

**Программа учебной дисциплины  
«Социология потребления»**

Утверждена  
Академическим советом ООП  
Протокол № 38 от 21 июня 2018 г.

Автор	Рощина Я.М.
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	42
Самостоятельная работа (час.)	72
Курс	3
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

**I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ**

Целями освоения дисциплины «Социология потребления» являются овладение ядром концептуального аппарата современной экономической социологии в области изучения потребления населения; обладание базовыми навыками интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребления.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основные социологические и экономические подходы к изучению потребления поведения;
- основные концепции социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы;
- тенденции в истории потребления в России и в мире
- методы эмпирических исследований потребления и основные результаты в этой области
- модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология)
- реальные социально-экономические процессы в сфере потребления в России и за рубежом.

**уметь:**

- применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения;
- анализировать основные социологические теории потребления
- сравнивать экономический, социологический и маркетинговый подходы к потреблению

**владеть:**

- основами применения основных достижений и подходов социологического анализа потребления в экономических дисциплинах
- навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических данных;

Изучение дисциплины «Социология потребления» базируется на следующих дисциплинах:

- социологическая теория
- экономическая социология

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основные подходы современной экономической теории, социологической теории, экономической социологии и их ключевые исследовательские проблемы;
- уметь применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении хозяйственных явлений;

- иметь навыки интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Экономическая социология – 2»;
- «Социология предпринимательства»;
- «Неформальная экономика»
- «Поведение потребителей: практикум»

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ЛЕКЦИИ.**

#### **Тема 1. Предмет социологии потребления. 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.

#### **Тема 2. История потребления в Европе и в мире.**

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).

#### **Тема 3. Тенденции в потреблении в СССР и в России эпохи реформ.**

Основные этапы развития потребления в СССР. Дефицит и карточки, голод в 1930х годах. Послевоенное восстановление. Новые черты потребления в 1950-60х гг. Жизненный стандарт в 70-е – 80-е годы. Изменения в потреблении в 90-е годы.

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

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Теория вкусов Г. Беккера. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенштейн). 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).

#### **Тема 5. 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.

#### **Тема 6. Человек и вещь. Потребление знаков.**

Человек в мире вещей. Система вещей (Ж. Бодрийяр). Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Потребление знаков. Культурная биография вещей (И. Копытофф). Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст).

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.

#### **Тема 7. Основные концепции формирования ценности вещей.**

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

#### **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.

#### **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).

#### **Тема 10. Теории новых типов обществ в социологии потребления**

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

#### **Тема 11. 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. Слетер). 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.

#### **Тема 12. Трансформации потребления в обществе 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.

### **СЕМИНАРЫ.**

#### **Тема 13. Семинар 1. "Структуры повседневности" Ф. Броделя.**

Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель). Роскошь и повседневное потребление. Тенденции в потреблении пищи и напитков в XV-XVIII вв. Роскошь и повседневность в одежде и жилище.

#### **ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 1.**

1. Какие факторы дифференциации потребления в разных странах вы считаете более важными: природные (географические) или социальные? Примеры.

2. Есть ли в современной России понятие роскоши? Какие факторы определяют, является ли предмет "роскошью"? В чем отличие от закономерностей, выявленных Броделем, и в чем сходство?

#### **Тема 14. Семинар 2. Потребление в СССР.**

Дефицит в СССР в 1930х гг. (Осокина). Карточная система и торговля. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели. Основные черты советской очереди (Николаев).

#### ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 2.

1. Как вы думаете, было ли в СССР потребление индикатором социального статуса? если да, то в какие периоды? Существовало ли "престижное потребление"?
2. Можно ли сказать, что с определенными этапами изменения экономики и политики в СССР изменялись и потребительские практики? Или это в большей степени было связано с техническим и глобальным экономическим прогрессом (изобретения, заимствования с Запада и т.д.)? Каковы были черты потребления, сохранявшиеся в течение всего периода примерно с 1920-1990?
3. Сохранялись ли во время СССР такие реалии, как "роскошь"? Если да, то были ли актуальны те пути возникновения роскоши, о которых писал Бродель?
4. Было ли в СССР потребление инструментом управления людьми?

#### **Тема 15. Семинар 3. 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).

#### ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 3.

1. Чем могут быть рождены запреты на специфические виды пищи: например, кошерная пища, халяльная и т.д. (запреты на свинину, говядину, морепродукты... и т.д.), учитывая, что и в религиях эти запреты д.б. появиться по какой-то причине?
2. Зачем государству и церкви нужен контроль над питанием? Есть ли разница между этими институтами в ограничениях?
3. Можно ли увидеть в тексте Меннела возрастание самоконтроля в питании с ходом истории? А сейчас в западном обществе - насколько велик самоконтроль?
4. Вегетарианство: в чем его причины?
5. Унифицируется ли потребление пищи в современном мире? (фаст-фуд, глобализация..) В чем причины?
6. Мода по Зиммелю - это что-то массовое ("все") или новаторское ("передовой отряд")? А в современном обществе? Есть ли вообще в западном обществе сейчас такое явление, как "мода"?
7. Согласны ли вы, что одежда - один из видов языка? Почему?
8. С чем сегодня в западном обществе в наибольшей степени связаны различия в одежде: статус, характер, функции (деловая, домашняя, спортивная и т.д. одежда)? А в других странах (Азия, Латинская Америка...)?
9. Перенимают ли сейчас средние и низшие слои практики потребления высших слоев, как об этом писал Зиммель?
10. Что в большей степени сейчас отражает одежда: принадлежность к социальному слою или личный вкус, самовыражение?

#### **Тема 16. Семинар 4. Потребление в сферах туризма и культуры.**

Трансэстетика потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Высокое искусство и коммерция (Вайтли). Поп-арт и китч. Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал. История, предпосылки и этапы развития туризма (Лэш, Урри). Планы туристического восприятия (МакКаннелл). Туристическое созерцание.

#### ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 4.

1. Как вы считаете, что именно люди потребляют, путешествуя:
  - созерцание ландшафта
  - подлинность, реальность
  - уход от действительности, экзотику
  - что-то еще?

2. Согласны ли вы, что современный этап развития туризма можно назвать "смертью туризма"? Или это смерть определенной формы туризма?

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

4. Как вы думаете, почему во второй половине XX века происходит опережающее развитие потребления "нематериальных" благ (в т.ч. туристического "созерцания") по сравнению с материальными?

5. Осталось ли в современности:

- высокое искусство
- народное искусство
- массовое искусство (массовая культура)?

6. Существует ли визуальное потребление? Созерцание - это вид потребления?

7. Является ли сегодня, по вашему мнению, потребление "высокого искусства" отличительной чертой высшего класса? (В России, в Европе...) Сохраняет ли современное искусство классовый характер?

8. Может ли "культурный капитал" в России быть трансформирован в экономический? А наоборот?

### **Тема 17. Семинар 5. "Система вещей" Ж.Бодрийера.**

Система вещей (Ж. Бодрийер). Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Жестуальность. Модели и серии. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления. Потребление знаков.

#### **ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 5.**

1. Как вы думаете, нужно ли было классифицировать вещи? Если да, то почему и зачем? (В других науках - "страсть к классификации: система Линнея, таблица Менделеева и т.д.).

2. Можете ли вы предложить другую схему классификации вещей?

3. Можно ли назвать книгу Ж.Бодрийера "Система вещей" работой по социологии? (Она говорит о вещах, а социология - наука о людях, о социальных группах).

4. К какой из подсистем вы бы отнесли такие новые предметы потребления, как ноутбук, мобильный телефон, планшет и т.д.. возникшие после того, как Бодрийер написал свою работу?

5. Почему Ж.Бодрийер называет первую подсистему "дискурс объекта", а вторую - "дискурс субъекта"?

### **Тема 18. Семинар 6. 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. Новые формы торговли. Интернет-шоппинг.

#### **ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 6.**

1. Каковы основные различия между "традиционной торговлей", универмагами, супермаркетами, и моллами?

2. В последовательном развитии торговли: традиционная - универмаги - супермаркеты - - молл - интернет-торговля: можно ли сказать, что есть "генеральная линия", т.е. одни и те же характеристики, которые постоянно изменяются?

3. Каковы различия и сходство в предпосылках и последствиях появления новых форм торговли: традиционная - универмаги - супермаркеты - - молл - интернет-торговля?

4. Как вы думаете, сыграла ли интернет-торговля такую же роль, как в свое время появление универмагов и супермаркетов (новый этап торговли)? Почему?

5. Какова роль универмагов в изменении положения женщин в обществе?

6. Как по вашему, является ли сам по себе шоппинг видом досуга? Для кого? Или досуговые занятия "сопутствуют" шоппингу (кино, кафе и т.д.)?

7. Как вы думаете, есть ли различия между "мужским" и "женским" шоппингом?

## Тема 19. Семинар 7. Макдональдизация потребления.

Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации.

### ВОПРОСЫ К СЕМИНАРУ 7.

1. Как, по мнению Дж.Ритцера, связаны теория рациональности М. Вебера и рестораны быстрого питания?
2. Что такое «макдональдизация»?
3. Каковы социально-экономические причины возникновения Макдональдса?
4. В чем заключается «эффективность» макдональдизированных систем?
5. Издание The Economist ежегодно публикует «индекс бигмака». Почему, на Ваш взгляд, солидное профессиональное издание использует эту метафору? Как можно проинтерпретировать страновые различия этого индекса?
6. Макдональдс мы Старбакс: клоны или антагонисты?
7. Как вы думаете, у макдональдизации больше положительных или отрицательных последствий?
8. В каких сферах человеческой жизни можно обнаружить проявления макдональдизации? Приведите примеры

## III. ОЦЕНИВАНИЕ

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

Шкала оценки знаний студентов - Общая оценка по 10 (5) –балльным системам

10-балл	5-балл	Навыки и умения
1	Неуд.	Студент <b>не знает</b> понятий, теорий, эмпирических исследований, рассматриваемых в курсе.
2		
3		
4	Удовл.	Студент <b>в основном</b> знает базовые понятия, теории, эмпирические исследования, рассматриваемые в курсе, однако полученные знания основных теоретических и эмпирических исследований <b>фрагментарны</b> .
5		
6	Хорошо	Студент <b>хорошо</b> знает все основные понятия, теории, эмпирические факты, имеет представление о программах и эмпирических исследованиях в данной области, обладает некоторыми навыками составления программы для проведения исследования финансового поведения населения. <b>в некоторых случаях</b> способен интерпретировать факты в понятиях изученных теорий.
7		
8	Отлично	Студент <b>хорошо</b> знает все базовые понятия и теории, написал контрольные работы, оценки по которым зачтены как хорошие или выше, обладает навыками составления программы для проведения исследования финансового поведения населения.способен <b>в основном</b> применять полученные знания, то есть интерпретировать эмпирические факты в понятиях изученных теорий.
9		Студент <b>очень хорошо</b> знает все базовые понятия и теории, написал контрольные работы, оценки по которым зачтены как хорошие или выше, обладает навыками составления программы для проведения исследования финансового поведения населения.способен <b>свободно</b> применять полученные знания, то есть интерпретировать эмпирические факты в понятиях изученных теорий.
10		Студент проявил исключительные способности при изучении программы курса, <b>полностью освоил</b> рассматриваемые в курсе теоретические модели финансового поведения населения, разработанные в различных социальных дисциплинах; умеет <b>свободно</b> интерпретировать данные макро и микро статистики доходов и сбережений населения; <b>имеет полное представление</b> о программах и результатах эмпирических исследований в этой области; обладает <b>развитыми навыками</b> составления программы для проведения исследования финансового поведения населения.

В ходе освоения дисциплины студент выполняет самостоятельную работу (подготавливает доклад), работает на семинарах, пишет эссе и выполняет экзаменационную работу в форме компьютерного теста.

### Требования к написанию эссе

Объем эссе – 6-8 стр., 12 кегль, 1,5 интервал. В эссе студенты должны показать умения и навыки самостоятельной работы со статистическими данными относительно развития сферы потребления в России. Используя полученные знания в области теоретических концепций социологии потребления, а также знания в области экономики и экономической социологии, студентам предлагается проанализировать либо динамику потребления в какой-либо сфер (например, товары длительного пользования, продукты питания, жилье, медицинские, образовательные услуги, культура и т.д.), либо различия в потреблении между социальными группами (по доходу, составу семьи и т.д.). Литература для написания реферата – статистические справочники Росстата; основной источник данных – «Социальное положение и уровень жизни населения России», М., Росстат, последний год издания на момент чтения курса, предлагается студентам в электронном виде на сайте Росстата. Все эссе выполняются на тему: Особенности потребления в современной России в различных сферах (на основе статистических данных).

### Требования к докладам

Доклад по теме семинарского занятия студент делает на основе литературы, предложенной преподавателем. Все статьи и части книг предлагаются в электронном виде в системе LMS. В течение каждого семинара делается 3-4 доклада по теме семинара. Студент, делающий доклад, должен представить к началу семинарского занятия тезисы доклада (1-2 стр.), а затем кратко и внятно (10 минут) изложить материал статьи (главы книги), ответить на вопросы студентов и преподавателя.

**Промежуточная контрольная работа и письменная экзаменационная работа (тест)** выполняются соответственно в середине и в конце изучения дисциплины. В контрольной предполагается дать краткий письменный ответ на 6 вопросов. Вопросы составляются с учетом материала, пройденного как на лекционных, так и на семинарских занятиях. Время, отводимое на выполнение контрольной работы – 1 час 20 минут. Экзаменационная работа выполняется в форме теста в компьютерном классе. В тесте содержится 40 вопросов по тематике дисциплины. Тест считается пройденным успешно, если даны правильные ответы более чем на 30% заданий.

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: активность обсуждения вопросов преподавателя на семинаре, выступление с докладом, вопросы к докладчикам и их обсуждение. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется перед итоговым контролем –  $O_{аудиторная}$ .

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов: полнота освещения темы, которую студент готовит для выступления с докладом на занятии-дискуссии, качество написания тезисов к докладу. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за самостоятельную работу определяется перед итоговым контролем –  $O_{сам. работа}$ .

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{накопленная} = 0,4 * O_{текущий1(эссе)} + 0,15 * O_{текущий2(конт)} + 0,2 * O_{ауд} + 0,25 * O_{сам. работа(доклад)}$$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: арифметический.

Итоговая оценка

$$O_{итоговая} = 0,5 * O_{текущая} + 0,5 * O_{экзамен}$$

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

## IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 4.1. Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля

Примерные вопросы к контрольной работе:

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

#### Тематика эссе

Все эссе выполняются на тему: Особенности потребления в современной России в различных сферах (на основе статистических данных). Тема эссе для каждого студента утверждается преподавателем в индивидуальном порядке.

#### **4.2. Примеры заданий итоговой аттестации**

##### Вопросы к экзаменационному тесту:

1. Предмет социологии потребления.
2. Основные черты потребления в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф).
3. Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель) – основные идеи работы.
4. «Потребительские революции» XVI- XIX в. (Г. Мак-Кракен).
5. Цивилизационный процесс (Н. Элиас). Механизмы возрастания контроля над повседневным поведением и манерами в XVI-XVII вв.
6. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Сходство и различия.
7. Различия современного и традиционного интерьера (Ж. Бодрийяр).
8. Понятие жестуальности. (Ж. Бодрийяр)
9. Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.
10. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Понятие симулякра.
11. Трудовая теория стоимости К. Маркса.
12. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.
13. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.
14. Основные понятия теоретического аппарата семиотики.
15. Основные соглашения относительно понятия «стиль жизни».
16. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия.
17. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях.
18. «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен).
19. Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд). Функции потребления согласно теории М. Дуглас и Б. Ишервуд.
20. Потребительские практики и потребительские классы, выделенные М. Дуглас и Б. Ишервудом.
21. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел).
22. Традиционное и современное потребление и гедонизм. (К. Кэмпбел).
23. Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
24. Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер).



25. Понятие общества потребления и его основные черты.
26. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер) и ее основные черты. Преимущества и недостатки макдональдизации.
27. Иррациональность рациональных макдональдизированных систем.
28. Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет. (Г. Ритцер).
29. Дематериализация потребления в концепции Дж. Ритцера.
30. Понятия постмодерна и постмодернизма.
31. Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
32. «Мозаичность» стилей жизни в эпоху постмодерна.
33. Мода как институт потребления. Ее свойства и функции.
34. Особенности моды по Г. Зиммелю.
35. Рождение и основные особенности универмагов.
36. Новая и традиционная организация торговли.
37. Супермаркет и универмаг – сходство и различия.
38. Принципы организации торговли в супермаркете.
39. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи.
40. Функции одежды.
41. Одежда как язык (Ф. Дэвис) и его особенности.
42. Теория просачивания моды (Г. Зиммель).
43. Высокое искусство и коммерция (Вайтли) – сходство и различие.
44. Коммодизация современного театра (Кершоу).
45. История, предпосылки и этапы развития туризма (Лэш, Урри).
46. Планы туристического восприятия (МакКаннелл).
47. Туристическое созерцание.
48. Что такое "смерть туризма"?
49. Рождение универмагов и новая роль женщин.
50. Основные этапы развития потребления в СССР.
51. Основы роста экономики и благосостояния во времена НЭПа в СССР.
52. Потребление в Сталинскую эпоху: дефицит и распределение (Осокина). Карточная система и торговля.
53. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели. (Лебина, Чистиков).
54. Основные черты советской очереди (Николаев).
55. Жизненный стандарт в СССР в 1970-е – 80-е годы.
56. Изменения в потреблении в России 1990-е годы.
57. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности).

## V. РЕСУРСЫ

### 5.1 Основная литература

- Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS – 1994 - № 5 - С. 91-104 - URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/694/662/1216/5\\_1\\_4akerl.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/694/662/1216/5_1_4akerl.pdf)
- Бодрийяр Ж. Система Вещей. М., Рудомино, 2001. URL: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bod\\_SisV/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bod_SisV/index.php)
- Бурдые П. Различение: социальная критика суждений (фрагменты). // Экономическая социология - 2005 - т.6 - №3 - URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc\\_t6\\_n3.pdf](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204931/ecsoc_t6_n3.pdf)
- Веселов Ю.В. Экономическая социология постмодерна // Журнал социологии и социальной антропологии – 1998 - № 1- С. 72-81 - [http://ecsocman.hse.ru/data/790/940/1231/006\\_Veselov.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/790/940/1231/006_Veselov.pdf)
- Гурова О.Ю. Социология моды: обзор классических концепций // Социологические исследования – 2011 - №8 - <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2011-8/Gurova.pdf>
- Ильин В.И. Социология потребления. Учебник для академического бакалавриата. М, Юрайт, 2018. <https://proxylibrary.hse.ru:2059/viewer/sociologiya-potrebleniya-438290#page/63>

Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования – 2005 - № 1 - С. 5-18 - [http://ecsocman.hse.ru/data/838/062/1217/001\\_radaev\\_2005-1.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/838/062/1217/001_radaev_2005-1.pdf)

## 5.2 Дополнительная литература

Автономов Ю. Взгляд на искусство через призму экономической теории. Спрос на рынке изобразительного искусства. // «Неприкосновенный запас» - 2003 - №6(32) . URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/>

Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М., Библион, 2003.

Бодрийяр Ж. Общество потребления : его мифы и структуры. М., Республика, 2006.

Вебер М.. Основные понятия стратификации // Социологические исследования – 1994 - № 5 - С. 147-156 - [http://ecsocman.hse.ru/data/254/578/1217/020\\_veber.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/254/578/1217/020_veber.pdf)

Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос - # 4 - 2000 (25) - [http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000\\_4/10.htm](http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm)

Добренко Е. Гастрономический коммунизм: вкусное vs. Здоровое // -«Неприкосновенный запас» - 2009 - №2(64) <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/do9.html>

Кисина Ю. Символическое тело одежды // -«Неприкосновенный запас» - 2004 - №5(37) <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/kis17.html>

Кушкова А. Советское прошлое сквозь воспоминания о продовольственном дефиците // Неприкосновенный запас – 2009 - №2(64) - <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/ku10.html>

Николаев В. Советская очередь: прошлое как настоящее // Неприкосновенный запас – 2005 - № 43 - <http://magazines.russ.ru/nz/2005/43/ni11.html>

Осокина Е. Прощальная ода советской очереди // -«Неприкосновенный запас» - 2005 - №5(43) <http://magazines.russ.ru/nz/2005/43/oso10.html>

Осокина Е. СССР в конце 1920-х — начале 1930-х годов: хроника начавшегося голода // История (издательский дом "Первое сентября") -1999 - № 20 - <http://his.1september.ru/article.php?ID=199902001>

Рощина Я.М. Социология потребления. М., ГУ-ВШЭ, 2007.

Сохань И.В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления // Журнал социологии и социальной антропологии – 2011 - №5 - [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419346/Sokhan\\_2011\\_5.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419346/Sokhan_2011_5.pdf)

Шматко Н.А. «Габитус» в структуре социологической теории. // Журнал социологии и социальной антропологии – 1998 - №2 - С. 60-70 - <http://ecsocman.hse.ru/data/106/743/1231/005Shmatko.pdf>

Cohen L. From Town Center to Shopping Center: The Reconfiguration of Community Marketplaces in Postwar America // The American Historical Review – 1996 - Vol. 101 - No. 4 - pp. 1050-1081 URL: [https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/4699748/cohen\\_town.pdf?sequence=2](https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/4699748/cohen_town.pdf?sequence=2)

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 - N2 - URL: [https://www.jstor.org/stable/656694?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/656694?seq=1#page_scan_tab_contents)

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 - - pp. 45-75 URL: [https://www.jstor.org/stable/2564034?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/2564034?seq=1#page_scan_tab_contents)

Lash S. Postmodernity and Desire. // Theory and Society -1985 - Vol. 14 - No. 1 - pp. 1-33. [https://www.jstor.org/stable/657396?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/657396?seq=1#page_scan_tab_contents)

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 - pp. 319-342 - URL: [https://www.jstor.org/stable/1901758?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1901758?seq=1#page_scan_tab_contents)

Miller D. Consumption and Commodities. // Annual Review of Anthropology – 1995 - Vol. 24 - pp. 141-161 URL: [https://www.jstor.org/stable/2155933?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/2155933?seq=1#page_scan_tab_contents)

Pennell S. Consumption and Consumerism in Early Modern England. // The Historical Journal – 1999 - Vol. 42 - No. 2 - pp. 549-564 - URL: [https://www.jstor.org/stable/3021000?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/3021000?seq=1#page_scan_tab_contents)

Ranaweera C., McDougall G., Bansal H. A model of online customer behavior during the initial transaction: Moderating effects of customer characteristics. // Marketing Theory – 2005 – 5 – pp. 51-74 - <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470593105049601>

Szmigin I. The aestheticization of consumption: an exploration of 'brand.new' and 'Shopping' // Marketing Theory – 2006 – 6 – pp.107-118 <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470593106061265>

### 5.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 10	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<b><i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i></b>		
1.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
2.	Электронные информационные ресурсы библиотеки НИУ ВШЭ	Из внутренней сети университета (договор) <a href="https://library.hse.ru/">https://library.hse.ru/</a>
<b><i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i></b>		
1.	Открытое образование	URL: <a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>
2.	Материалы федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент»	URL: <a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>

### 5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных и практических занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы, доступ к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для самостоятельных занятий по дисциплине оснащены необходимым ПО, возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.