

Vertiefungsseminar Spezielle Soziologie (2 SWS): Wintersemester 2016/17

24-408.25 Konsumsoziologie

Termin: Dienstag, 10:15-11:45 Uhr, AP1, Raum 245

Leitung: Prof. Dr. Jürgen Beyer, Sprechstunden: Dienstags 13:00-14:30 Uhr

Mail: juergen.beyer@uni-hamburg.de

„Vor einigen Jahrzehnten war noch klar: ich bin, was ich produziere. Einer, der Brot bäckt, war Bäcker; wer Glühbirnen herstellt, war Fabrikant, und wer einen Bus fährt, der war ein Busfahrer. Doch das hat sich geändert. Heute ist die Identität eines Menschen in der westlichen Welt am stärksten daran geknüpft, was er verbraucht. Er ist inzwischen, was er konsumiert.“ Aussagen wie diese findet man bei der Recherche zur gesellschaftlichen Bedeutung des Konsums heutzutage zuhauf. Für Soziologinnen und Soziologen war aber auch schon vor der Propagierung des Begriffs der „Konsumgesellschaft“ klar, dass Konsum mehr ist als nur der reine Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen zum Zwecke der Befriedigung von Bedarf und Bedürfnissen. Im Seminar werden daher u.a. der sich wandelnde Stellenwert des Konsums, die sich im Konsum äußernden Statusdifferenzen, die Möglichkeiten zum Ausdruck der eigenen Lebensgestaltung oder auch die gesellschaftliche Folgen des Konsumverhaltens diskutiert werden. Das Seminar gibt einen Überblick zur soziologischen Konsumforschung und wird hierbei die unterschiedlichen sozialstrukturellen, wirtschafts- und kultursoziologischen Aspekte des Konsums gleichermaßen behandeln.

Lernziel: Kenntnis zentraler wissenschaftlicher Positionen im Bereich der Konsumsoziologie; Erhöhte Erfahrungen mit Präsentationen; Geförderte Fähigkeit zur kritischen Analyse von Texten; Verbesserte Befähigung zur Abfassung schriftlicher wissenschaftlicher Arbeiten.

Hinweis zur Prüfung: Die Mitgestaltung einer Sitzung und die aktive Teilnahme an der Veranstaltung sind neben der Hausarbeit Voraussetzung für den Erwerb der Credit Points. Hausarbeit in Form eines Aufsatzes, eines Interviews, einer Forschungsskizze oder einer Tagungsplanung. 1. Abgabetermin für die Hausarbeit: 01.04.2017, 2. Abgabetermin für die Hausarbeit: 15.07.2017, Abgabe im Studienbüro Sozialwissenschaften *und* als Text- oder pdf-Datei an juergen.beyer@uni-hamburg.de

18.10.16	<p>Thematische Einführung und Referatsvergabe</p> <p><i>Campbell, Colin</i> (1995): The Sociology of Consumption, in: Daniel Miller (Hg.) Acknowledging Consumption. A Review of New Studies, London: Routledge.</p> <p><i>Hellmann, Kai-Uwe</i> (2013): Der Konsum der Gesellschaft, Wiesbaden: Springer VS.</p> <p><i>Jäckel, Michael</i> (2006): Einführung in die Konsumsoziologie, Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p><i>Warde, Alan</i> (2015): The Sociology of Consumption: Its Recent Development. Annual Review of Sociology 41: 117-134.</p>
----------	--

25.10.16	<p>Bedürfnisbefriedigung</p> <p>Reflektionsfragen: Wie wandelbar sind menschliche Bedürfnisse und warum kann der Erwerb eines Konsumgutes neue Bedürfnisse wecken?</p> <p><i>Griskevicius, Vladas / Kenrick, Douglas T. (2013): Fundamental Motives: How Evolutionary Needs Influence Consumer Behavior, in: Journal of Consumer Psychology 23/3, 372-386.</i></p> <p>* <i>Jäckel, Michael (2006): Der Streit um die Bedürfnisse. S. 67-91 in: ders., Einführung in die Konsumsoziologie, Wiesbaden: VS Verlag.</i></p> <p><i>Maslow, Abraham H. (1943): A Theory of Human Motivation, in: Psychological Review 50, 370-396.</i></p> <p><i>Rutenberg, Jürgen von (2009): Der Diderot-Effekt, Zeit-Magazin Online, http://www.zeit.de/2009/16/Design-Diderot-16.</i></p>
01.11.16	<p>Massenkonsum</p> <p>Reflektionsfragen: Wie entsteht Massenkonsum? Ist Massenkonsum ein Zeichen für gesellschaftlichen Fortschritt?</p> <p><i>Adorno, Theodor W. (2002): Résumé über Kulturindustrie. In: Pias, Claus u.a. (Hg.): Kursbuch Medienkultur – Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA, 4. Auflage, 202-208.</i></p> <p><i>Katona, Georg (1965): Der Massenkonsum, Wien/Düsseldorf: Econ.</i></p> <p>* <i>König, Wolfgang (2009): Massenproduktion und Konsumgesellschaft: Ein historischer und systematischer Abriss, in: Heinz-Gerhard Haupt / Claudius Torp. (Hrsg.) Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890-1990, Frankfurt/New York, 46-61.</i></p> <p><i>Matsuyama, Kiminori (2002): The Rise of Mass Consumption Societies, in: Journal of Political Economy, Vol. 110/5, 1035-1070.</i></p>
08.11.16	<p>Konsum als Distinktionsmittel</p> <p>Reflektionsfragen: Wie hängen Konsumpräferenzen mit der soziale Herkunft einer Person zusammen? Was zeichnet elitären Geschmack aus?</p> <p>* <i>Bourdieu, Pierre (2005): Die feinen Unterschiede, S. 31-48 in: ders., Die verborgenen Mechanismen der Macht, Hamburg: VSA.</i></p> <p><i>Rössel, Jörg (2006): Allesfresser im Kinosaal? Distinktion durch kulturelle Vielfalt, in: Soziale Welt 57/3, 259-272.</i></p> <p><i>Sullivan, Oriol / Jonathan Gershuny (2004): Inconspicuous Consumption. Work-rich, Time-poor in the Liberal Market Economy. In: Journal of Consumer Culture 4/1, 79-100.</i></p> <p><i>Veblen, Thorstein B. (2007) [1899]: Theorie der feinen Leute, Frankfurt: Fischer (insbesondere Kapitel 3 und 4 „Der demonstrative Müßiggang“, „Der demonstrative Konsum“).</i></p>
15.11.16	<p>Rationalisierter Konsum (McDonaldisierung)</p> <p>Reflektionsfragen: Ein Schnellrestaurant als Modell der Gesellschaft? Was spricht dafür, was dagegen?</p> <p><i>Alfino, Mark / John S. Caputo / Robin Wynyard (1998): McDonaldisation Revisited. Critical Essays on Consumer Culture, Westport: Praeger.</i></p> <p><i>Brüsemeister, Thomas (2000): Die Gesellschaft als organisierte Erwartungs-Enttäuschungs-Spirale. George Ritzers These der McDonaldisierung, S. 275-290 in: Uwe Schimank / U. Volkmann (Hrsg.) Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Eine Bestandsaufnahme, Opladen: Leske + Budrich.</i></p> <p>* <i>Ritzer, George (1983): The “McDonaldisation” of Society, in: Journal of American Culture 6/1, 100-107.</i></p> <p><i>Ritzer, George (2003): Islands of the Living Dead. The Social Geography of McDonaldisation, in: American Behavioral Scientist 47/2, 119-136.</i></p>

22.11.16	<p>Moden</p> <p>Reflektionsfrage: Was "In" ist kann schnell "Out" sein. Warum gibt es Moden und welche gesellschaftliche Bedeutung haben diese?</p> <p><i>Aspers, Patrick / Frédéric Godart</i> (2013): Sociology of Fashion: Order and Change, in: Annual Review of Sociology 39, 171-192.</p> <p>* <i>Hirsch, Paul M.</i> (1972): Processing Fads and Fashions – Organization Set Analysis of Cultural Industry Systems, in: American Journal of Sociology 77/4, 639-659.</p> <p><i>Jäckel, Michael</i> (2006): Konsum und sozialer Wandel, S.215-240 in: ders. Einführung in die Konsumsoziologie, Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p><i>Simmel, Georg</i> (1895): Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie, http://socio.ch/sim/mod95.htm (Georg Simmel online).</p>
29.11.16	<p>Erlebniskonsum</p> <p>Reflektionsfragen: Sind „kaufen“ und „shopping“ dasselbe? Warum wird dem Erlebnischarakter des Konsums heute so eine große Bedeutung zugeschrieben?</p> <p><i>Wood, Michael</i> (2005): Discretionary Unplanned Buying in Consumer Society, in: Journal of Consumer Behavior 4/4, 268-281.</p> <p><i>McCarville, Ron E. / Shaw, Susan M. / Ritchie, Meghan</i> (2013): Shopping as Leisure: A Study of Avid Shoppers, in: World Leisure Journal 55/2, 167-178.</p> <p>* <i>Opaschowski, H.W.</i> (1998): Vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum: Folgen des Wertewandels, in: Nickel, Oliver (Hrsg.): Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele, München, 1998, 25-38.</p> <p><i>Schulze, Gerhard</i> (1993): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt a.M./New York: Campus (darin: S. 421-431, 450-457).</p>
06.12.16	<p>Emotionen & Romantik</p> <p>Reflektionsfragen: Welche Rolle spielen Emotionen beim Konsum? Wie beeinflussen Gegenstände des Konsums das Gefühl?</p> <p><i>Boden, Sharon / Williams, Simon J.</i> (2002): Consumption and Emotion: The Romantic Ethic Revisited, in: Sociology 36/3, 493-512.</p> <p><i>Campbell, Colin</i> (1983): Romanticism and the Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis. In: Sociology of Religion 44/4, 279-295.</p> <p><i>Illouz, Eva</i> (2007): Der Konsum der Romantik. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.</p> <p>* <i>Illouz, Eva</i> (2009): Emotions, Imagination and Consumption. In: Journal of Consumer Culture 9/3, 377-413.</p>
13.12.16	<p>Postmoderne Konsumgesellschaft</p> <p>Reflektionsfragen: Was trennt die Konsumgesellschaft von der Moderne? Warum hat der Konsum in den Theorien der Postmoderne einen so hohen Stellenwert?</p> <p><i>Baudrillard, Jean</i> (1998): The Consumer Society: Myths and Structures, London: Sage.</p> <p><i>Bauman, Zygmunt</i> (2001): Consuming Life, in: Journal of Consumer Culture 1/1, 9-29.</p> <p><i>Bauman, Zygmunt</i> (2007): Consuming Life, Cambridge: Polity Press.</p> <p>* <i>Strehle, Samuel</i> (2012): Theorie des Konsumgesellschaft, in: ders. (Hg.) Zur Aktualität von Jean Baudrillard, Wiesbaden: VS Verlag, 29-51.</p>

20.12.16	<p>Konsum und Weihnachten</p> <p>Reflektionsfrage: Weihnachten als Fest des Konsums? Gibt es sozialstrukturelle Differenzen im weihnachtlichen Konsumverhalten?</p> <p><i>Cheal, David J. (1986): The Social Dimension of Gift Behavior. In: Journal of Social and Personal Relationships 3/4, 423-439.</i></p> <p><i>Edensor, Tim / Millington, Steve (2009): Illuminations, Class Identities and the Contested Landscape of Christmas, in: Sociology 43/1, 103-121.</i></p> <p><i>Fischer, Eileen / Stephen J. Arnold (1990): More than a Labour of Love: Gender Roles and Christmas Gift Shopping. In: Journal of Consumer Research 17/3, 333-345.</i></p> <p><i>Lemmergaard, Jeanette / Sara Louise Muhr (2011): Regarding Gifts – On Christmas Gift Exchange and Asymmetrical Business Relations. In: Organization 18/6, 763-777.</i></p>
10.01.16	<p>Prosumption</p> <p>Reflektionsfragen: Verwischen sich die Produzenten- und die Konsumentenrolle bzw. Angebot und Nachfrage? Wenn ja, mit welchen Konsequenzen?</p> <p><i>Antonio, Robert J. (2015): Is Prosumer Capitalism on the Rise? In: The Sociological Quarterly 56/3, 472-483.</i></p> <p><i>Blätzel-Mink, Birgit (2010): Prosuming im online-gestützten Gebrauchtgüterhandel und Nachhaltigkeit - Das Beispiel ebay, in: Birgit Blätzel-Mink / Kai-Uwe Hellmann (Hrsg.) Prosumer Revisited, Wiesbaden: VS Verlag, 117-130.</i></p> <p><i>Comor, Edward (2010): Digital Prosumption and Alienation. In: Ephemera 10/3-4, 439-454.</i></p> <p>* <i>Ritzer, Georg (2015): Prosumer Capitalism, in: The Sociological Quarterly 56/3, 413-445.</i></p>
17.01.16	<p>Moralischer Konsum</p> <p>Reflektionsfragen: Welche Rolle spielt die Moral beim Kauf von Produktion? Werden Märkte in der Wissensgesellschaft moralischer?</p> <p><i>Hansen, Ursula / Schrader, Ulf (1997): A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society, in: Journal of Consumer Policy 20/4, 443-468.</i></p> <p><i>Nielsen, Lisbeth / McGregor, Sue L.T. (2013): Consumer Morality and Moral Norms, in: International Journal of Consumer Studies 37/5, 473-480.</i></p> <p>* <i>Stehr, Nico / Adolf, Marian (2009): Konsum zwischen Markt und Moral: Eine soziokulturelle Betrachtung moralisierter Märkte, in: Stephan A. Jansen/Eckhard Schröter/Nico Stehr (Hg.) Mehrwertiger Kapitalismus, Wiesbaden: VS Verlag, 195-218.</i></p> <p><i>Sunderer, Georg / Rössel, Jörg (2012): Morality or Economic Interest? The Impact of Moral Motives and Economic Factors on the Purchase of Fair Trade Groceries, in: International Journal of Consumer Studies 36, 244-250.</i></p>
24.01.16	<p>Anti-Konsum und freiwilliger Konsumverzicht</p> <p>Reflektionsfragen: Ist Konsumverzicht politisch motiviert? Handelt es sich beim „Anti-Konsum“ um eine neue soziale Bewegung?</p> <p><i>Alexander, Samuel / Ussher, Simon (2012): The Voluntary Simplicity Movement: A Multi-National Survey Analysis in Theoretical Context, in: Journal of Consumer Culture 12/1, 66-86.</i></p> <p><i>Portwood-Stacer, Laura (2012): Anti-consumption as Tactical Resistance: Anarchists, Subculture, and Activist Strategy, in: Journal of Consumer Culture 12/1, 87-105</i></p> <p><i>Sen, Sankar / Zeynep Gurhan-Canli / Vicki Morwitz (2001): Withholding Consumption: A Social Dilemma Perspective on Consumer Boycotts, in: Journal of Consumer Research 28/3, 399-417.</i></p> <p>* <i>Zamwel, Einat / Sasson-Levy, Orna / Ben-Porat, Guy (2014): Voluntary Simplifiers as Political Consumers: Individuals Practicing Politics through Reduced Consumption, in: Journal of Consumer Culture 14/2, 199-217.</i></p>
31.01.16	<p>Schlussdiskussion</p>