**Семинар 1**

**Современный город: торговля и реклама, посетители и наблюдатели**

**Вопросы к тексту Веры Мильчиной (фрагмент из книги «Париж в 1814–1848 годах: повседневная жизнь»):**

1. Как трансформировалась торговля в Париже в XIX веке? Какие типы торговых предприятий были свойственны этому городу в разное время? Какими товарами торговали?

2. Как проходило в XIX веке развитие рекламы? Какую рекламу можно было встретить на улицах Парижа? Приведите конкретные примеры.

3. К чему апеллируют французские торговцы и «рекламщики» XIX века, продвигая свой товар? К какого рода авторитетам отсылают?

4. Какие медиа «осваивает» реклама в XIX веке? В каких формах она распространяется?

5. Как менялась парижская реклама? Какие тенденции в ней описывает Вера Мильчина?

6. Как была организована в Париже XIX века «торговля деньгами» и ценными бумагами?

**Вопросы к тексту Ольги Вайнштейн «Дендистские прогулки, или о прелестях фланирования»:**

1. Какого героя породила в XIX веке новая городская культура?

2. С какого рода телесным поведением, костюмом и «философией» связан этот новый герой? В чем он близок и чужд культуре дензизма? Каковы основные черты фланирования как практики? Какие два разные типа фланирвоания описывает автор?

3. Как культура фланирования связана с классовой структурой европейских стран XIX века? А с гендерной?

4. Поясните следующий тезис: «Феномен взаимодействия с Другим — вот в чем детективный сюжет и фантасмагория фланирования».

5. Поясните следующий тезис: «[В практике фланирования] реализуется древняя метафора города-книги, а фланирование как разновидность прогулки обнаруживает сходство с определенным типом чтения: вольным перелистыванием словаря по принципу ассоциаций, небрежным листанием или гаданием по книге».

6. Что происходит с фигурой фланера с развитием городской торговли?