



7,760: Konsumsoziologie

Fach-Informationen

ECTS-Credits: 3

Zugeordnete Veranstaltungen

Stundenplan	Sprache	Dozent(in)
7,760,1.00 Konsumsoziologie	Deutsch	Pfadenhauer Michaela

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Veranstaltungs-Inhalt

Wirtschaftswissenschaftler und wirtschaftsorientierte Soziologen haben ihn (allzu) lange in den Schatten des Produzenten gestellt, massenkulturkritische Soziologen da haben ihn fast chronisch als Kommerzdeppen verachtet. Im übrigen haben – von wenigen Ausnahmen abgesehen – Soziologen den „homo consumens“ – wenn überhaupt – im wesentlichen als (nachgeordnete) soziale Kategorie thematisiert. Als einem eigenständigen – und eigensinnigen – Akteur wird ihm in den Sozialwissenschaften erhöhte und breitere Aufmerksamkeit erst seit den 90er Jahren des Zwanzigsten Jahrhunderts zuteil.

In diesem Zusammenhang basiert die Veranstaltung „Konsum als Handlungsproblem“ nun auf der modernisierungstheoretischen Annahme, dass Menschen unter den gegebenen gesellschaftlichen Bedingungen, die Peter Gross pointiert als „Multioptionsgesellschaft“ etikettiert hat, sich tagtäglich – zwar von vielerlei, ja von verwirrend vielen und oft widersprüchlichen Ratschlägen begleitet, gleichwohl letztendlich auf sich selber verwiesen – in einer Überfülle von Wahlmöglichkeiten insbesondere mit Blick auf all das, was ihnen zum Konsum angeboten wird, zu recht finden müssen.

Unter Bezugnahme auf diese „Zeitdiagnose“ sollen in dem Blockseminar Vortragssequenzen der Dozenten mit und zwischen den durch je eigene Lektüre informierten Studierenden diskutiert werden. Dergestalt sollen gemeinsam Antworten auf die Leitfrage nach dem Beitrag des Konsumenten zur gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit erarbeitet werden.

Veranstaltungs-Struktur

Kick-Off, 10-17 Uhr

- Einleitung: Konsum als Handlungsproblem (Lebensweltanalyse)
- Diskussion von Fragen zur und Verteilung der Lektüre
- Homo Consumens (Anthropologie)

Blockseminar

Erster Tag, 10-17 Uhr

- Was ist Konsum (nicht)? (Begriffsklärung)
- Ist der Konsument ein Trottel? (Handlungstheorie)
- Von Karstadt zu Ebay (Sozialer Wandel))

Zweiter Tag, 10-17 Uhr

- Der Weg in die multioptionale Konsumgesellschaft (Sozialtheorie)
- Wer verbraucht wie was? (Soziale Ungleichheit I)
- Feine und weniger feine Unterschiede (Soziale Ungleichheit II)

Dritter Tag, 10-17 Uhr

- Kinder des Konsums (Lebensstilanalyse I)
- Jugendmoden (Lebensstilanalyse II)
- Über die (Nicht-)Organisierbarkeit der Konsumenten (Verbraucherpolitik)

Das Kontextstudium ist der Form nach **Kontaktstudium**; zum ordnungsgemässen Besuch der Veranstaltung gehört daher die **regelmässige Teilnahme**.

Veranstaltungs-Literatur

Pflichtliteratur:

Eines der folgenden Bücher:

- Aldridge, Alan (2003): Consumption. Cambridge: Polity Press
- Antonides, Gerrit/Raaij, W. Fred van (1998): Consumer Behaviour. A European Perspective. Chichester u.a.
- Blythman, Joanna (2005): Shopped. The shocking power of British supermarkets. London: Harper Collins
- Bryman, Alan (2004): The Disneyization of Society. London/Thousand Oaks/New Delhi
- Bocock, Robert (1993): Consumption. London/New York: Routledge
- Cohen, Elizabeth (2003): A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America. New York: Knopf
- Corrigan, Peter (1997): The sociology of consumption. London: Sage
- Cova, Bernard/Kozinets, Robert V./Shankar, Avi (2007) (eds.): Consumer Tribes. Amsterdam
- Cronin, Anne M. (2000): Advertising and Consumer Citizenship. Gender, images and rights. London: Routledge
- Edwards, Tim (2000): Contradictions of Consumption. Concepts, practices and politics in consumer society. Buckingham: Open University Press
- Entwistle, Joanne (2000): The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory. Cambridge: Polity
- Featherstone, Mike (1991): Consumer culture and postmodernism. London: Sage
- Fine, Ben/Leopold, Ellen (1993): The World of Consumption. London/New York: Routledge
- Frank, Thomas (1997): The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism. Chicago: Chicago University Press
- Friedman, Monroe (1999): Consumer Boycotts. Effecting Change through the Marketplace and the Media. New York, London: Routledge
- Friese, Susanne (2000): Self-concept and identity in a consumer society. Aspects of symbolic product meaning. Marburg: Tectum
- Gabriel, Yiannis/Lang, Tim (1995): The unmanageable consumer. Contemporary consumption and its fragmentations. London: Sage
- Harrington, C. Lee/Bielby, Denise D. (2000): Popular Culture. Production and Consumption. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Hilton, Matthew (2003): Consumerism in Twentieth-Century Britain: The Search for a Historical Movement. Cambridge: Cambridge University Press
- Levy, Sidney J. (1999): Brands, Consumers, Symbols and Research. Thousand Oaks/London/New Delhi
- Lindstrom, Martin (2008): Buyology. Truth & Lies about why we buy. New York/ London u.a.: Doubleday
- Lodziak, Conrad (2002): The Myth of Consumerism. London: Pluto Press
- Lury, Celia (2001): Consumer Culture. Cambridge
- Micheletti, Michele (2003): Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism and Collective Action. New York: Palgrave Macmillan
- Miles, Steven (1998): Consumerism – as a Way of Life. London: Sage
- Miles, Steven (2000): Youth Lifestyles in a changing world. Buckingham, Philadelphia: Open University Press
- Postrel, Virginia (2003): The substance of style. How the rise of aesthetic value is remaking commerce, culture & consciousness. New York: Harper Collins
- Quart, Alissa (2003): Branded. The Buying and Selling of Teenagers. New York
- Ransome, Paul (2005): Work, Consumption and Culture. Affluence and Social Change in the Twenty-first Century. London/Thousand Oaks, CA/New Delhi: Sage
- Ritzer, George (2001): Explorations in the Sociology of Consumption. Fast Food, Credit Cards and Casinos. London u.a.
- Slater, Don (1997): Consumer Culture and Modernity. Cambridge
- Stearns, Peter N. (2001): Consumerism in World History. The global transformation of desire. London, New York: Routledge
- Trentmann, Frank (2002): Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption. London
- Zaltman, Gerald (2003): How Customers Think. Essential Insights into the Mind of the Market. Boston
- Zuboff, Shoshana/Maxmin, James (2002): The support economy: Why corporations are failing individuals and the next episode of capitalism. London et al.: Penguin

Weiterführende Literatur:

- Bourdieu, Pierre (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Bretschneider, Rudolf (2000): Konsumgesellschaft. Entwicklungslinien und Perspektiven. Wien: Picus
- Gross, Peter (1994): Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Hellmann, Kai Uwe (2003): Soziologie der Marke. Frankfurt: Suhrkamp
- Jäckel, Michael (2004): Einführung in die Konsumsoziologie. Fragestellungen - Kontroversen – Beispieltex-te. Wiesbaden: VS
- Prinz, Michael (2003) (Hrsg.): Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne. Paderborn/München/Wien/Zürich: Schöningh
- Prisching, Manfred (2006): Die zweidimensionale Gesellschaft. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung. Wiesbaden: VS
- Schulze, Gerhard (1993): Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a.M./New York: Campus
- Stihler, Ariane (1998): Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze. Berlin: Duncker & Humblot
- Veblen, Thorstein (1971): Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen. München: dtv

Prüfungs-Informationen

Prüfungsform

Dezentral - schriftliche Hausarbeit (einzel) (100%)

Bemerkung: ca. 15 Seiten

Prüfungs-Hilfsmittel

keine Hilfsmittelregelung nötig

Für die Prüfungsleistung ist keine Hilfsmittelregelung notwendig. Es gilt:

- Für Hausarbeiten, Kurse ohne Credits etc. gibt es keine spezifische Hilfsmittelregelung.
- Es gelten subsidiär die Ordnungen der Universität St. Gallen sowie die Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens (Quellen und Hilfen müssen immer ausgewiesen werden).
- Bei allen schriftlichen Arbeiten muss eine Eigenständigkeitserklärung angebracht werden.

Fragesprache: **Deutsch**

Antwortsprache: **Deutsch**

Prüfungs-Inhalt

Der Inhalt des gesamten Seminar, zuzüglich des gewählten Schwerpunkts.

- Konsum als Handlungsproblem (Lebensweltanalyse)
- Diskussion von Fragen zur und Verteilung der Lektüre
- Homo Consumens (Anthropologie)
- Was ist Konsum (nicht)? (Begriffsklärung)
- Ist der Konsument ein Trottel? (Handlungstheorie)
- Von Karstadt zu Ebay (Sozialer Wandel)
- Der Weg in die multioptionale Konsumgesellschaft (Sozialtheorie)
- Wer verbraucht wie was? (Soziale Ungleichheit I)
- Feine und weniger feine Unterschiede (Soziale Ungleichheit II)
- Kinder des Konsums (Lebensstilanalyse I)
- Jugendmoden (Lebensstilanalyse II)
- Über die (Nicht-)Organisierbarkeit der Konsumenten (Verbraucherpolitik)

Prüfungs-Literatur

Je nach Auswahl und Thema (s. Veranstaltungsliteratur).

Beachten Sie bitte:

Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass dieses Merkblatt verbindlich ist und vor anderen Informationen wie Studynet, persönlichen Datenbanken der Dozenten/-innen, Angaben in den Vorlesungen etc. den absoluten Vorrang hat.

Die Angaben im Merkblatt bleiben bis zum Biddingstart (11.08.09) unverbindlich. Die Prüfungsinformationen für dezentrale Prüfungen sind ab der 4. Semesterwoche (12.10.09) verbindlich. Die Angaben zu zentralen Prüfungen bleiben bis zum Start der Prüfungsanmeldung am 02.11.09 unverbindlich. Bitte schauen Sie sich das Merkblatt nach Biddingstart bzw. nach dem 12.10.09 (dezentrale Merkblätter) und nach dem 02.11.09 (zentrale Merkblätter) nochmals an.
