

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Рощина Яна Михайловна

к.э.н., доцент кафедры экономической социологии

Государственного университета - Высшей школы экономики

E-mail: roschin@aha.ru

Характер курса – обязательный.

Продолжительность – 18 недель, 72 часа (36 ч. лекции + 36 часов семинары).

Отчетность – эссе и письменная экзаменационная работа.

Аннотация. Курс «Социология потребления» предназначен для студентов 3-4 курсов социологического факультета и предполагает знание студентами основ микроэкономики и макроэкономики, социологии, экономической социологии.

Цель курса состоит в том, чтобы дать студентам представление об основных подходах к изучению 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. Задачей курса является также изучение применения основных достижений и подходов социологического анализа потребления в экономических дисциплинах (микроэкономика, маркетинг) и возможности их прикладного использования.

Базовая учебная литература:

Радаев В.В. Экономическая социология: курс лекций. М.: Аспект Пресс, 1997.

Теория потребительского поведения и спроса / Под ред. В.М.Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1993.

Энджел Д.Ф., Блэкуэл Р.Д., Минард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 1999.

Corrigan P. *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997.

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.

Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. L.: Sage, 1994.

Miller D. *Acknowledging Consumption*. L.: Routledge, 1995.

The Sociology of Consumption. An Antology / Ed. by Per Otnes. Oslo: Solum Forlag A/S, 1988.

The Consumer Society / Ed. by N.R.Goodvin, F. Akerman, D. Kiron. Washington, D.C.: Island press, 1997.

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. Мотивация потребления. Потребности и подходы к их классификации.

Основная литература

Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Аспект Пресс, 1997. С. 14-79.

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

Дополнительная литература

Лезурн Ж. Основные элементы теории полезности // THESIS, 1993, № 3.

Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998. С. 9-56, 125-205.

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.

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.

Aldridge A. Rational Consumption in 'Which?' // *Sociology* 1994, Vol. 28 (4).

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

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. Спрос на различные виды товаров. Эффект дохода и эффект замещения. Цена и спрос. Кривые Энгеля. Рыночный спрос. Понятие эластичности. Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Основная литература

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.

Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика. Т. 1. СПб.: Экономическая школа, 1994. Гл. 3-5. С. 101-244.

Дополнительная литература

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

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

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

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

Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993.

Тема 3. Анализ функции потребления: эволюция гипотез

Понятие функции потребления. Мотивы сбережений (Дж.Кейнс). Переменные запаса и потока. 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).

Основная литература

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

Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег // Кейнс Дж. Избранные произведения. М.: Экономика, 1993. С. 260-329.

Дополнительная литература

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

Friedman M. *A Theory of Consumption Function*. Princeton, N.J.: National Bureau of Economic Research, 1957.

Browning M., Lusardi A. Household Saving: Micro Theories and Micro Facts // *Journal of Economics Literature*, Vol. XXXIV, Dec. 1996. P. 1797-1855.

Тема 4. Использование социологических концепций и предпосылок в экономических моделях потребления

Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х.Лейбенштайн). 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 неоинституциональной теории (Д.Норт). Внешние эффекты в потреблении. Модель потребления в условиях дефицита (Я.Корнаи).

Основная литература

Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS, 1994, № 5. С. 91-104.

Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 326-336.

Лейбенштайн 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.

Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. Основы теории государственных финансов. М.: Наука, 1995. Гл. 2 «Общественные блага». С. 29-53.

Дополнительная литература

Долан Э.Д. Микроэкономика. СПб.: Санкт-Петербург оркестр, 1994. С. 305-314.

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

Олсон М. Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп. М.: Фонд экономической инициативы, 1995.

Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. М.: Экономика, Дело, 1992. Гл. 17.3 «Общественные блага». С. 504-510. Гл. 5 «Выбор в случае неопределенного результата». С. 125-156.

Эрроу К. Информация и экономическое поведение // Вопросы экономики, 1995, № 5. С. 98-107.

Раздел 3. Социологические теории потребления

Тема 5. 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. Скиннер, Дж.Катона). Типы личности потребителя. Потребление как социологическая категория.

Основная литература

Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998. С. 9-56, 125-205.

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

Katona G. *Psychological Economics*. N.Y., Oxford, Amsterdam: Elsevier, 1977. P. 19-40, 192-228.

Дополнительная литература

Лезурн Ж. Основные элементы теории полезности // THESIS, 1993, № 3. С. 10-16.

Скитовски Т. Суверенитет и рациональность потребителя // Теория потребительского поведения и спроса. СПб.: Экономическая школа, 1993. С. 370-376.

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

Хейзинга Й. Homo Ludens. М.: Прогресс, 1992. С. 206-239.

Тема 6. Потребление в историческом и этическом контексте

Потребление в историческом контексте. «Потребительская революция» XIX в. (Г.Мак-Кракен). Структуры повседневности и история материальной культуры (Ф.Бродель). Антропологический подход к изучению потребления (М.Дуглас, Б.Ишервуд). Общественные формации, потребление и производство, товарный фетишизм (К.Маркс). Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм. Деньги как символ и инструмент человеческих отношений (Г.Зиммель).

Основная литература

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

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

Miller D. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell. 1987. P. 34-49.

Дополнительная литература

Бродель Ф. Структуры повседневности: возможное и невозможное. М.: Прогресс, 1986. Т.1. Гл. 2, 3, 4.

Веселов Ю.В. Экономическая социология: история идей. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1995. С. 64-73.

Campbell C. Romanticism and The Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis // *Sociological Analysis*, 1983. 44 (4). P. 279-96.

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

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

Тема 7. 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. Социальное пространство и символическая власть // *THESIS*, 1993, № 2. С. 137-150.

Бурдьё П. Структура, габитус, практика // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. № 2. С. 44 - 60.

Дополнительная литература

Бурдьё П. Рынок символической продукции // *Вопросы социологии*, 1994. Вып. №5. С. 50 - 62.

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

Zabloski B.D., Kanter R.S. The differentiation of life-styles // *Annual Reviews of Sociology*, 1976. Vol. 2. P. 269-298.

Тема 8. 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

Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. С. 83-133, 184-199.

Вебер М. Основные понятия стратификации // А.И.Кравченко. Социология Макса Вебера. Труд и экономика. М.: На Воробьевых, 1997. С. 162-180.

Дополнительная литература

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.

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

Тема 9. Потребление и культура

Культура потребления. Мода (Г.Зиммель, В.Зомбарт). Стереотипы потребления. Потребление как обмен. Дарение. Сакральное, ритуальное и вынужденное потребление. Коллективное потребление и общественные услуги. (К.Доудинг, П. Данлеви).

Иерархия культуры: «высокое искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура.

Основная литература

Зиммель Г. Мода // Зиммель Г. Сочинения в 2-х тт., М.: 1999. Т. 1.

Lury S. *Consumer Culture*. Cambridge: Polity. 1996. P. 10-78, 226-256.

Дополнительная литература

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

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

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

Lunt P., Livingstone S. *Mass Consumption and Personal Identity*. Bucks: Open University Press, 1992.

Mort F. *Cultures of consumption*. L.: Routledge, 1996.

McCracken G. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press, 1988.

Reddy W.M. *The Rise of Market Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

Slater D. *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity, 1996.

Тема 10. Глобализация и массовое потребление

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). Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер).

Основная литература

Ritzer G. *Exploration in the Sociology of Consumption*. L.: Sage, 2001. P. 23-57.

Дополнительная литература

Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М., 1969. С. 24-56.

Тоффлер А. Третья волна. М.: АСТ, 1999. С. 298-340, 429-464.

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.

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

Ritzer G. *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge, 1996.

Touraine A. *La société post-industrielle*. Paris, 1969.

Touren A. *Critique de la modernité*. P., 1992.

Тема 11. Потребление как знаковая субстанция

Человек в мире вещей. Система вещей (Ж.Бодрийяр). Вещи, знаки и коды. Пространство и знаки (С.Лэш, С.Урри). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж.Бодрийяра. Производство знаков и символы власти. «Эффект Дидро».

Реклама как средство коммуникации. Реклама и создание символического имиджа благ. Массовые коммуникации.

Основная литература

Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999. С. 82-119, 177-218.

Corrigan P. *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997. P. 66-80.

Goldman R. Marketing Fragrances: Advertising and the Production of Commodity Signs // *Theory, Culture & Society*, 1987, 4 (4). P. 691-725.

Дополнительная литература

Фуко М. Слова и вещи. СПб.: А-Сад, 1994.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 33-55, 157-160, 180-202, 401, 405-409.

Baudrillard J. *L'autre par lui-meme*. Paris: Editions Galilee, 1987.

Baudrillard J. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St. Louis: Teclon Press, 1981.

Culler J. Semiotics of Tourism // *American Journal of Semiotics*, 1981. № 1.

Davis F. Clothing and Fashion as Communication // *The Psychology of Fashion* / Ed. by Michael 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 John J. Gumperz and Dell Hymes. Oxford: Basil Blackwell, 1986 [1972].
- Fiddes N. *Meat. A Natural Symbol*. L.: Routledge, 1991.
- Gottdiener M. Postmodern Semiotics. Material Culture and the Forms of Postmodern Life. *Oxford: Blackwell, 1995*.
- Kopytoff I. The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process // *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective* / Ed. by A.Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. P. 64-91.
- Lash S., Urry S. *Economies of Sign and Space*. L.: Sage, 1987.
- Leiss W., Kline S., Jhally S. *Social Communication in Advertising*. N.Y.: Macmillan, 1986.
- Millet B. Symbol. Desire and Power // *Theory, Culture & Society*, 1988, 5(4).
- Parmentier R. Signs in Society. Studies in Semiotic Anthropology. *Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1994*.
- Williamson J. *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. L.: Marion Boyars, 1978.

Тема 12. Потребление в социологии постмодерна

Понятие культуры постмодернизма (З.Бауман). Постмодернизм и новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления (М.Физерстоун). Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни. Трансформации желаний и потребностей. Социология повседневности (А.Лефевр, М.Маффесоли, И.Гоффман).

Основная литература

- Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителей в маркетинге. СПб: Питер, 2001. С. 295-314.
- Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. L.: Sage, 1994. P. 1-13, 65-82, 95-111.

Дополнительная литература

- 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.
- Jameson F. Postmodernism and the consumer Society // *Postmodern Culture* / Ed. by H. Foster. L.: Pluto Press, 1985.
- Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin, 1972 [1959].

- Kumar K. *From Post-Industrial to Post-Modern Society. New Theories of the Contemporary World*. Oxford: Basil Blackwell, 1995.
- Savage M, Barlow J., Dickrens, P. Fielding T. *Property, Bureaucracy and Culture*. L., N.Y., 1992. Ch. 6. P. 99-218.
- Barthel D. Modernism and Marketing // *Theory, Culture & Society*, 1989. Vol. 6 (3).
- Edgell S. *Consumption Matters*. Oxford: Blackwell, 1996.
- Gabriel Y., Lang T. *The Unmanageable Consumer*. L.: Sage, 1995.
- Gottdiener M. *Postmodern Semiotics*. Oxford: Blackwell, 1995.
- Millot B. Symbol, Desire and Power // *Theory, Culture & Society*, 1988. Vol. 5. P. 675-694.

Тема 13. Потребление и его институты

Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д.Бурстин). Потребление и социальная идентичность. Эстетика шоппинга. Торговля. Магазин как форма культуры. Потребители как общность. Движение потребителей.

Современные тенденции в потреблении на Западе. Развитие кредита. Принцип “работай-и-трать”, «новый консьюмеризм» и движение “самоограничения” (Шор Ж.). Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет.

Основная литература

- Бурстин Д. Сообщества потребления // *THESIS*, 1993, № 3.
- The shopping experience* / Ed. by P.Falk, C.Campbell. L.: Sage, 1997. P. 93-110, 142-165.
- Chaney, D. The Department Store as a Cultural Form. // *Theory, Culture & Society*, 1983, 1(3): 22-31.
- Schor J.B. *The Overspent American. Why We Want What We Don't Need*. N.Y.: HaperCollins Publisher, 1998. P. 1-23, 145-167.

Дополнительная литература

- Городецкая И. Движение потребителей в России // *Мировая экономика и международные отношения*, 1995. № 10. С. 116-129.
- Потребительское движение. Информационный бюллетень Международной конфедерации обществ потребителей. 1993. Вып. 4.
- 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.
- Corrigan P. *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997. P. 51-65.
- Davis D. *A History of Shopping*. L.: Routledge & Kegan Paul, 1966.
- Falk P., Campbell C. *The Shopping Experience*. L.: Sage, 1997.
- Laermans R. Learning to Consume: Early Department Stores and the Shaping of the Modern Consumer Culture (1860-1914) // *Theory, Culture & Society*, 1993, 10(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.

Leiss, W. The Icons of the Marketplace. // *Theory, Culture & Society*. 1983, 1 (3).

Life-style Shopping. *The Subject of Consumption*. L.: Routledge. Rob Shields (ed.). 1992.

Lofgren, O. Consuming Interests. //J. Friedman (ed.) *Consumption and Identity*. Chur, Switzerland: Harwood Academic Publishers, 1994. pp. 47-70.

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.

Тема 14. Сферы потребления

Особенности потребления в различных сферах: питание, одежда, дом, досуг, информация, туризм (Ж.Бодрийяр, П.Корриган, С.Урри). «Цивилизация аппетита» (С.Меннел). СМИ, тело, досуг как объекты потребления (Ж.Бодрийяр).

Потребление медицинской и социальной помощи. Образование как предмет потребления.

Основная литература

Corrigan P. *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997. P. 28-66.

Mennell S. On The Civilizing of Appetite // *Theory, Culture & Society*, 1987, 4(2-3). P. 373-403.

Дополнительная литература

Davis F. Of Maids Uniforms and Blue Jeans: The Drama of Status Ambivalences in Clothing and Fashion // *Qualitative Sociology*, 1989, 12(4). P. 337-55.

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

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

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

Dumazedier J. *Sociologie empirique du loisir. Critique et contre-critique de la civilisation du loisir*. P.: Gallimard, 1974.

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

Herpin N. Comment les gens qualifient-ils les tenues vestimentaires // *Economie et Statistique*, 1984, 168: 374.

Homes and Living Renovations. Perth, WA: HB Management, 1996.

Lash S., Urry J. *Economies of Signs and Space*. L.: Sage, 1994. P. 252-278.

MacCannell D. *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. N.Y.: Schocken Books, 1976.

Mennell S. *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. Oxford: Basil Blackwell, 1985.

Parker S. *The Sociology of Leisure*. N.Y., 1976.

Pearce Ph.L. *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Oxford: Pergamon Press, 1982.

- Rojek C. *Capitalism and Leisure Theory*. L.: Tavistock, 1985.
- Shilling C. *The Body and Social Theory*. L.: Sage, 1993.
- The National Diet. The Social Science of Food Choice*. L., N.Y.: Longman, 1998.
- The politics of Domestic Consumption. Critical Readings* / Ed. by S.Jackson, S.Moores. L., N.Y.: Prentice Hall, 1995.
- Urry J. *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. L.: Sage, 1990.
- Warde A. *Consumption, Food and Taste*. L.: Sage, 1997.

Тема 15. Потребление различных социально-демографических групп. Классификация социологических теорий потребления

Гендерные аспекты потребления (реклама, шоппинг, потребительский кредит). Потребление и жизненный цикл. Смена и конфликты поколений. Потребительские субкультуры. Национальные особенности потребления.

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

Основная литература

- DiMaggio P. Culture and Economy // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.Smelser, R.Swedberg. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 25-57.
- Featherstone M. Perspectives on consumer culture // *Sociology*. Vol. 24. No 1. P. 5 -22.
- The shopping experience. Ed. by P.Falk, C.Campbell. Sage, 1997. P. 56-91.

Дополнительная литература

- Miller D. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell, 1987. P. 178-217

Раздел 4. Анализ поведения потребителя в теории маркетинга

Тема 16. 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

- 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.

Дополнительная литература

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

Тема 17. 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

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.

Дополнительная литература

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

Раздел 5. Реальные процессы в потребительской сфере и их эмпирический анализ

Тема 18. Статистика потребления. Социальная политика

Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности). Потребительские расходы. Индекс потребительских цен. Индекс потребительских настроений (Дж.Катона).

Плановая экономика и моделирование потребления. Динамика и основные тенденции в сфере доходов и потребления в СССР и в России. Социальная политика и воздействие на доходы и потребление.

Основная литература

Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. М.: МГУ, 1994. С. 77.

Осокина Е. За фасадом «сталинского изобилия». М.: РОССПЭН, 1997. С. 37-46, 89-113, 183-194, 235-238.

Дополнительная литература

Рутгайзер В.М. Социальная сфера: проблемы планирования. М.: Экономика, 1989. С. 177-235.

Социальное положение населения России. М.: Госкомстат РФ, 1999.

Социальные ресурсы и социальная политика. М.: Наука, 1990.

Стоимость жизни и ее измерение. М.: Финансы и статистика, 1991. С. 108-137.

Тема 19. Эмпирические исследования поведения потребителей

Методы изучения потребления. Типологический подход. Типологическая модель. Факторы, влияющие на потребление: доходы, профессия, пол, возраст, образование, семья и дети, национальные и региональные особенности, религия. Поколения и жизненный цикл. Исследования потребления в СССР и в России.

Основная литература

Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителей в маркетинге. СПб.: Питер, 2001. С. 267-294.

Овсянников А.А., Петтай И.И., Римашевская Н.М. Типология потребительского поведения. М.: Наука, 1989.

Дополнительная литература

Благосостояние городского населения Сибири: проблемы дифференциации. Новосибирск, 1990.

Бондаренко Н. Анализ структуры потребительских запросов // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень. 1997. №5 (31). С. 19-24.

Гордон Л.А., Клопов Э.В. Человек после работы: социальные проблемы быта и вне рабочего времени. М.: Мысль, 1972.

Ковалева Н.В. Территориальные различия условий потребления в оценках населения // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень. 1993. № 8. С. 22-27.

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

Красильникова М. Склонность к сбережениям и потреблению // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень. 1997. № 3 (29). С. 25-30.

Красильникова М.Д. Потребители: новаторы и консерваторы // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень. 1996. № 1 (21). С. 50-56.

Чернявский У.Г. Потребности, товарооборот, потребление материальных благ. М.: Наука, 1981.

Примерная тематика письменных работ (эссе)

1. Очередь как институт дефицита.
2. Психологические типы потребителей.
3. Динамика потребления в России в 1990-е годы (по материалам Госкомстата).
4. На какие «эмоции» рассчитывает реклама (контент-анализ рекламы на телевидении и в масс-медиа).
5. Индекс потребительских настроений и его динамика в России.
6. Развитие взглядов на потребление в социологических теориях.
7. Различия экономического и социологического подходов к анализу потребления.
8. Неоинституционализм и развитие теории потребления.
9. Факторы, влияющие на потребительское поведение семьи.
10. Существует ли в современном мире демонстрационное потребление?
11. Взаимосвязь потребления и информации.
12. Применима ли концепция постмодерна к потреблению в современной России?
13. Потребление как игра.

14. Вещи, знаки и коды.
15. Шопинг как вид досуга.
16. Джинсы и их символическое значение.
17. Мода и идентификация.
18. Туризм и «новый праздничный класс» в России.
19. Аскетизм и гедонизм: два полюса потребления.
20. Имидж товара и имидж человека.
21. Кредитная карта: от виртуальных денег к виртуальному потреблению?
22. Информационные технологии в шоппинге (Интернет, телевидение).
23. Повседневность и праздник в потреблении.
24. Реклама и навязывание стереотипов потребления.
25. Нужно ли спорить о вкусах?
26. «Новые русские» и демонстративное потребление.
27. Изменение стиля жизни в России 1990-х гг.
28. Существует ли «культура потребления»?
29. Эстрада как массовая культура.
30. Применимо ли к современной России понятие «общество массового потребления»?

Вопросы для оценки качества освоения курса

1. Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.
2. Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях.
3. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Эффект дохода и эффект замещения. Кривые Энгеля. Ограниченность модели потребления в экономической теории.
4. Понятие функции потребления. Мотивы сбережений (Дж.Кейнс). Переменные запаса и потока.
5. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
6. Основные гипотезы о функции потребления.
7. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса.
8. Технологии потребления. Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов.
9. Потребление в неинституциональной теории. Внешние эффекты в потреблении. Модель потребления в условиях дефицита.
10. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения.
11. Потребление в историческом контексте.

12. «Потребительская революция» в XIX веке.
13. Структуры повседневности и история материальной культуры (Ф.Бродель).
14. Антропологический подход к изучению потребления (М.Дуглас, Б.Ишервуд).
15. Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел).
16. Концепция «стиля жизни» П.Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.
17. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К.Маркс, М.Вебер, Т.Парсонс, К.Дэвис, У.Мур).
18. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т.Веблен).
19. «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г.Мак-Кракен).
20. Мода (Г.Зиммель, В.Зомбарт).
21. Коллективное потребление и общественные услуги (К.Доудинг, П. Данлеви).
22. Общество массового потребления (А.Турен). Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж.Бодрийяр).
23. Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж.Гэлбрейт, Э.Тоффлер).
24. Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер).
25. Система вещей (Ж.Бодрийяр). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж.Бодрийяра.
26. Постмодернизм и новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления (М.Физерстоун).
27. Социология повседневности (А.Лефевр, М.Маффесоли, И.Гоффман).
28. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шоппинг, реклама, торговые марки (Д.Бурстин).
29. Эстетика шоппинга. Торговля. Магазин как форма культуры.
30. Консьюмеризм, движение и защита прав потребителей.
31. Развитие кредита. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Ж.Шор).
32. «Цивилизация аппетита» (С.Меннел).
33. Модель процесса принятия решения: осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, акт покупки, потребление, оценка альтернатив после покупки, освобождение.
34. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.
35. Знания и отношение потребителей к товару и его изучение.
36. Понятие маркетинга и продвижение товаров. Формы торговли.
37. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности). Потребительские расходы. Индекс потребительских цен. Индекс потребительских настроений.

38. Методы изучения потребления. Типологический подход. Типологическая модель.