

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра політичної соціології



ЗАТВЕРДЖЕНО

В.О. Декана соціологічного факультету

В'ячеслав НІКУЛІН

«28» червня 2024 року

Робоча програма навчальної дисципліни

СОЦІОЛОГІЯ СПОЖИВАННЯ

рівень вищої освіти **бакалавр**

галузь знань **05 соціальні та поведінкові науки**

спеціальність **054 соціологія**

освітня програма **соціально-політичні та маркетингові дослідження**

вид дисципліни **за вибором**

факультет **соціологічний**

2024/2025 навчальний рік

Програму обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету

Протокол №9 від "26" червня 2024 р.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Бойко Дмитро Миколайович, к. соц. н., завідувач кафедри політичної соціології.

Литовченко Артем Дмитрович, к. соц. н., доцент кафедри політичної соціології.

Нехаєнко Оксана Василівна, д. ф. з соц., старший викладач кафедри політичної соціології.

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології

Протокол від "21" червня 2024 року №12

завідувач кафедри

 Дмитро БОЙКО

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від "24" червня 2024 року №8

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

Гарант освітньої програми

«Соціально-політичні та маркетингові дослідження»

спеціальності 054 Соціологія



Олена МУРАДЯН

Програму вивчення навчальної дисципліни “Соціологія споживання” складено відповідно до освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 054 Соціологія.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів професійно-соціологічного погляду на процеси та практики споживання в сучасному суспільстві. Курс побудовано на перетині сучасних трендів в соціології: «повороті до матеріального», урбаністиці, активізації соціологічних досліджень технологій тощо.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

1. визначити передумови формування соціології споживання як окремої галузі соціологічного знання.
2. розкрити зміст наукових та філософських понять, що лежать в основі сучасної соціології споживання;
3. проаналізувати евристичний потенціал класичних соціологічних теорій для вивчення процесів та практик споживання;
4. проаналізувати та проінтерпретувати сучасні соціологічні теорії споживання;
5. вивчити основні засади використання соціологічних методів для дослідження процесів і практик споживання;
6. сформувані в студентів практичні навички застосування соціології споживання в сфері маркетингу та соціального інжинірингу.

1.3. Кількість кредитів для денної форми навчання – 4

1.4. Загальна кількість годин для денної форми навчання - 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
26 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	
26 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
68 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	
<i>Есе, 10 год. (за рахунок самостійної роботи)</i>	
<i>Контрольна робота, 2 год. (за рахунок самостійної роботи)</i>	

1.6. Заплановані результати навчання.

Навчальна дисципліна забезпечує розвиток наступних **компетентностей**:

ЗК 08 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 10 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

- СК 01 Здатність оперувати базовим категоріально-понятійним апаратом соціології.
СК 03 Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.
СК 06 Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.
СК 07 Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефаківців.

Навчальну дисципліну спрямовано на досягнення таких **результатів** навчання:

- ПРН 01 Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.
ПРН 03 Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.
ПРН 4 Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.
ПРН 08 Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.
ПРН 11 Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефаківців.
ПРН 13 Відтворювати факти (дати, події, принципи й закономірності суспільного розвитку), встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, явищами, робити висновки, аргументувати свої думки.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

знати :

- місце, роль та функції соціології споживання в системі соціогуманітарного знання;
- генезис та історію становлення соціології споживання;
- можливості застосування класичних соціологічних теорій для вивчення процесів і практик споживання;
- основні положення сучасних соціологічних теорій споживання;
- фундаментальні теоретико-методологічні проблеми соціології споживання та варіанти їхнього вирішення;

вміти :

- застосовувати основні соціологічні та загальнонаукові методи до вивчення процесів і практик споживання;
- правильно працювати з науковими першоджерелами соціології споживання;
- застосовувати теоретичні положення соціології споживання при аналізі власної повсякденності;
- застосовувати теоретичні положення соціології споживання при аналізі маркетингових процесів та явищ.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні

Споживання у соціологічному фокусі: коли, як, навіщо. Галузеві соціології та їхній інструментарій дослідження споживання. Історико-соціальний контекст споживання як процесу. Соціологія споживання сьогодні та у перспективі.

Тема 2. Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів

Концепції Карла Маркса, Макса Вебера, Торстейна Веблена, Джордя Лукача, Герберта Маркузе, Еріха Фромма, Нікласа Лумана, Мішеля Фуко, П'єра Бурдьє, Жана Бодрійара, Фредеріка Джеймсона, Девіда Гребера, Наомі Кляйн, Сві Іллуз et cetera в перспективі соціології споживання.

Тема 3. Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори

Соціологічне розуміння виробництва, товару, товарної вартості, споживання. Товар як соціальний конструкт. Бренд як торгівельна марка та як феномен сприйняття. Товар та фетиш. Фетишизація та споживацтво. Аутопойесіс як нерозділення виробника зі споживачем. Варіації теоретико-аналітичної оптики щодо полів та акторів виробництва й споживання: марксизм, розуміюча соціологія, символічний інтеракціонізм, критична соціологія, культурний марксизм, феноменологія, соціологія речей, ANT et cetera.

Тема 4. Споживання як спосіб та стиль життя

Спосіб життя: соціологічні засади концепції. Концепція «стилю життя» в класичних соціологічних теоріях та у версії П'єра Бурдьє. Споживання крізь призму концептів способу та стилю життя: форма дії та форма тексту. Повсякденність й свято як моделі споживання. Мода: соціокультурні та дискурсивні виміри. Драматургія споживання. Шопінг. Торговельно-розважальні центр: алеф способу й стилю. Теологія споживання: храмовий вимір ТРЦ та (тематичних) парків розваг.

Тема 5. Споживання як дискурс

Споживання як текст. Дискурсивне поле споживання. Міфи споживання. Реклама як дискурсивна формація. Дискурсивні засади маркетингу та піару. Дискурсивні спільноти контролерів споживання. Інституційний вимір регуляції споживання: контроверза чи структурний відповідник дискурсивного поля?

Тема 6. Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання

Жан Бодрійар про систему речей, суспільство споживання, символічний обмін, кітч, гаджет та симулякр. Культура споживання та її динаміка: потреби, інтереси, цінності споживання. Подарунок: артефакт безвиробничого споживання чи інструмент заперечення виробничко-споживацьких відносин? Торстейн Веблен про демонстративне споживання. Жиль Дельоз, Фелікс Гваттарі про споживання, капіталізм і шизофренію. Формування бажання володіти речами. Фредерік Джеймсон та культура споживання. Споживацька поведінка: тактики, стратегії, моделі. Дозвілля як поле консолідації й конденсації споживацьких практик. Споживання ризиків (У. Бек, О. Яницький).

Тема 7. Споживання як глобальний процес

Простор та час споживання як соціального процесу. Маркетплейси та соціальні мережі як вузли споживання. Глобалізаційні впливи на локальні моделі й практики споживання. Туризм як механізм культурного споживання. Від транснаціонального виробництва до транснаціонального споживання. Глокалізація споживання. Ризикогенність споживання. Споживання медіа та медіація споживання.

Тема 8. Емпіричні дослідження споживання

Кількісні та якісні методи в соціології споживання. Опитування та big data. Включене спостереження споживання й споживацтва. Біографічний метод дослідження споживання. Експеримент, розрив повсякденності та «гарфінкелінг».

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні	15	4	4			7	15	2	1			12
Тема 2. Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів	15	4	4			7	15	1	1			13
Тема 3. Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори	15	4	4			7	15	1				14
Тема 4. Споживання як спосіб та стиль життя	15	2	2			11	15	1				14
<i>Контрольна робота</i>	2				2		1				1	
Тема 5. Споживання як дискурс	15	4	4			7	15	2	1			12
Тема 6. Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання	15	4	4			7	15	1	1			13
Тема 7. Споживання як глобальний процес	10	2	2			6	10	1				9
Тема 8. Емпіричні дослідження споживання	8	2	2			4	9	1				8
<i>Індивідуальне завдання (есе)</i>	10				10		10				10	
Усього годин	120	26	26		12	56	120	10	4		11	95

4. Теми семінарських занять

№ з / п	Назва теми	Кількість годин (денна)	Кількість годин (заочна)
1	<i>Соціологічний, економічний, маркетинговий, антропологічний, психологічний підходи до споживання</i>	4	1
2	<i>Класичні, сучасні та новітні теорії споживання</i>	4	1
3	<i>Від суспільства виробництва до суспільства споживання</i>	4	
4	<i>Стилі споживання і стилі життя</i>	2	
5	<i>Споживання дискурсу і дискурсивне споживання</i>	4	1
6	<i>Стратегії та практики споживання</i>	4	1
7	<i>Товарне і культурне споживання у глобальному вимірі</i>	2	
8	<i>Методи соціології споживання</i>	2	
Усього годин		26	8

5. Самостійна робота

№ з / п	Назва теми	Кількість годин (денна)	Кількість годин (заочна)
1	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні	7	12
2	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів	7	13
3	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори	7	14
4	<i>Складання карти концептів</i> Споживання як спосіб та стиль життя	11	14
5	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Споживання як дискурс	7	12
6	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання	7	13
7	<i>Підготовка тематичного огляду</i> Споживання як глобальний процес	6	9
8	<i>Складання сценарію ділової гри</i> Емпіричні дослідження споживання	4	8
<i>Підготовка і написання індивідуального завдання (звіт)</i>		10	10
<i>Написання контрольної роботи</i>		2	1
Усього годин		68	106

6. Елементи дистанційного викладання

Етап роботи	Форма роботи	Онлайн-платформа
1. Попередня підготовка	Опитування	Канал у Telegram
2. Подача нової інформації	Аудіозапис Тексти Відеоконференція	Google-classroom Google-classroom Zoom
3. Тренування	Питання для самоперевірки Обговорення (чат, форум) Спостереження за явищем Перегляд фільмів	Telegram / Google-classroom Telegram Youtube Youtube
4. Виконання практичного завдання	Пошук відповідей на питання Інтерактивні практичні завдання	Google-classroom Google-classroom
5. Оцінювання	Виконання практичного завдання Письмова робота	Google-classroom Google-classroom
6. Рефлексія	Відповіді на рефлексивні питання	
7. Зворотній зв'язок	Чат, форум, опитування аудіо-, відео- або текстові повідомлення з коментарем	Telegram / Google-classroom / Zoom

7. Методи контролю

Контрольна робота, передбачена навчальним планом, аналітичний звіт, робота на семінарах (виступ, письмовий реферат, аналітична записка).

Приклади питань контрольної роботи:

- 1) Опишіть основні причини та передумови актуальності соціології споживання
- 2) Охарактеризуйте концепцію уречевлення за Д. Лукачем
- 3) У чому різниця між «гаджетом» та «кітчем» відповідно до концепції Ж. Бодрійяра?

Критерії оцінювання контрольної роботи

Відповідь повна, або з однією незначною помилкою. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використання посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом, знання основних концепцій соціології споживання	18-20 балів
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використання посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом (з незначними помилками), знання деяких концепцій соціології споживання	12-17 балів
Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками. Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використання посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, показане знання лише однієї концепції соціології споживання	6-11 балів
Відповідь неповна, містить суттєві помилки. Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використання посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, не показане знання жодної концепції соціології споживання	до 5 балів
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню	0 балів

Аналітичний звіт

Завдання - використовуючи підходи, представлені в курсі, дані власного емпіричного дослідження та / або дані інших досліджень підготувати розгорнутий аналітичний звіт стосовно окремої практики / процесу споживання.

Що має включати аналітичний звіт?

(щонайменше 5 аспектів з перерахованих)

- інтерпретацію основних понять і категорій (із посиланнями на першоджерела)
- системний аналіз об'єкту дослідження (за результатами розвідувального кабінетного аналізу)
- структурний або нарративний аналіз якісних даних
- наглядне представлення кількісних даних у одновимірних та двовимірних розподілах
- побудову багатовимірної моделі на основі кількісних даних (факторний, кластерний, регресійний аналіз, багатовимірне шкалювання, дерево рішень тощо)

- розгорнуту інтерпретацію даних на перетині кількісної і якісної методології
- змістовні теоретичні висновки
- змістовні практичні рекомендації та інсайти

Формальності:

Орієнтовний обсяг тексту - 30 тис. знаків з пробілами.

Критерії оцінювання аналітичного есе

<p><i>Високий рівень</i> 30 - 40 балів</p>	<p>- відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням спеціальною термінологією; творчим креативним підходом. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використовування посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом, знання основних концепцій соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використаний весь зазначений арсенал методів аналізу даних. Надані глибокі висновки та конкретні рекомендації.</p>
<p><i>Середній рівень</i> 20-29 балів</p>	<p>- відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням термінами, поняттями; допущенням неточностей у викладі матеріалу; помилками при відповідях на питання. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використовування посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом (з незначними помилками), знання деяких концепцій соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використана більша частина арсеналу методів аналізу даних. Надані достатні висновки та змістовні рекомендації.</p>
<p><i>Низький рівень</i> 10-19 балів</p>	<p>- відповідь характеризується: слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням деяких помилок у відповідях на питання. Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використовування посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, показане знання лише однієї концепції соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використана деяка частина арсеналу методів аналізу даних. Надані загальні висновки та рекомендації.</p>
<p><i>Незадовільний рівень</i> 0-9 балів</p>	<p>- відповідь характеризується: дуже слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням грубих помилок у відповідях на питання. Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використовування посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, не показане знання жодної концепції соціології споживання. Методи аналізу не використані та / або використані некоректно і недоречно. Висновки та рекомендації беззмістовні або відсутні.</p>

Орієнтовні теми аналітичного звіту:

- 1) Практики споживання слабоалкогольних напоїв
- 2) Практики споживання суші
- 3) Практики споживання електроінструментів
- 4) Практики отримання банківських послуг
- 5) Практики беттінгу
- 6) Практики здорового харчування
- 7) Практики споживання водостічних систем
- 8) Практики споживання бутербродних закусок
- 9) Практики отримання послуг з манікюру
- 10) Практики прослуховування музики

8. Методичні рекомендації з підготовки аналітичного звіту

Для отримання найвищої оцінки необхідно поєднати:

- коректне використання матеріалів лекцій та першоджерел у відповіді – при використанні основних понять курсу, логічна та послідовна робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом;
- правильну роботу з науковими першоджерелами, коректне цитування та використання посилань;
- знання основних концепцій соціології процесів і практик споживання;
- розуміння та слідування специфіці соціологічного вивчення процесів і практик споживання;
- прозоре та аргументоване висвітлення авторської позиції – у порівнянні різних визначень основних понять курсу, при демонстрації знання змісту основних концепцій курсу.

Для отримання оцінки, достатньої для заліку, необхідно:

- коректне використання матеріалів лекцій та першоджерел у відповіді – при використанні основних понять курсу, логічна та послідовна робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом;
- правильну роботу з науковими першоджерелами, коректне цитування та використання посилань;
- знання однієї-двох концепцій соціології процесів і практик споживання;
- розуміння та слідування специфіці соціологічного вивчення процесів і практик споживання;
- самостійне викладення думок у відповіді (без елементів академічної недоброчесності).

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота				Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Аналітичний звіт	Сума	
Для денного відділення							
Розділ 1				Розділ 2			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
5	5	5	5	5	5	5	5
8 (виступи/реферати)				8 (виступи/реферати)			
				20			
				40			
				100			

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

10. Рекомендована література

Базова література:

1. Appadurai A. The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. Cambridge, 1986. 329 p.
2. Boiko, D. (2018). Евристичний потенціал акторно-мережевої теорії у вивченні ієрархічних соціальних відносин та структур. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи», 39, 95-100.
<https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/9896>
3. Boiko, D. (2019). Things in the tools of symbolic violence in postmodern society: dissertation paper on PhD on Sociology: 22.00.01 / V. N. Karazin Kharkiv National University. Kharkiv. 223 p.
<http://dissertations.karazin.ua/sociology/resources/e39af893d7fb467dee2860495f52ce0c.pdf>
4. Boiko, D.; Dykan, B. (2019). The Applying of the Discourse-analysis to the Studying of the Discourse Level of the Ontology of Things: Capabilities and Limitations. Science and Education a New Dimension, VII(32), Issue 192, 85-88. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-20>
5. Chapter: Goffman's frame analysis and modern micro-sociological paradigms, Publisher: Sage Publications, Editors: H. J. Helle, S.N. Eisenstadt, pp.71-100
https://www.researchgate.net/publication/250003096_Goffman's_frame_analysis_and_modern_micro-socio-logical_paradigms
6. Denzin N., Keller Ch. Frame analysis reconsidered // Erving Goffman: Vol. 4 / Ed. by G.A. Fine, G. Smith. London: Sage Publications, 2000. P. 65-79.
http://lup.lub.lu.se/search/ws/files/48739087/9781317133544_preview.pdf
7. Ferguson C. Consumer Behavior: A Marketing Perspective / Carroll Ferguson. - CLANRYE International, 2020. 212 p.

8. Gulnara Z. Karimova & Amir Shirkhanbeik | Claudia Alvares (Reviewing Editor) (2015) Society of things: An alternative vision of Internet of things, *Cogent Social Sciences*, 1:1, DOI: 10.1080/23311886.2015.1115654
9. Latour B. Gabriel Tarde and the end of the Social // *The Social in Question* / Ed. by P. Joyce. London: Routledge, 1999. <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/82-TARDE-JOYCE-SOCIAL-GB.pdf>
10. Nekhaienko, O., Usenko, D., & Perehodchenko, L. (2024). OBJECTS AS A FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF SOCIAL REALITY. *Scientific Journal of Polonia University*, 61(6), 142-151. <https://doi.org/10.23856/6118>
11. Shaev, Yury. (2014). From the Sociology of Things to the “Internet of Things”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 149. 10.1016/j.sbspro.2014.08.266.
12. Strydom, Piet. (2024). Towards a sociology of the future: An exploration in cognitive social theory. *European Journal of Social Theory*, 27, 2, 241-259. <https://doi.org/10.1177/13684310241226615>
13. Urry J. *Sociology beyond societies. Mobilities for the twenty-first century*. London and New-York: Routledge, 2000. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4410560/mod_resource/content/0/John%20UrrySociology%20Beyond%20Societies_%20Mobilities%20for%20the%20Twenty%20First%20Century%20%28International%20Library%20of%20Sociology%29%20%282000%29.pdf
14. Veblen T. *Theory of the Leisure Class* / Thorstein Veblen. -BookRix, 2019.-423 p.
15. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть. Пер. з фр. під ред. Л. Кононовича. Львів : Кальварія, 2004. 367 с.
16. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Пер. з фр. під ред. В. Ховхуна. К. : Видавництво. Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
17. Бойко Дмитрий. Какво все пак казва лисицата: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // *Социология в (пост) модерността*. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – С. 26-27.
18. Бурдье П. Практичний глум. Пер. з фр. Київ : Український центр духовної культури, 2003. 503 с.
19. Гороховатський, В. О.; Творошенко, І. С. (2021). Методи інтелектуального аналізу та оброблення даних. Kharkiv, Ukraine: Press of the Kharkiv National University of Radioelectronics. <https://dx.doi.org/10.30837/978-966-659-298-2>
20. Голіков О.С. Фабрикація порядку. Знання в конституюванні соціального : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 592 с.
21. Запороженко Руслан. Кой живее добре в норвежки затвор: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // *Социология в (пост) модерността*. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – С. 47-48.
22. Кошкаръов, Дмитро (2024). Маркетинг 2024: 12 основних трендів. Seven Mountains. <https://up7mountains.com.ua/blog/marketynh-2024-12-osnovnykh-trendiv>
23. Литовченко Артjom. Кой все пак беше Рюрик: първата скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // *Социология в (пост) модерността*. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – с. 72-73.
24. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними/ Адель Світвуд – Наш формат, 2019. – 152 с.
25. Солнишкіна А. А. Соціологія мистецтва: основні етапи становлення та перспективи розвитку. *СОЦІОПРОСТІР : Міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи*, 2010. №1. С. 102-105.

Допоміжна література:

1. Aby, Stephen H. *Sociology: A Guide to Reference and Information Sources* (3rd ed.). Littleton, CO: Libraries Unlimited Inc. 2005.
2. Albrow M. *Globalization: Myths and realities*. London : Roehampton Institute, 1994. 17 p.

3. Appadurai A. *Globalization (A Public Culture Book)* : Duke University Press, 2001. 334 p.
4. Appadurai A. *Grassroots Globalization and the Research Imagination*. *Public Culture*. 2000. Vol. 12, no. 1. P. 1–19. URL: <https://doi.org/10.1215/08992363-12-1-1>
5. Babbie, Earl R. 2003. *The Practice of Social Research* (10th ed.). Wadsworth: Thomson Learning. 2003.
6. Beck U. *What Is Globalization?*. Polity Press, 2000. 192 p.
7. Bourdieu P. *The field of cultural production: Essays on art and literature*. New York : Columbia University Press, 1993. 322 p.
8. Braudel F. *The Expansion of Europe and the «Longue Durée»*. *Expansion and Reaction*. Dordrecht, 1978. P. 17–27. URL: https://doi.org/10.1007/97894-009-9947-3_2
9. Brewer Noah. *A Sociology of Things*. *Practical Aesthetics*. URL: <https://practicalaesthetics.wordpress.com/2011/08/29/a-sociology-of-things/>
10. Cochoy, F. (2007). *A Sociology of Market-Things: On Tending the Garden of Choices in Mass Retailing*. *The Sociological Review*, 55(2_suppl), 109–129. doi:10.1111/j.1467-954x.2007.00732.x
11. Collins, Randall. *Four Sociological Traditions*. Oxford: Oxford University Press. 1994
12. *Communication*. 2012. Vol. 18, no. 2. P. 191–208. URL: <https://doi.org/10.1080/13216597.2012.709925>
13. Coser, Lewis A. *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context*. New York: Harcourt Brace Jovanovich. 1971.
14. Gasset J. O. y. *La Rebelion de Las Masas* : Andres Bello, 1996. 287 p.
15. Geertz C. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. N.-Y. : Basic Books, Inc., 1973. 470 p.
16. Giddens A. *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. New York : Routledge, 2000. 124 p.
17. Hadziahmetovic, Nereida & Pintol, Amel & Budnjo, Fahrudin. (2021). *Development of Social Media in Modern Political Marketing*. *European Researcher*. 12. 10.13187/er.2021.1.26.
18. Horkheimer M. *A Life in Letters: Selected Correspondence (Texts and Contexts)* : University of Nebraska Press, 2008. 446 p.
19. Jameson F. *Postmodernism and Consumer Society*. *Postmodern Debates*. URL: https://art.ucsc.edu/sites/default/files/Jameson_Postmodernism_and_Consumer_Society.pdf
20. Jameson F. *Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism*. Durham : Duke University Press, 1991. 438 p.
21. Kellner D. *Zygmunt Bauman's Postmodern Turn*. *Theory, Culture & Society*. 1998. Vol. 15, no. 1. P. 73–86.
22. Komter Aafke. *Heirlooms, Nikes and Bribes: Towards a Sociology of Things*. *Sociology*. Vol. 35, No. 1 (February 2001), pp. 59-75
23. Kristeva J. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. *Poetics Today*. 1982. Vol. 3, no. 4. P. 193.
24. Kristeva J. *La chair des mots. L'interprétation*. 2012. P. 133.
25. Laclau E., Mouffe Ch. *Hegemony and socialist strategy : towards a radical democratic politics*. London, 1985. 197 p.
26. Latouche S. *The modernization of the world: The significance, scope, and limits of the drive towards global uniformity*. Cambridge, MA : Polity Press, 1996. 160 p. London, 2001. P. 22–36. URL: https://doi.org/10.1057/978-1-137-04505-8_3
27. Marcuse H. *One dimensional man*. London : Sphere Books Ltd., 1968. 200 p.
28. Marrisfield A. *Henri Lefebvre: A socialist in space*. In: Crang M. and Thrift N. (Ed.) // *Thinking space*. New York, London, 2000. P. 167–182.
29. Marshall K. P. *A Framework for Identifying Factors That Influence Fine Art Valuations from Artist to Consumers*. *Marketing Management*. 2011. P. 111123.
30. McLuhan M. *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto : University of Toronto Press, 2011. 331 p.
31. Preda Alex. *The Turn to Things: Arguments for a Sociological Theory of Things*. *The Sociological Quarterly*. Vol. 40, No. 2 (Spring, 1999), pp. 347-366
32. Robertson R. *Globalisation or glocalisation?*. *Journal of International*
33. Stichweh R. *On the Genesis of World Society: Innovations and Mechanisms*. *Distinktion: Journal of Social Theory*. 2000. Vol. 1, no. 1. P. 27–38. URL: <https://doi.org/10.1080/1600910x.2000.9672769>
34. Ursprung H. W. *Reputation, Price and Death: An Empirical Analysis of Art Price Formation*. *Economic Inquiry*. 2011. Vol. 49, № 3. P. 697-715.
35. Veltuis O. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* : Princeton, Princeton University Press, 2005. 288 p.
36. Wallerstein I. M. *The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century (Studies in Social Discontinuity)* : Academic Press, 1980. 410 p.
37. *Етапи розвитку соціологічної думки : Монтеск'є, Конт, Маркс, Токвіль, Дюркгайм, Парето, Вебер / Р. Арон ; пер. з фр. Г. Філіпчука. – Київ : Юніверс, 2004. – 688 с.*

38. Історія соціологічної думки: навч. енциклопед. слов.-довід. / за наук. ред. В. М. Пічі ; Соціол. асоц. України, Львів. обл. від-ня САУ. — Львів: Новий Світ-2000 : Піча С. В., 2016. — 686 с. — (Вища освіта в Україні). — Бібліогр. в кінці ст. — Імен. покажч.: с. 666—676.
39. Кондратик Л. Й. Історія соціології України в іменах: Навч. посібник / Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т соціальних наук; Відп. ред. Г. О. Юхимчук. — Луцьк: Вид-во ВДУ, 1996. — 105 с.
40. Лапан Т. Д. Історія соціології. Ч. I. Навчальний посібник. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. — 236 с.
41. Маркс К. До критики політичної економії. Пер. з нім. М. Порша за ред. Є. Касяненка. Харків: Державне видавництво України, 1926. 198 с.
42. Мартинов А. Ю. Історична соціологія // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наукова думка, 2005. — Т. 3 : Е — Й. — С. 572. — 672 с.
43. Основи соціології: підручник / Є. Б. Тихомирова. — Рівне: Перспектива, 2007. — 333 с.
44. Попова І.М. Соціологія. Пропедевтичний курс: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ: Тандем.-1996. – 271 с.
45. Рабей Н. Р. Тренди сучасного інтернет-маркетингу як основа для формування інтернет-стратегії підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 17(2019). С. 193-199. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-31](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-31).