40–82.
- Lehtonen T., Maenpaa P.* Shopping in the East Centre Mall // The Shopping Experience / Ed. by P.Falk, C.Campbell. L.: Sage, 1997. P. 136–165.
- Lentnek B., Lieber S.R., Sheskin I.* Consumer Behavior in Different Areas // Annals of the Association of American Geographers. 1975. Vol. 65. No. 4. P. 538–545 (см. полный текст в JSTOR).
- Life-style Shopping. The Subject of Consumption / Ed. by R. Shields. L.: Routledge, 1992.
- Lloyd R., Jennings D.* Shopping Behavior and Income: Comparisons in an Urban Environment // Economic Geography. 1978. Vol. 54. No. 2. P. 157–167 (см. полный текст в JSTOR).
- Miller D.* The Dialectic of Shopping. Chicago, Ill.: Institute of Chicago Press, 2001.
- Miller M.B.* The Bon Marche. Bourgeois Culture and the Department Store, 1869–1920. L.: Alien & Unwin, 1981.
- Reekie G.* Temptations: Sex, Selling and the Department Store. St. Leonards: Alien & Unwin, 1993.
- Rowley G.* Superstores and Hypermarkets: Data Bases on Out-of-Centre Developments // Transactions of the Institute of British Geographers. New Series. 1985. Vol. 10. No. 3. P. 380–382 (см. полный текст в JSTOR).
- The Shopping Experience / Ed. by P.Falk, C.Campbell. L.: Sage, 1997. P. 93–110, 142–165.
- Walkowitz J.R.* Going Public: Shopping, Street Harassment, and Streetwalking in Late Victorian London // Representations. 1998. No. 62. P. 1–30 (см. полный текст в JSTOR).
- Ильин В.* Феномен шоппинга. <http://www.consumers.narod.ru/lections/shopping.html>

Тема 16. Потребление в сферах питания и одежды

Особенности потребления в сфере питания 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.

Основная литература

Corrigan P. The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 115–131.
<http://www.consumers.narod.ru/book/corrigan.html>

Вайнштейн О. «Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды // Неприкосновенный запас. 2004. № 5 (37). <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 18. Питание и напитки. Гл. 19. Одежда.

Дополнительная литература

Clark G., Huberman M., Lindert P.H. A British Food Puzzle, 1770–1850 // Economic History Review. 1995. Vol. 48. No. 2. P. 215–237 (см. полный текст в JSTOR).

Conway T., Vickers R., Ward H., Rahe R. Occupational Stress and Variation in Cigarette, Coffee, and Alcohol Consumption // Journal of Health and Social Behavior. 1981. Vol. 22. No. 2. P. 155–165 (см. полный текст в JSTOR).

Corrigan P. The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 162–176.

Coughenour C.M. Functional Aspects of Food Consumption Activity and Family Life Cycle Stages // Journal of Marriage and the Family. 1972. Vol. 34. No. 4. P. 656–664 (см. полный текст в JSTOR).

Davis F. Clothing and Fashion as Communication // The Psychology of Fashion / Ed. by M.R. Solomon. Lexington, Mass.: D.C. Heath, 1985. P. 15–27.

Davis F. Fashion, Culture and Identity. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

Davis F. Of Maids Uniforms and Blue Jeans: The Drama of Status Ambivalences in Clothing and Fashion // Qualitative Sociology. 1989. Vol. 12. No. 4. P. 337–355.

Devleeshouwer R. Costume et société // Revue de l'Institut de Sociologie. 1977. P. 167–185.

Falk P. The Consuming Body. L.: Sage, 1994.

Falk P. The Consuming Body. L.: Sage, 1994. P. 10–44.

Friedmann H. The Political Economy of Food: The Rise and Fall of the Postwar International Food Order // American Journal of Sociology. 1982. Vol. 88. P. 248–286 (см. полный текст в JSTOR).

Herpin N. Comment les gens qualifient-ils les tenues vestimentaires // Economie et Statistique. 1984. No. 168. P. 37–44.

Hopper W.C. Income and Food Consumption. // Canadian Journal of Economics and Political Science. 1943. Vol. 9. No. 4. P. 487–506 (см. полный текст в JSTOR).

McCracken G. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington: Indiana University Press, 1988. P. 57–70.

- Mennell S.* All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present. Oxford: Basil Blackwell, 1985.
- Mennell S.* On The Civilizing of Appetite // *Theory, Culture & Society*. 1987. Vol. 4. No. 2–3. P. 373–403.
- Smith S.D.* Accounting for Taste: British Coffee Consumption in Historical Perspective // *Journal of Interdisciplinary History*. 1996. Vol. 27. No. 2. P. 183–214 (см. полный текст в JSTOR).
- The National Diet. The Social Science of Food Choice. L., N.Y.: Longman, 1998.
- Thjrnnton M.A.* Sekt versus Schnaps in an Austrian Village // *Constructive Drinking. Perspectives on Drink from Anthropology* / Ed. by M. Douglas. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Warde A.* Consumption, Food and Taste. L.: Sage, 1997.
- Wechsler H., Thum D., Demone H., Kasey E.H.* Religious-Ethnic Differences in Alcohol Consumption // *Journal of Health and Social Behavior*. 1970. Vol. 11. No. 1. P. 21–29 (см. полный текст в JSTOR).
- Wolfinger N.H.* The Effects of Parental Divorce on Adult Tobacco and Alcohol Consumption // *Journal of Health and Social Behavior*. 1998. Vol. 39. No. 3. P. 254–269 (см. полный текст в JSTOR).
- Ильин В.И.* Мода как социальный феномен. <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html>
- Ильин В.И.* Поведение потребителей: Учеб. пособие. Сыктывкар, 1998. Потребление одежды. <http://www.consumers.narod.ru/book/clouth.html>
- Кон И.С.* Битва за штаны: этикет, мода, политика, идеология // *Человек*. 2001. № 5. <http://www.consumers.narod.ru/book/pants.html>
- Чарлз Н., Керр М.* Поло-возрастные различия потребления пищи в семье [Из книги *Society & Social Science: a Reader* / Ed. by J. Anderson, M. Ricci. L.: Open University, 1990. P. 36–42]. <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/hrest/charls.htm>
- Сайт «Сарафан», раздел «История костюма». <http://www.sarafan.ru/san/SeG/ik/>

Тема 17. Потребление в сферах туризма и культуры

Трансэстетика потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Высокой 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.

Основная литература

- Автономов Ю.* Взгляд на искусство через призму экономической теории. Спрос на рынке изобразительного искусства // *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6 (32). <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/> <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=20010716>
- Nash D.* Tourism as an Anthropological Subject // *Current Anthropology*. 1981. Vol. 22. No. 5. P. 461–481 (см. полный текст в JSTOR).
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 20. Потребление произведений культуры и искусства. Гл. 21. Туризм.

Дополнительная литература

- Adler J.* Travel as Performed Art // *American Journal of Sociology*. 1989. Vol. 94. No. 6. P. 1366–1391 (см. полный текст в JSTOR).
- Cassia P.S.* Tradition, Tourism and Memory in Malta // *Journal of the Royal Anthropological Institute*. 1999. Vol. 5. No. 2. P. 247–263 (см. полный текст в JSTOR).
- Corrigan P.* *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997. P. 132–146.
- DiMaggio P.* Classification in Art // *American Sociological Review*. 1987. Vol. 52. No. 4. P. 440–455 (см. полный текст в JSTOR).
- DiMaggio P., Useem M.* Social class and art consumption: The origin and consequences of class differences in exposure to the arts in America // *Theory and Society*. 1978. Vol. 5. No. 2. P. 141–161 (см. полный текст в JSTOR).
- Drummond K.* The migration of art from museum to market: Consuming Caravaggio // *Marketing Theory*. 2006. No. 6. P. 85–105. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/6/1/85>
- Foss L.* Art as Cognitive: Beyond Scientific Realism // *Philosophy of Science*. 1971. Vol. 38. No. 2. P. 234–250 (см. полный текст в JSTOR).
- Furlough E.* Genealogies of Leisure and Work Making Mass Vacations: Tourism and Consumer Culture in France, 1930s to 1970s // *Comparative Studies in Society and History*. 1998. Vol. 40. No. 2. P. 247–286 (см. полный текст в JSTOR).
- Kershaw B.* Framing the audience for the theatre // *The Authority of the Consumer*. L., N.Y.: Routledge, 1994. P. 166–187.
- Langley S.* Gender, Talk, TV, Hockey, and «Canadian Identity»: Feminist Takes on «Television Rejection» // *Canadian Journal of Communication*. 2003. Vol. 28. No. 4. <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=813&layout=html>
- Lash S., Urry J.* *Economies of Signs and Space*. L.: Sage, 1987. P. 253–278.
- McCannell D.* *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. N.Y.: Schocken Books, 1976.
- Rofel L.B.* «Yearnings»: Televisual Love and Melodramatic Politics in Contemporary China // *American Ethnologist*. 1994. Vol. 21. No. 4. P. 700–722 (см. полный текст в JSTOR).
- Venkatesh A., Meamber L.* Arts and aesthetics: Marketing and cultural production // *Marketing Theory*. 2006. No. 6. P. 11–39. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/6/1/11>
- Voss Z., Cova V.* How sex differences in perceptions influence customer satisfaction: a study of theatre audiences // *Marketing Theory*. 2006. No. 6. P. 201–221. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/6/2/201>
- Whitely N.* High Art and the High Street // *The Authority of the Consumer*. L., N.Y.: Routledge, 1994. P. 119–137.
- Барабанов Е.* Искусство на рынке или рынок искусства? // *Художественный журнал*. 2002. № 46. <http://xz.gif.ru/numbers/46/rynok/>
- Хлебников Б.* Экономика и культура. Немецкий вариант // *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6 (32). <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/>; <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=20010739>
- Варгафтик А.* «Пионеры» в концертном зале // *Эксперт*. 2001. 26 ноября. http://www.smotr.ru/prensa/text/exp_philarm.htm
- Лукина П.* Экономика культуры – штрихи к науке нового века // *Неприкосновенный запас*. 2003. № 6 (32). <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/>; <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=20010684>

- Софронов-Антони В.* Индустрия наслаждения // Логос. 2000. № 4 (25). С. 85–93.
http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/12.htm
- Урри Д.* Туристическое созерцание и окружающая среда // Вопросы социологии. 1996. Выпуск 7. С. 70–99.

Тема 18. Гендерные и возрастные различия в потреблении

Гендерные аспекты потребления. Рождение универмагов и новая роль женщин. Гендерные различия в шоппинге (К. Кемпбелл). Гендерные образы в рекламе. Женские журналы.

Основная литература

- Ильин В.И.* Гендерные модели потребления. <http://www.consumers.narod.ru/lections/gender.html>
- Coffin J.* Credit, Consumption, and Images of Women's Desires: Selling the Sewing Machine in Late Nineteenth-Century France // French Historical Studies. 1994. Vol. 18. No. 3. P. 749–783 (см. полный текст в JSTOR).
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 22. Гендерные различия в потреблении.

Дополнительная литература

- Campbell C.* Shopping, Sex and Sex War // The Shopping Experience / Ed. by P. Falk, C. Campbell. L.: Sage, 1997. P. 166–176.
- Corrigan P.* The Sociology of Consumption. L.: Sage, 1997. P. 70.
- Cutright P.* Income and Family Events: Family Income, Family Size, and Consumption // Journal of Marriage and the Family. 1971. Vol. 33. No. 1. Decade Review. Part 2. P. 161–173 (см. полный текст в JSTOR).
- de Graaf N.* Distinction by Consumption in Czechoslovakia, Hungary, and the Netherlands // European Sociological Review. 1991. Vol. 7. No. 3. P. 267–290 (см. полный текст в JSTOR).
- DiMaggio P.* Culture and Economy // The Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 25–57.
- Finn M.* Women, Consumption and Coverture in England, c. 1760–1860 // The Historical Journal. 1996. Vol. 39. No. 3. P. 703–722 (см. полный текст в JSTOR).
- Jennifer M., Jones J.M.* Repackaging Rousseau: Femininity and Fashion in Old Regime France // French Historical Studies. 1994. Vol. 18, No. 4. P. 939–967 (см. полный текст в JSTOR).
- Leach W.R.* Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890–1925 // Journal of American History. 1984. Vol. 71. No. 2. P. 319–342 (см. полный текст в JSTOR).
- Mills M.B.* Contesting the Margins of Modernity: Women, Migration, and Consumption in Thailand // American Ethnologist. 1997. Vol. 24. No. 1. P. 37–61 (см. полный текст в JSTOR).
- Nava M.* Modernity's disavowal: women, the city and the department store // The Shopping Experience / Ed. by P. Falk, C. Campbell. L.: Sage, 1997.
- Miller D.* Material Culture and Mass Consumption. Oxford: Basil Blackwell, 1987. P. 178–217.

Roberts M.L. Gender, Consumption, and Commodity Culture // *American Historical Review*. 1998. Vol. 103. No. 3. P. 817–844 (см. полный текст в JSTOR).

Stack S., Wasserman I. Marital Status, Alcohol Consumption, and Suicide: An Analysis of National Data // *Journal of Marriage and the Family*. 1993. Vol. 55. No. 4. P. 1018–1024 (см. полный текст в JSTOR).

Suggs D.N. Mosadi Tshwene: The Construction of Gender and the Consumption of Alcohol in Botswana // *American Ethnologist*. 1996. Vol. 23. No. 3. P. 597–610 (см. полный текст в JSTOR).

Гладарев Б. Жизненные миры «особой» ленинградской молодежи. <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25011084>

Ильин В.И. Мужской вариант «прекрасного пола». <http://www.consumers.narod.ru/book/dendy.html>

Омельченко Е.Л. Субкультуры и культурные стратегии на молодежной сцене конца XX века: кто кого? <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25011088>

Рот-Ай К. Кто на пьедестале, а кто в толпе? Стиляги и идея советской «молодежной культуры» в эпоху «оттепели». <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25011077>

Экологические последствия потребления. Why household consumption matters. <http://epaedia.eea.europa.eu/page.php?pid=527>

Раздел 5. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ТЕОРИИ МАРКЕТИНГА

Тема 19. Потребление как процесс принятия решений. Влияние различных факторов

Потребление и покупка. Модель покупательского поведения. Модель процесса принятия решения: осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, акт покупки, потребление, оценка альтернатив после покупки, освобождение. Типы процессов принятия решений. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.

Основная литература

Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге (отрывок из книги) // *Маркетинг-журнал* 4р. 2002. 12 августа. <http://www.4p.ru/index.php?page=1796&tmpl=print>

Тамберг В., Бадьин А. Классификация мотивов потребителя. <http://www.newbranding.ru/article19.html>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 23. Потребление как процесс принятия решений. Влияние различных факторов на поведение потребителя.

Дополнительная литература

Энджел Д.Ф., Блэкуэл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 1999. С. 131–234, 334–350, 496–559.

Алешина И.В. Поведение потребителей. М.: Гранд, 1999. С. 271–336.

Голубков Е.П. Изучение потребителей. <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-5/02.shtml>

Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1992. С. 179–219.

Gordon R. Foxall. Foundations of Consumer Behaviour Analysis // *Marketing Theory*. 2001. No. 1. P. 165–199. <http://mtq.sagepub.com/cgi/reprint/1/2/165>

Тема 20. Маркетинг и продвижение товаров на потребительском рынке

Знания и отношение потребителей к товару и его изучение. Понятие маркетинга и продвижение товаров. Психология покупателя. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама. Организация торговли. Формы торговли. Консьюмеризм и права потребителей.

Основная литература

Паршин А.А. Методы и принципы сегментного анализа в маркетинге. <http://marketing.spb.ru/read/article/a54.htm>

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 23. Потребление как процесс принятия решений. Влияние различных факторов на поведение потребителя.

Дополнительная литература

Энджел Д.Ф., Блэкуэл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 1999. С. 264–281, 363–438, 579–625, 626–703.

Алешина И.В. Поведение потребителей. М.: Гранд, 1999. С. 29–271, 336–366.

Попов Е.В. Сегментация рынка. <http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-2/03.shtml>

Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1992. С. 179–219.

Раздел 6. РЕАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ И ИХ ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Тема 21. Тенденции в потреблении в СССР и в России эпохи реформ

Основные этапы развития потребления в СССР. 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 1970–1980-е годы. Изменения в потреблении в 1990-е годы.

Основная литература

Николаев В.Г. Советская очередь: прошлое как настоящее // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=55011503>

Осокина Е.А. СССР в конце 20-х - первой половине 30-х годов: Торговля? – Распределение! // Отечественная история. 1992. № 5. С. 42–59. http://www.auditorium.ru/books/4503_03/

Рощина Я.М. Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Гл. 24. Тенденции потребления в СССР 1930–1960-х гг. Гл. 25. Реалии потребления СССР и России конца XX века.

Дополнительная литература

Allen R. The Standard of Living in the Soviet Union, 1928–1940 // The Journal of Economic History. 1998. Vol. 58. No. 4. P. 1063–1089 (см. полный текст в JSTOR).

Barnett V. Soviet Commodity Markets during NEP // Economic History Review. New Series. 1995. Vol. 48. No. 2. P. 329–352 (см. полный текст в JSTOR).

- Campbell C., Campbell R.* Soviet Price Reductions for Consumer Goods, 1948–1954 // American Economic Review. 1955. Vol. 45. No. 4. P. 609–625 (см. полный текст в JSTOR).
- Герасимова Е., Чуйкина С.* Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34). <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/> <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25010960>
- Гордон Л.А., Клопов Э.В.* Потери и обретения в России девяностых. Т. 1. Меняющаяся страна в меняющемся мире: предпосылки перемен в условиях труда и уровне жизни. М.: Эдиториал УРСС, 2000. Очерк 4.
- Гордон Л.А., Клопов Э.В.* Потери и обретения в России девяностых. Т. 2. Меняющаяся жизнь в меняющейся стране: занятость, заработки, потребление. М.: Эдиториал УРСС, 2000. Очерк 17.
- Гурова О.* Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34). <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
- Казурова Е.* Дефицит и очереди в повседневной жизни прифронтового города: Саратов в годы войны // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=55011511>
- Либина Н.Б., Чистков А.Н.* Обыватель и реформы. Картины повседневной жизни горожан в годы нэпа и хрущевского десятилетия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003.
- Николаев В.Г.* Советская очередь как среда обитания. Социологический анализ: Научно-аналитический обзор / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; Редкол.: Гирко Л.В. (отв. ред.) и др. М., 2000.
- Орлова Г.* Апология странной вещи: «маленькие хитрости» советского человека // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34). <http://magazines.russ.ru/nz/2004/34/>
- Осокина Е.А.* Прощальная ода советской очереди // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). <http://magazines.russ.ru/nz/2005/43/oso10.html>
- Осокина Е.А.* За фасадом «сталинского изобилия». М.: РОССЭПН, 1997. С. 37–46, 89–113, 183–194, 235–238.
- Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р.* Фарца: подполье советского общества потребления // Неприкосновенный запас. 2005. №5 (43). <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=55011505>
- Тихомирова А.* В 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960–1980-е годы) // Неприкосновенный запас. 2004. № 5 (37). <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25011179>

Тема 22. Заключение. Классификация социологических теорий потребления

Классификация социологических теорий потребления: производство потребления, способы потребления, образы потребления (П. Димаджо, М. Физерстоун, Д. Миллер). Подходы к созданию единой теории потребления.

Основная литература

- Приена А.* Производство теории потребления // Логос. 2000. № 4 (25). С. 57–62. http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/09.htm
- Рощина Я.М.* Социология потребления. (Рукопись учебного пособия). Заключение: Классификация социологических теорий потребления.

Дополнительная литература

DiMaggio P. Culture and Economy // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 25–57.

Featherstone M. Perspectives on consumer culture // *Sociology*. 1990. Vol. 24. No 1. P. 5–22.

VI. Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.
2. Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях.
3. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
4. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля.
5. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора
6. Различия моделей функции потребления.
7. Теория вкусов Г. Беккера.
8. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн).
9. Технологии потребления (К. Ланкастер).
10. Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов (Дж. Акерлоф).
11. Потребление в условиях риска и страхование.
12. Потребление общественных и бесплатных благ.
13. Потребление в неоинституциональной теории (Д. Норт).
14. Внешние эффекты в потреблении.
15. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи).
16. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона).
17. Основные черты потребления в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф).
18. Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель) – основные идеи работы.
19. «Потребительские революции» XVI–XIX в. (Г. Мак-Кракен).
20. Цивилизационный процесс (Н. Элиас).
21. Функциональные, нефункциональные, мета- и дисфункциональные вещи и их свойства. Сходство и различия.
22. Различия современного и традиционного интерьера (Ж. Бодрийяр).
23. Жестуальность. Модели и серии и их различия. (Ж. Бодрийяр)
24. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления (Ж. Бодрийяр).
25. Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.

26. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр.
27. Трудовая теория стоимости К. Маркса.
28. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.
29. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.
30. Основные соглашения относительно понятия «стиль жизни»
31. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия.
32. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях.
33. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен).
34. «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).
35. Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд).
36. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел).
37. Традиционное и современное потребление и гедонизм (К. Кэмпбел).
38. История потребительской культуры (Д.Слейтер).
39. Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
40. Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер).
41. Понятие общества потребления и его основные черты.
42. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер). Преимущества и недостатки.
43. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж. Шор).
44. Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет (Г. Ритцер).
45. Понятия постмодерна и постмодернизма.
46. Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления (М. Физерстоун).
47. «Мозаичность» стилей жизни в эпоху постмодерна.
48. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д. Бурстин).
49. Мода как институт потребления. Свойства и история рекламы.
50. Движение потребителей. Особенности моды по Г. Зиммелю.
51. Рождение и основные особенности универмагов.
52. Новая и традиционная организация торговли.
53. Супермаркет и универмаг – сходство и различия.
54. Принципы организации торговли в супермаркете.
55. Функции шоппинга.
56. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи.
57. Функции одежды.

58. Одежда как язык (Ф. Дэвис).
59. Этапы распространения моды (Ф. Дэвис).
60. Теория просачивания моды (Г. Зиммель).
61. Высокое искусство и коммерция (Н. Уайтли) – сходство и различие.
62. Коммодизация современного театра (Д. Кершоу).
63. Высокое искусство как социальный капитал (П. Димаджио).
64. История, предпосылки и этапы развития туризма (С. Лэш, Дж. Урри).
65. Планы туристического восприятия (Д. МакКаннелл).
66. Туристическое созерцание.
67. Рождение универмагов и новая роль женщин.
68. Гендерные различия в шоппинге (К. Кемпбелл).
69. Модель покупательского поведения.
70. Модель процесса принятия решения покупателя в маркетинге.
71. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.
72. Знания и отношение потребителей к товару и его изучение.
73. Понятие маркетинга и продвижение товаров.
74. Психология покупателя. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама.
75. Основные этапы развития потребления в СССР.
76. Потребление в Сталинскую эпоху: дефицит и распределение (Е. Осокина). Карточная система и торговля.
77. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели (Н.Б. Лебина, А.Н. Чистков).
78. Основные черты советской очереди (В.Г. Николаев).
79. Жизненный стандарт в 1970–1980-е годы.
80. Изменения в потреблении в 1990-е годы.
81. Классификация социологических теорий потребления (П. Димаджио, М. Физерстоун, Д. Миллер).