



## Übung im Frühjahrssemester 2018:

### Consuming Life – Theoretische und thematische Perspektiven der Konsumsoziologie

#### Veranstaltungsleiter:

Patrick Schenk

schenk@soziologie.uzh.ch

Sprechstunde: nach Vereinbarung, AND 5.92

Sebastian Weingartner

weingartner@soziologie.uzh.ch

Sprechstunde: nach Vereinbarung, AND 5.47

#### Zeit/Ort:

Dienstags, 14.15 – 15.45 | wöchentlich vom 20.02.2018 bis zum 29.05.2018

03.04.2018 und 01.05.2018 entfällt

Raum: AND 3.44

#### Inhalt:

In modernen Gesellschaften nimmt der Konsum von Gütern und Dienstleistungen einen zentralen Stellenwert ein. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass das Konsumverhalten nicht nur auf Existenzsicherung ausgerichtet ist, sondern auch der Bildung von persönlichen und sozialen Identitäten dient. Konsum erstreckt sich über zahlreiche Bereiche, angefangen beim Konsum von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen bis hin zu kulturellen Angeboten wie Opern oder Kinofilmen. Zur Erfassung dieser unterschiedlichen Facetten moderner Konsumgesellschaften bietet die Soziologie ein breites Angebot an theoretischen Perspektiven und empirischen Herangehensweisen.

Ziel des Kurses soll es daher sein, diese theoretischen Perspektiven zu diskutieren und sie mit verschiedenen Konsumfeldern in Verbindung zu bringen. Der erste Teil des Kurses fokussiert auf zentrale theoretische Ansätze der Konsumsoziologie, die von zeitdiagnostischen Beschreibungen über analytische Erklärungen bis hin zu kritischen Auseinandersetzungen reichen. Im zweiten Teil werden zentrale Handlungsfelder in den Blick genommen und einschlägige empirische Befunde besprochen. Dies bezieht sich unter anderem auf Alltagskonsum, Konsum kultureller Güter und Dienstleistungen und den Konsum aus ethischen oder politischen Gründen.

#### Basis- und Überblicksliteratur:

Bauman, Zygmunt (2007): *Consuming life*. Cambridge: Polity Press.

Featherstone, Mike (1991): *Consumer culture & postmodernism*. London: Sage.

Ilmonen, Kaj (2011): *A social and economic theory of consumption*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (2000): *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*. Opladen: Leske + Budrich.

Warde, Alan (2015): The sociology of consumption. Its recent development. *Annual Review of Sociology* 41: 117–134.

## Leistungsnachweis:

Studierende können einen Leistungsnachweis über **4 (B.A.) bzw. 3 (M.A.) ECTS-Punkte** erwerben. Die Punkte werden wie folgt vergeben:

- Aktive Teilnahme und Vorbereitung der Pflichtlektüre: 1 Punkt
- Referat inkl. Handout (siehe genauer unten): 1 Punkt
- Essay zum Thema einer Sitzung (6-8 Seiten; siehe genauer unten): BA 2, MA 1 Punkt(e)

## Referate:

Referate können in 2er- oder 3er-Gruppen gehalten werden. Hierbei ist folgendes zu beachten:

### Referate in 2er Gruppen:

- Dauer: 20 Minuten
- Zusammenfassung des Referatstexts (**R1**)
- Verbindung zum Pflichttext (**P**) herstellen
- Formulierung einer Diskussionsfrage (z.B. Kritik oder weiterführende Frage)

### Referate in 3er Gruppen:

- Dauer: 30 Minuten
- Zusammenfassung beider Referatstexte (**R1+R2**)
- Verbindung zwischen den Referatstexten und dem Pflichttext (**P**) herstellen
- Formulierung einer Diskussionsfrage (z.B. Kritik oder weiterführende Frage)

Alle Referate sollen durch eine Präsentation (Folien, PowerPoint o.ä.) und ein Handout (max. eine Seite) didaktisch unterstützt werden. Alle Referatsmaterialien sind den Veranstaltungsleitern spätestens 24 Stunden vor dem Referatstermin per Email zuzusenden.

## Essays:

Die Essays sollen einen Umfang von 6-8 Seiten (DIN-A4, 1.5-facher Zeilenabstand, Schriftgröße 12pt, Seitenränder nicht mehr als 2.5cm, inkl. Literaturverzeichnis) haben und sich auf das Thema einer Sitzung beziehen. Es darf sich nicht um die gleiche Sitzung handeln, in der auch das Referat gehalten wird! Die Essays sind zu Beginn der jeweiligen Sitzung in ausgedruckter Form (inkl. Eigenständigkeitserklärung) bei den Veranstaltungsleitern abzugeben. Inhaltlich ist zu beachten:

- Zusammenfassung zweier Texte der Sitzung (frei wählbar) (ca. 40%)
- Verbindung zwischen den Texten herausarbeiten (ca. 15%)
- Einbettung in das Veranstaltungsthema (ca. 15%)
- Kritische Auseinandersetzung mit eigenständiger Argumentation (ca. 30%)

Grundlage für die Bewertung der Essays sind darüber hinaus folgende Kriterien:

- Orthographie und Grammatik
- Korrekte Zitierweise (Plagiatsversuche führen zur Bewertung „nicht bestanden“)
- Klarheit im Ausdruck und in der Argumentation
- Akkurate Verwendung der sozialwissenschaftlichen Konzepte

## Hinweise:

Die Themenvergabe für Referate und Essays findet über OLAT (<http://www.olat.uzh.ch>) statt. Sämtliche Veranstaltungsmaterialien stehen ebenfalls über OLAT zum Download bereit.

## 1. Einführungssitzung

(20.02.2018)

---

### --- Teil I: Theoretische Zugänge ---

## 2. Konsumgesellschaft (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)

(27.02.2018)

---

- P Bauman, Zygmunt (2001): Consuming life. *Journal of Consumer Culture*, 1: 9-29
- R1 Martin, John Levi (1999): The myth of the consumption-oriented economy and the rise of the desiring subject. *Theory and Society*, 28: 425-453
- R2 Atkinson, Will (2008): Not all that was solid has melted into air (or liquid): a critique of Bauman on individualization and class in liquid modernity. *The Sociological Review*, 56: 1-17

## 3. Kosten und Information (hauptverantwortlich: Patrick Schenk)

(06.03.2018)

---

- P Piorkowsky, Michael-Burkhard (2000): Konsum aus Sicht der Haushaltsökonomik. In *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*, Hrsg. Doris Rosenkranz, und Norbert F. Schneider, 187-206. Opladen: Leske + Budrich
- R1 Stigler, George J.; Becker, Gary S. (1977): De gustibus non est disputandum. *The American Economic Review* 67: 76-90
- R2 Felser, Georg (2011): *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Heidelberg: Springer: 87-113

## 4. Handlungstheoretische Ansätze (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)

(13.03.2018)

---

- P Rössel, Jörg (2011): Soziologische Theorien in der Lebensstilforschung. In *Lebensstilforschung. 51. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Hrsg. Jörg Rössel und Gunnar Otte, 35-61. Wiesbaden: VS-Verlag
- R1 Ajzen, Icek (2015): Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Rivista di Economia Agraria*, 70: 121-138
- R2 Dijksterhuis, Ap; van Baaren, Rick B.; Bongers, Karin C.; Bos, Maarten W.; Leeuwen, Matthijs L.; van der Leij, Andreas (2009): The rational unconscious. Conscious versus unconscious thought in complex consumer choice. In *Social Psychology of Consumer Behavior*, Hrsg. Michaela Wänke, 89-107. New York: Psychology Press

## 5. Praxistheoretische Ansätze (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)

(20.03.2018)

- P** Müller, Hans-Peter (1986): Kultur, Geschmack und Distinktion. Grundzüge der Kultursoziologie Pierre Bourdieus. In *Kultur und Gesellschaft. 27. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Hrsg. Friedhelm Neidhardt, M. R. Lepsius und Johannes Weiss, 162-190. Opladen: Westdeutscher Verlag
- R1** Warde, Alan (2005): Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5: 131–153
- R2** Collet, Francois (2009): Does habitus matter? A comparative review of Bourdieu's habitus and Simon's bounded rationality with some implications for economic sociology. *Sociological Theory*, 27 (4): 419-434

## 6. Identität und Konformität (hauptverantwortlich: Patrick Schenk)

(27.03.2018)

- P** Belk, Russel W. (1988): Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15: 139–168
- R1** Berger, Jonah; Heath, Chip (2007): Where consumers diverge from others: identity signaling and product domains. *Journal of Consumer Research*, 34: 121–134
- R2** Salganik, Matthew J.; Watts, Duncan J. (2009): Social Influence. The Puzzling Nature of Success in Cultural Markets. In *The Oxford Handbook of Analytical Sociology*, Hrsg. Peter Hedström, und Peter Bearman, 315-341. New York: Oxford University Press

--- Osterferien ---

(03.04.2018)

## 7. Konsumkritik (hauptverantwortlich: Patrick Schenk)

(10.04.2018)

- P** Schor, Juliet B. (2007): In defense of consumer critique: revisiting the consumption debates of the twentieth century. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611: 16–30
- R1** Campbell, Colin (1994): Consuming goods and the good of consuming. *Critical Review*, 8: 503–520
- R2** Lutter, Mark (2012): Tagträume und Konsum. *Soziale Welt*, 63: 233–251

## --- Teil II: Handlungsfelder ---

## 8. Kulturkonsum (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)

(17.04.2018)

- P** Le Roux, Brigitte; Rouanet, Henry; Savage, Mike; Warde, Alan (2008): Class and cultural division in the UK. *Sociology*, 42: 1049–1071
- R1** Peterson, Richard A.; Kern, Roger M. (1996): Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61: 900–907
- R2** Daenekindt, Stijn; Roose, Henk (2017): Ways of preferring: distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption. *Journal of Consumer Culture*, 17: 25–45

---

**9. Lebensmittelkonsum** (hauptverantwortlich: Patrick Schenk)**(24.05.2018)**

- P** Johnston, Josée; Baumann, Shyon (2007): Democracy versus distinction: a study of omnivorousness in gourmet food writing. *American Journal of Sociology*, 113: 165–204
- R1** Warde, Alan; Martens, Lydia; Olsen, Wendy (1999): Consumption and the problem of variety. Cultural omnivorousness, social distinction and dining out. *Sociology*, 33: 105–127
- R2** Beverland, Michael (2006): The ‘real thing’. Branding authenticity in the luxury wine trade. *Journal of Business Research*, 59: 251–258

--- Tag der Arbeit ---

**(01.05.2018)**

---

**10. Politischer Konsum** (hauptverantwortlich: Patrick Schenk)**(08.05.2018)**

- P** Micheletti, Michele. 2003. *Political virtue and shopping. Individuals, consumerism, and collective action*. New York: Palgrave Macmillan: 1-36
- R1** Koos, Sebastian (2012): What drives political consumption in Europe? A multi-level analysis on individual characteristics, opportunity structures. *Acta Sociologica*, 55: 37–57
- R2** Baumann, Shyon, Engman, Athena; Johnston, Josée (2015): Political consumption, conventional politics, and high cultural capital. *International Journal of Consumer Studies*, 39

---

**11. Wohnungsmarkt** (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)**(15.05.2018)**

- P** Rérat, Patrick (2012): Gentrifiers and their housing choice. Characteristics of the households living in new developments in Swiss cities. *Environment and Planning A*, 44: 221-236
- R1** Rössel, Jörg; Hölscher, Michael (2012): Lebensstile und Wohnstandortwahl. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 64: 303–327
- R2** Bourdieu, Pierre; Bouhedja, Sala; Christin, Rosine; Givry, Claire (1998): Eine sichere Geldanlage für die Familie. Das Einfamilienhaus: Produktspezifität und Logik des Produktionsfeldes. In *Der Einzige und sein Eigenheim*, Hrsg. Margareta Steinrücke, 26-82. Hamburg: VSA-Verlag

---

**12. Digitalisierung** (hauptverantwortlich: Sebastian Weingartner)**(22.05.2018)**

- P** Ritzer, George; Jurgenson, Nathan (2010). Production, consumption, prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’. *Journal of Consumer Culture*, 10: 13-36
- R1** Schradie, Jen (2011): The digital production gap: the digital divide and Web 2.0 collide. *Poetics*, 29: 145-168
- R2** Hargittai, Eszter (2010): Digital na(t)ives? Variation in internet skills and uses among members of the net generation. *Sociological Inquiry*, 80: 92-113

---

**13. Abschluss Sitzung: Zusammenfassung und Diskussion****(29.05.2018)**

---