Faculté des sciences sociales
Département de sociologie

UNIVERSITÉ LAVAL

PLAN DE COURS

SOC-2117 : Consommation et modes de vie

NRC 23619 | Hiver 2017

Mode d'enseignement : À distance	
Temps consacré : 2-1-6	**Crédit(s) :** 3

Analyse sociologique de la nouvelle culture matérielle, de la mode et des marques, des budgets familiaux. Publicité comme objet de consommation et comme langage de la société de consommation. Consommation et strates sociales et analyses d'effets de génération et d'âge. Examens de théories sociologiques d'ensemble.

** Cours offert à distance. Pour plus d'information, consultez la page du cours à www.distance.ulaval.ca**

Plage horaire

Sur Internet		
-	00h00 à 00h00	Du 9 janv. 2017 au 21 avr. 2017

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. Vérifier l'horaire dans Capsule

Site de cours

https://sitescours.monportail.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=76786

Coordonnées et disponibilités

Nancy Couture
responsable du cours
nancy.couture.3@ulaval.ca

Disponibilités
Nancy Couture sera disponible en tout temps par courriel
(merci de considérer le délai de réponse dans les 48 heures)
et sur rendez-vous pris en classe ou par courriel.

© Université Laval

Soutien technique

CSTIP - Centre de services en TI et pédagogie
Pavillon Charles-De Koninck, local 0248
aide@cstip.ulaval.ca
418-656-2131 poste 5222

Lundi au jeudi
8 h 00 à 12 h 00 13 h 00 à 21 h 30
Vendredi
8 h 00 à 12 h 00 13 h 00 à 17 h 00

Sommaire

Description du cours 4

Introduction 4

Buts et objectifs généraux du cours 4

Contenu du cours 4

Méthode d'enseignement et d'apprentissage 5

Classe virtuelle 5

Site ENA 5

Feuille de route 6

Évaluations et résultats 6

Liste des évaluations 6

Informations détaillées sur les évaluations sommatives 7

TP1- Docu-réflexion-critique 7

Examen mi-session en LIGNE 7

TP2- Projet d'analyse- Famille Jones 8

Examen final 8

Barème de conversion 9

Règlements et politiques institutionnels 9

Étudiants ayant un handicap, un trouble d’apprentissage ou un trouble mental 10

Plagiat 10

Application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval 10

Matériel didactique 11

Liste du matériel obligatoire 11

Spécifications technologiques 11

Bibliographie et annexes 11

Bibliographie 11

Références 12

© Université Laval

Description du cours

Introduction

La consommation au sens où on la connaît existe depuis le 18e siècle. Le XXe siècle passera cependant à l'histoire comme le siècle de l'avènement de la société de consommation marchande élargie au plus grand nombre, que l'on a appelée un temps la consommation de masse. Les rapports entre humains – et le rapport de l'homme au monde – ont été littéralement bouleversés par la consommation marchande. Ce sont les contours de cette mutation que nous allons explorer, depuis le nouvel imaginaire social qui s'est mis en place avec la publicité, l'interaction entre besoins et désirs, l'émergence d'un nouveau rapport à l'espace avec l'automobile, le phénomène de la mode, l'avènement des anticipations de comportements avec cette invention sociologique que constitue le crédit à la consommation, jusqu'aux mutations qui ont marqué les modes de vie et les façons de vivre avec le support des objets produits en série : autrement dit, l'émergence d'une nouvelle culture matérielle au centre de laquelle se retrouve un nouveau rapport aux objets, mais aussi d'une nouvelle culture au sens anthropologique. Consommer donne accès à une vie nouvelle confortable, mais consommer peut devenir aussi une forme nouvelle d'aliénation et d'addiction, sans oublier la pression énorme exercée sur l'environnement.

En quelques années seulement, des genres de vie séculaires sont disparus, étant remplacés par une vie qui prend de plus en plus appui sur des objets de consommation. L'individu est devenu la nouvelle référence, comme l'illustre la mutation radicale de la condition féminine, mais aussi celle des enfants dans les familles, par exemple (voir Juliet Shor, *Born to Buy* (2004).

Outre la description de cette mutation radicale, il faudra aussi s'attarder à l'expliquer, à en faire la théorie. Nous proposons de comprendre la consommation du point de vue de l'acteur social – du point de vue d'une théorie de l'action dans la tradition de Max Weber ou d'Alexis de Tocqueville entre autres. La sociologie de la consommation s'est imposée tardivement comme une sous-discipline de la sociologie, même si un grand nombre de travaux ont été produits dans ce champ de recherche depuis plus d'un siècle. Quelles sont les lectures, quelles sont les interprétations qui ont été faites de la société de consommation ? Telles seront aussi les questions qui vont retenir notre attention. Bref, il s'agit de comprendre le monde dans lequel nous vivons en ces premières années d'un nouveau millénaire.

Les travaux de sociologie de la consommation que nous explorerons sont aussi porteurs d'applications dans divers champs d'intérêt qui préoccupent les étudiants (droit, marketing, études en comportements du consommateur, communication, publicité, administration, service social notamment). Ils alimenteront aussi les perspectives critiques de personnes préoccupées par la protection de l'environnement ou l'empreinte écologique que nous imprimons à la planète, sans oublier les questions d'addiction. Nous y ferons allusion au passage et nous comptons sur les questions des étudiants pour explorer ces aspects.

Buts et objectifs généraux du cours

Le cours s'adresse aux étudiants inscrits en sociologie et en sciences de la consommation. Il est aussi accessible à d'autres étudiants venant de disciplines différentes. C'est un cours général sur la société de consommation qui ne requiert pas de pré-requis. Les objectifs suivants sont poursuivis :

Connaitre les principaux éléments de la sociologie de la consommation : concepts de base, auteurs importants et éléments de leur pensée. Connaître les grandes orientations théoriques en sociologie de la consommation.

Reconnaitre les principaux phénomènes de consommation : tendances, mode, publicité, modes de vie, besoins et désirs, les caractéristiques de la consommation des ménages et budgets familiaux...

Analyser divers objets de consommation, notamment la publicité comme objet de consommation et discours sur l'objet à partir des concepts sociologiques et en réfléchir les utilités et les sens dans la société québécoise.

Contenu du cours

Le développement du cours compte 15 thèmes, organisés en 4 modules.

Module	Thèmes
1	La consommation et l'émergence de la société de consommation
2	La consommation et les perspectives sociologiques
3	La consommation et l'imaginaire social

4	La consommation, l'individu et la société

Présentation des modules/thèmes

Le module 1 concerne la consommation et son histoire, plus particulièrement son émergence, son évolution et la construction de certains modèles de consommation. Les activités d'apprentissage seront d'identifier les différentes caractéristiques de ses moments.

Le module 2 traite des éléments théoriques des dimensions et du sens des objets de consommation. Les activités d'apprentissage seront de reconnaitre et d'appliquer les dimensions et les sens appropriés pour un objet donné.

Le module 3 présente la publicité comme objet et discours de la consommation et la mode comme phénomène social et son rapport à la consommation. Les activités d'apprentissages seront de questionner les divers éléments du discours et de l'image publicitaire à partir d'exemples de publicités ou d'objets de mode.

Le module 4 propose les principales composantes du rapport entre la consommation, l'individu et la société. Les activités d'apprentissages porteront sur la compréhension de ses composantes.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Ce cours est conçu selon une approche pédagogique active. Le matériel didactique et la formule utilisée vous permettent d'adopter une démarche d'apprentissage très dynamique et interactive avec la professeure responsable du cours. Vous pouvez ainsi vous impliquez dans votre formation. En adoptant un rythme d'apprentissage respectant cette dynamique, soit la préparation exigée (lectures et visionnements) avant chaque cours dès le début de la session, vous pourrez bénéficier d'une rétroaction du professeure et de l'encadrement nécessaire durant tout votre cheminement. Vous êtes la seule personne responsable de votre apprentissage et vous devez vous engager à participer aux activités en classe et remettre les travaux notés, à effectuer le ou les examens sous surveillance aux moments prescrits et s'il y a lieu, participer aux activités d'apprentissage collaboratives.

Ainsi, la dynamique du cours est celle d'un apprentissage actif, c'est-à-dire une manière interactive d'apprendre à partir d'activités réalisées en classe, ce qui exige au préalable une préparation avant chaque cours, soit impérativement de faire les lectures demandées et /ou de visionner les capsules vidéo disponibles sur le portail du cours.

Les attitudes exigées en classe sont le respect, l'engagement et la participation.

Classe virtuelle

Avant d'assister à une séance :

Il est indispensable de consulter les tutoriels destinés aux étudiants.

Pour assister à une classe virtuelle :

Visitez la section *Classes virtuelles*, disponible dans le menu d'outils de votre site de cours pour vérifier l'horaire de vos classes virtuelles et pour y accéder.

Si vous y accédez avant votre enseignant, vous serez mis en attente. Lorsque votre enseignant sera connecté, vous serez dirigé automatiquement dans la classe virtuelle. Une fois dans la salle, il est fortement conseillé de faire un test audio en cliquant sur *Assistant configuration audio* dans l'onglet *Réunion* disponible dans le coin supérieur gauche.

Pour écouter une séance en différé :

Si l'enseignant l'autorise, vous aurez accès à l'enregistrement de vos classes virtuelles. Ces enregistrements seront disponibles dans cette même section, quand l'enseignant les aura publiés.

En cas de problème technique, veuillez contacter un agent du Centre de services en TI et pédagogie à l'adresse aide@cstip.ulaval.ca ou bien au (418) 656-2131 poste 5222.

Site ENA

Le professeur utilisera le site ENA. On y trouvera le plan des exposés et des documents à faire imprimer de préférence avant le cours (copie des power points, copies des acétates, tableaux de données, par exemple) afin de faciliter la prise de notes.

Les résultats des examens et l'évaluation des travaux des étudiants seront miss en ligne sur le site ENA sitôt après la correction.

S'il survenait un problème de logistique avec ENA (panne de réseau, l'accès vous est refusé ou autre difficulté technique, prière de communiquer DIRECTEMENT avec les responsables de ce système à l'adresse : apti@fss.ulaval.ca (et non pas avec le professeur, svp ! car de toute façon je ne pourrais pas vous aider sur ce plan très technique). Le plus simple serait aussi de vous présenter directement au bureau des responsables de ce système au 1er étage du DKN, salle 1448. Les préposés se feront un plaisir de vous aider.

Les étudiants sont priés de communiquer avec le professeur à partir du site ENA seulement (et non pas écrire à son adresse courriel du département). Pourquoi ? Le professeur reçoit tellement de courriels de toutes origines qu'il y a risque de perte de votre message. Les envois dans ENA sont protégés et exempts de pourriels, ce qui facilitera la consultation. Je lirai régulièrement les messages et je ferai l'impossible pour répondre rapidement. Compte tenu du nombre d'étudiants inscrits, il ne sera pas possible de répondre très longuement à chacun, et impossible de refaire le cours pour les personnes qui auront été absentes. Celles-ci sont priées de prendre arrangement avec un(e) collègue inscrit en classe, y compris pour ramasser en classe les textes qui y seront distribués (sauf les travaux et examens).

Feuille de route

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
MODULE 1 : CONSOMMATION ET L'ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION	
Thème 1 : Présentation (plan et dynamique du cours) et qu'est-ce qu'une société	
Thème 2 : Société de consommation et son histoire	
Thème 3 : Société de consommation et ses modèles	
MODULE 2 : LA CONSOMMATION ET SES PERSPECTIVES SOCIOLOGIQUES	
Thème 4 : Consommation et perspectives sociologiques I	
Thème 5 : Consommation et perspectives sociologiques II	
MODULE 3 : LA CONSOMMATION ET L'IMAGINAIRE SOCIAL	
Thème 6 : Publicité et nouvel imaginaire social I	
Thème 7 : Publicité et nouvel imaginaire social II	
Thème 8 : Consommation et la mode	
SEMAINE DE LECTURES	
MODULE 4 : LA CONSOMMATION, L'INDIVIDU ET LA SOCIÉTÉ	
Thème 10 : Les raisons de la consommation	
Thème 11 : Besoins et bien-être	
Thème 12 : La consommation et l'économie	
Thème 13 : Consommation des ménages et budgets familiaux	
Thème 14 : Acteurs de la consommation	

Note : Veuillez vous référer à la section *Feuille de route* de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluations et résultats

Liste des évaluations

Sommatives

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
TP1- Docu-réflexion-critique	Dû le 6 mars 2017 à 00h00	En équipe	20 %
Examen mi-session en LIGNE	À déterminer	Individuel	20 %
TP2- Projet d'analyse- Famille Jones	Dû le 21 avr. 2017 à 00h00	En équipe	25 %
Examen final	Le 21 avr. 2017 de 18h30 à 21h20	Individuel	35 %

Informations détaillées sur les évaluations sommatives

TP1- Docu-réflexion-critique

Date de remise : 6 mars 2017 à 00h00

Mode de travail : En équipe

Pondération : 20 %

Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

Directives de l'évaluation :

En équipe de 4 répondez à la question suivante maximum :
Suivant le visionnement du documentaire : Consommer à en mourir, répondre à la question suivante : QUELLES SONT LES IDÉES SUR LA CONSOMMATION QUI RESSORTENT DU FILM EN LIEN AVEC LES NOTIONS DES MODULES 1, 2, 3 ET EN LIEN AVEC LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION D'HIER À AUJOURD'HUI ?
Le travail consiste à dégager un minimum de 5 éléments critiques et significatifs de la consommation et d'expliquer pourquoi ils le sont en vous appuyant sur les notions des cours.
Consignes rédactionnelles :
Votre texte doit comprendre une introduction, le développement et un conclusion et rédiger en 5 pages maximum à inteligne 1.5 avec une police de 12 points.
Grille de correction :
12 pts (6 x 2pts) pour la conceptualisation (1pts) et la mise en lien (1pts) avec matière
5 pts = qualité de l'expression orale, organisation des idées, etc.
3 pts pour l'appréciation générale
Nancy C:)

Examen mi-session en LIGNE

Titre du questionnaire : Examen de mi-session

Période de disponibilité : À déterminer

Tentatives : 1 tentative permise

Mode de travail : Individuel

Pondération : 20 %

Directives : Deux plages horaires seront accordées pour cet examen en ligne :

- le vendredi 3 mars de 13h à 15h
- le samedi 4 mars de 9h à 11h

Il y aura un soutien technique supplémentaire pour cet examen le samedi 4 mars 2017 de 9h à 11h

Répondre aux questions en respectant la demande de chaque question (exemple ou justifications), et ce, en prenant soin de vous exprimer clairement et de manière concise entre 250 et 300 de mots maximum.

© Université Laval

Une liste des éléments d'étude sera disponible 2 semaines avant la date de l'examen !
Bon succès,
Nancy C :)

TP2- Projet d'analyse- Famille Jones

Date de remise :	21 avr. 2017 à 00h00
Mode de travail :	En équipe
Pondération :	25 %
Remise de l'évaluation :	Boîte de dépot
Directives de l'évaluation :	**Projet d'analyse** **Date de remise :** **Mode de travail :** en équipe de 4 **Pondération :** 25 % Travail à faire **en équipe de 4** Le travail d'analyse est de répondre à la question suivante : **Quelle est l'utilité et quel est le sens d'un objet et d'une publicité d'un objet de consommation contenu (que vous avez vu) dans le film de la Famille Jones.** Il s'agit de répondre à la question précédente, en prenant soin de faire des liens entre le film et la matière du cours. Par exemple, l'analyse pourrait porter sur le choix du cadeau du mardi et la publicité des produits de la voisine, ainsi vous pourriez vous servir des notions et concepts vus sur la publicité et faire des références avec Heilbrunn pas rapport au don pour l'objet, entre autres. Vous devez impérativement faire l'analyse en vous servant – choisissant parmi tous les concepts et notions que nous avons vus et voyons jusqu'à la fin du module 4. Vos choix doivent être présents dans le film et vous devez en contextualiser l'utilisation et le sens (ou autres fonctions) à partir du film et en faire une interprétation comme si je n'avais pas vu le film. Le travail est réalisé en équipe de 4 personnes. Les consignes rédactionnelles sont un document entre 7 et 8 pages maximum à 1.5 interligne, police 12pts. Le texte doit contenir une introduction, un développement et une conclusion. Veillez à ne pas faire des textes continus sans intertitres. Prévoir au moins quatre citations et une bibliographie avec 4 titres facultatifs qui auront servi à votre analyse. **Le travail est à remettre en classe format papier le 21 avril 2017** **Grille de correction :** 12 pts pour l'application des concepts sociologiques dans l'analyse 6 pts pour l'intégration d'éléments des modules 1,2,3 et 4 de la matière du cours (arguments critiques, dimensions, modèles, imaginaire social, rapport individu et société de consommation...) 4 pts pour l'appréciation générale du texte (cohérence, précision, organisations des idées, argumentaire, qualité du français, respect des consignes...) 3 pts pour les références facultatives à la littérature sociologique pertinente Bon succès
Fichiers à consulter :	The_joneses_la_famille_jones_canadienne_.pdf (8,53 Mo, déposé le 4 janv. 2017)

Examen final

Date et lieu :	Le 21 avr. 2017 de 18h30 à 21h20 , À déterminer
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	35 %
Remise de l'évaluation :	Local à déterminer
Directives de l'évaluation :	L'examen sera composé de questions à développement, pareillement à l'examen intra. Une liste d'éléments d'étude sera disponible 2 semaines avant l'examen. L'examen est en classe le 21 avril à 18h30, local à déterminer. BON SUCCÈS, Nancy C :)

Matériel autorisé : aucun

Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	90	100
A	85	89,99
A-	80	84,99
B+	76	79,99
B	73	75,99
B-	70	72,99

Cote	% minimum	% maximum
C+	66	69,99
C	63	65,99
C-	60	62,99
D+	55	59,99
D	50	54,99
E	0	49,99

Règlements et politiques institutionnels

Règlement disciplinaire

Infractions relatives au bon ordre
Tout étudiant a une obligation de bon comportement dans un lieu universitaire ou à l'occasion d'une activité universitaire.

Infractions relatives aux études
Dans le but de préserver la crédibilité des attestations ou des diplômes délivrés et afin de s'assurer que les relevés de notes et les diplômes témoignent de la compétence et de la formation réelle des étudiants, il est interdit d'avoir des comportements répréhensibles associés au plagiat.

Pour en connaitre davantage sur le plagiat et ses formes, vous pouvez consulter le site du Bureau des droits étudiants , la capsule d'information Citer ses sources et éviter le plagiat et le site de la Bibliothèque pour savoir comment citer vos sources.

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement.

Consultez le règlement à l'adresse suivante : http://ulaval.ca/reglement-disciplinaire

Règlement pour prévenir et contrer le harcèlement

Consultez le règlement à l'adresse suivante : http://www2.ulaval.ca/fileadmin/Secretaire_general/Reglements/Reglement_pour_prevenir_et_contrer_le_harcelement_a_l_UL_2016-CA-2016_22.pdf

Visitez le site du Centre de prévention et d'intervention en matière de harcèlement : https://www2.ulaval.ca/services-ul/harcelement.html

Politique et directives relatives à l'utilisation de l'œuvre d'autrui aux fins des activités d'enseignement, d'apprentissage, de recherche et d'étude privée à l'Université Laval

L'Université s'est dotée d'une politique institutionnelle sur le droit d'auteur le 1er juin 2014. Les enseignants doivent effectuer par eux-mêmes une saine gestion de l'utilisation de l'œuvre d'autrui, et ce, en conformité avec la *Loi sur le droit d'auteur*.

La Politique a pour objet d'énoncer l'importance que l'Université accorde à la protection des droits des auteurs, d'établir les choix prioritaires qui doivent être faits par le Personnel enseignant relativement à l'utilisation de l'Œuvre d'autrui aux fins des activités d'enseignement, d'apprentissage, de recherche et d'étude privée et de définir un concept administratif de l'utilisation équitable de l'Œuvre d'autrui à ces fins.

Consultez la politique à l'adresse suivante : http://www.bibl.ulaval.ca/fichiers_site/bda/politique-oeuvre-autrui-ca-2014-85.pdf

Politique de la formation à distance

La Politique de la formation à distance établit les fondements de ce système de formation et garantit que la qualité des activités de formation à distance est égale à celle des autres activités de formation offertes par l'Université. La Politique précise les objectifs, définit les systèmes de formation disponibles à l'Université, formule les principes directeurs de la formation à distance et délimite les responsabilités des instances concernées, notamment celles des étudiants.

Consultez la politique à l'adresse suivante :
https://www2.ulaval.ca/fileadmin/Secretaire_general/Politiques/Politique_de_la_formation_a_distance_CU-2016-57.pdf

Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les étudiants qui ont une **Lettre d'attestation d'accommodations scolaires** obtenue auprès d'un conseiller du **secteur Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH)** doivent contacter leur professeur au **début de la session** afin que des mesures d'accommodement pour la réalisation du cours ou lors des évaluations puissent être mises en place.

Ceux qui ont une déficience fonctionnelle ou un handicap, mais qui n'ont pas cette lettre doivent contacter le **secteur ACSESH** au (418) 656-2880, le plus tôt possible.

Pour les étudiants qui réaliseront leurs examens à l'extérieur du campus, il est également important de contacter le Bureau de soutien à l'enseignement à l'adresse examen1@bse.ulaval.ca afin que les mesures d'accommodement soient mises en place adéquatement sur les lieux d'examen.

Le secteur ACSESH vous recommande fortement de vous prévaloir des services auxquels vous avez droit afin de pouvoir réussir vos études, sans discrimination ni privilège. Vous trouverez plus de détails sur ces services à l'adresse suivante: www.aide.ulaval.ca/situation-de-handicap/presentation/

Pour plus d'informations sur les évaluations, consultez la *Procédure de mise en application des accommodations ayant trait à la passation des examens pour les étudiants ayant une déficience fonctionnelle:*
https://www.sgc.ulaval.ca/files/content/sites/aide/files/files/integration/depliant_acc_scolaire_dec2012.pdf

Plagiat

Tout étudiant est tenu de respecter les règles relatives à la protection du droit d'auteur.Constitue notamment du plagiat le fait de:

i. copier textuellement un ou plusieurs passages provenant d'un ouvrage sous format papier ou électronique sans mettre ces passages entre guillemets et sans en mentionner la source;
ii. résumer l'idée originale d'un auteur en l'exprimant dans ses propres mots (paraphraser) sans en mentionner la source;
iii. traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance;
iv. remettre un travail copié d'un autre étudiant (avec ou sans l'accord de cet autre étudiant);
v. remettre un travail téléchargé d'un site d'achat ou d'échange de travaux scolaires.

(Source: COMMISSION DE L'ÉTHIQUE DE LA SCIENCE ET DE LA TECHNOLOGIE, *La tricherie dans les évaluations et les travaux à l'université: l'éthique à la rescousse* (rédaction: Denis Boucher), Québec, 15 mai 2009)

Application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval

La Faculté des sciences sociales se réfère aux dispositions relatives à l'application de la politique sur l'usage du français à l'Université Laval inscrites dans son Règlement des études.

Mesures d'évaluation de la qualité du français

L'Université Laval reconnait l'importance et le rôle de quatre principales habiletés langagières dans la formation qu'elle dispense : la compréhension de l'oral, la compréhension de l'écrit, la production orale et la production écrite.

Elle considère également que la maîtrise de ces habiletés est mesurable et veille à ce que les diverses mesures d'évaluation soient adaptées à chacun des trois cycles d'études et contribuent à l'atteinte des objectifs de formation qu'elle s'est fixés.

Mesures de soutien

Lorsque les enseignants et les chercheurs observent des difficultés chez les étudiants, ils leur offrent le soutien approprié :

A) En cas de difficultés relatives à l'application des conventions scientifiques, ils prodiguent les conseils adéquats;

B)En cas de problèmes liés à l'expression claire et cohérente des idées, ils orientent l'étudiant, en concertation avec sa direction de programme, vers des cours centrés sur l'expression écrite de la pensée;

C) En cas de difficultés liées à la maîtrise du code linguistique du français, ils réfèrent l'étudiant à sa direction de programme, qui lui indiquera les ressources mises à sa disposition (cours, ateliers, centres d'aide, etc.).

Parmi les mesures de soutien offertes aux étudiants, la Faculté des sciences sociales invite les étudiants et les enseignants à consulter le répertoire des ressources pour améliorer la qualité de la langue dans les cours de sciences humaines. Ce répertoire se trouve dans le portail du Réseau Fernand Dumont à l'adresse suivante : http://www.rfd.fse.ulaval.ca/. Le **Réseau Fernand-Dumont** regroupe des professeurs et chargés de cours de sciences humaines qui cherchent à améliorer les compétences langagières de leurs étudiants dans les différentes tâches de lecture et d'écriture propres à leur discipline.

Matériel didactique

Liste du matériel obligatoire

La consommation et ses sociologies (3e éd édition)
Auteur : Heilbrunn, Benoît
Éditeur : A. Colin (Paris , 2010)
ISBN : 9782200248147
MERCI DE VÉRIFIER DIRECTEMENT À PARTIR DU SITE DE ZONE POUR LA DISPONIBILITÉ DE L'OUVRAGE DE HEILBRUNN

Les différentes éditions ne comportent pas de différences alors vous pouvez vous procurez l'un ou l'autre.

Bonne lecture,

Nancy C :)

Spécifications technologiques

Afin d'accéder sans difficulté au contenu de votre cours sur monPortail, vous devez vous référer aux informations ci-dessous.

Liste des navigateurs supportés :

- Google Chrome
- Mozilla Firefox
- Safari
- Internet Explorer 11 et plus
- Opera

Appareils mobiles

Il est important de préciser que l'utilisation des périphériques mobiles n'est pas officiellement supportée pour les sites de cours. La consultation des contenus est fonctionnelle pour la plupart des appareils sous Android et iOS, mais il existe certaines limites :

- les appareils mobiles sous Windows RT, BlackBerry et les iPhone 4 et 4S ne sont pas supportés;
- le contenu Flash n'est pas supporté, ce qui empêche la consultation des blocs de contenu audio-vidéo, de contenu Flash et de certaines présentations multimédias;
- la fonctionnalité de glisser-déposer n'est pas supportée, ce qui empêche la réalisation de certains questionnaires.

Team Viewer

TeamViewer est l'application utilisée par le CSTIP pour faire du soutien à distance. En exécutant cette application, vous permettrez à un agent de soutien informatique de se connecter à votre poste pour vous aider. Pour télécharger l'application, rendez-vous à cette page.

Bibliographie et annexes

Bibliographie

Une liste d'ouvrages apparaît plus bas dans ce syllabus. On trouvera aussi une bibliographie commentée à la fin du livre obligatoire, La consommation et ses sociologies. Enfin, une bibliographie assez longue est accessible sur Internet sur le site du professeur (voir site du département de sociologie). Chaque publication donnée à lire contient par ailleurs de nombreuses références qui finissent par se recouper, donnant ainsi à voir quels sont les auteurs les plus marquants et importants, les incontournables sur une question donnée. Nous mentionnerons en classe de nombreuses références afin de guider les étudiants dans cette énorme littérature.

Références

Histoire et genèse de la société de consommation

Chessel, Marie-Emmanuelle

- Histoire de la consommation, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2012.

Langlois, Simon

- « Une mutation radicale : l'avènement de la société de consommation », Cap-aux-Diamants, numéro 59, automne 1999 : 10-14.

Roche, Daniel

- Histoire des choses banales. Naissance de la consommation au XVII-XIXe siècle, Paris, Fayard, 1997.

Ouvrages généraux sur la société et la sociologie de la consommation

Aldrige, Alan

- Consumption, London, Polity, 2003.

Baudrillard, Jean

- La société de consommation, Paris, Gallimard, 1968.

Bauman, Zygmunt

Liquid Modernity,

- Society under Siege, Cambridge, Polity Press, 2002.

Bocock, Robert

- Consumption, London, Routledge, 1993.

Cochoy, Franck

- Une sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché, Paris, Presses universitaires de France, coll. Sciences sociales et société, 2002.

Corrigan, Peter

- The Sociology of Consumption, Thousand Oaks, Sage publication, 1997.

Cross, Gary

- Time and Money. The Making of Consumer Culture, London/New York, Routledge, 1993.

Desjeux, Dominique

- La consommation, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 2006.

Dunn, Robert G.

- Identifying Consumption. Subjects and Objects in Consume Society, Philadelphia, Temple University Press, 2008.

Featherstone, Mike

- Consumer Culture & Postmodernism, London, Sage Publications, 1991.

Fourquet, Laurent

- L'ère du consommateur, Paris, Les éditins du Cerf, 2011.

Frenzen, Jonathan, Paul M. Hirsch et Philip C. Zerillo

- «Consumption, preferences, and changing lifestyles » dans Neil J. Smelser, et Richard Swedberg (eds), The Handbook of Economic Sociology, Princeton, Princeton University press, 1994 : 408-425.

Heilbrunn, Benoît

- La consommation et ses sociologies, Paris, Armand Colin, coll. Sociologie, 2005.

Herpin, Nicolas

- « Au delà de la consommation de masse? Une discussion critique des sociologues de la modernité », L'Année sociologique, numéro 43, 1993 : 295-315. Sociologie de la consommation, Paris, La découverte, coll. Repères, 2001.

Karpik, Lucien

- L'économie des singularités, Paris, Éditions Gallimard, 2007.

Langlois, Simon

- « La sociologie de la consommation » dans R. Boudon, Mohamed Cherkaoui, Stein Ringen et Bernard Valade (eds) Dictionnaire historique de la sociologie, Paris, Presses universitaires de France, 2005 : 128-132.
- Consommer en France, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube, 2005.
- « Nouvelles orientations en sociologie de la consommation », L'Année sociologique, numéro spécial « Voies nouvelles en sociologie », volume 52, numéro 1, 2002 : 83-103.

Lipovetsky, Gilles

- Le bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation, Paris, Gallimard, 2006.

Lury, C.

- Consumer Culture, New Brunswick (N.J »), Rutgers University Press, 1996.

McCraken, Grant

- Culture and Consumption, Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press, 1990.

Miller, Daniel (ed.)

- Consumption. Critical Concepts in the Social Sciences, London, Routledge, 2001.

Miller, Daniel (ed.)

- Acknowledging Consumption. A review of New Studies, New York/London, Routledge, 1995.

Paterson, Mark

- Consumption and Everyday Life, London-New York, Routledge, 2006.
- Remy, Eric, Isabelle Garabuau-Moussaoui, Dominique Desjeux et Marc Filser
- Sociétés, Consommation et consommateurs, Paris, L'Harmattan, 2003.

Riesman, David

- L'abondance, à quoi bon?, Paris, Robert Laffont, 1969.

Ritzer, G.

- The McDonalisation of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life, Thousand Oaks, Pine Forge Press, 1996.
- Enchanting a Disenchanted World. Recognizing the Means of Consumption, Thousand Oaks, Pine Forge Press, 1999.

Rochefort, Robert

- La société des consommateurs, Paris, Odile Jacob, 1995.
- Le consommateur entrepreneur. Les nouveaux modes de vie, Paris, Odile Jacob, 1997.

Saad, Gad

- The consuming Instinct. What Juicy Burgers, Rerraris, Pornography, and Gift Giving Reveal about Human Nature, Amherst, Prometheus Book, 2011.

Scardigli, Victor

- La consommation, culture du quotidien, Paris, Presses universitaires de France, 1983.

Schlosser, Eric

- Fast Food Nation, New York, HarpersCollins, 2003. (Trad fr. Paris, Autrement, 2006.).

Schor, Juliet

- Born to Buy. The Commercialized Child and New Consumer Culture, New York, Scribner, 2004.

Schor, Juliet et D. Holt (eds)

- The Consumer Society Reader, New York, The Free Press, 2000.

Trentmann, Frank (ed.)

- The Making of the Consumer. Knowledge, Power and Identity in the Modern World, New York, Berg, 2006.

Culture de la consommation marchande et “shopping”

Chant, D. de

- The Sacred Santa. Religious Dimensions of Consumer Culture, Cleveland, The Pilgrim Press, 2002.

Clochard, Fabrice et Dominique Desjeux

- Le consommateur malin face à la crise. Tomes I et II, Paris, L'Harmattan, 2013.

Falk, Pasi et Colin Campbell (eds)

- The Shopping Experience, Thousand Oaks, Sage publications, 1997.

Hochschild, Arlie Russell

- The Commercialization of Intimate Life. Notes from Home and Work, Berkeley, University of California Press, 2003.

Miles, Steven

- Consumerism, as a Way of Life, Thousand Oaks, Sage publications, 1998.

Miller, Daniel

- A Theory of Shopping, Ithaca, Cornell University Press, 1998.

Miller, Daniel, Peter Jackson, Nigel Thrift, Beverly Holbrook et Michael Rowlands

- Shopping, Place and Identity, London/New York, Routledge, 1998.

Paterson, Mark

- Consumption and Everyday Life, New York/London, Routledge, coll. New Sociology 2006.

Pernin, Frédérique

- Petite philosophie du shopping, Paris, Milan, 2006.

Satterthwaite, Ann

- Going Shopping. Consumer Choices and Community Consequences, New Haven, Yale University Press, 2001.

Shields, Roy (dir)

- Lifestyle Shopping : The Subject of Consumption, London, Routledge, 1992.

Skidelsky, Robert & Edward Skidelsky

- How Much is Wnough ? Money and the Good Life, New York, The Good Press, 2011.

Zukin, Sharon

- Point of Purchase. How Shopping Changed American Culture, New York/London, Routledge, 2005.

La publicité

Caumont, Daniel

- La publicité, Paris, Dunod, coll. Les topos, 2001.

Cossette, Claude

- La publicité, déchet culturel, Québec, Presses de l'Université Laval, 2001.
- La publicité de A à Z, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2006.

Dayan, Armand

- La publicité, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que Sais-je?, 1985.

Ewen, Stuart

- Consciences sous influence. Publicité et genèse de la société de consommation, Paris, Aubier-Montaigne, 1983.

Hainault, Doris-Louise et Jean-Yves Roy

- L'inconscient qu'on affiche, Paris, Aubier-Montaigne, 1984.

Marchand, Roland

- Advertising the American Dream : Making Way for Modernity, 1920-1940, Los Angeles, University Of California Press, 1986.

Mattelart, Armand

- La publicité, Paris, Éditions La Découverte, 1990.

Packard, Vance

- La persuasion clandestine, Paris, Calmann-Lévy, 1958.

Philp, Bruce

- Consumer Republic. Using Brands to Get What You Want, Make Corporations Behave, and Maybe Even Save the World, Toronto, McCelland & Stewart, 2011.

Quessada, Dominique

- L'Esclave maître, Paris, Éditions verticals, 2002.

Reichert, Tom

- The Erotic History of Advertising, Amherst, Prometheus Books, 2003.

Sauvageot, Anne

- Figures de la publicité, figures du monde, Paris, Presses universitaires de France, coll. Sociologie d'aujourd'hui, 1987.

Mode, marques, luxe

Aging, Teri

- The End of Fashion. How Marketing Changed the Clothing Business, HarpersCollins, 2000.

Barrère, Christian et Walter Santagata

- La mode. Une économie de la créativité et du patrimoine à l'heure du marché, Paris, La documentation française, 2005.

Bell, Quentin

- Mode et société. Essai sur la sociologie du vêtement, Paris, Presses universitaires de France, 1992.

Bergeron, Louis

- Les industries du luxe en France, Paris, Odile Jacob, 1998.

Blumenthal, Howard

- Branded for Life. How Americans are Brainwashed by the Brands we Love, Cincinnati, Emmis Books, 2005.

Castarède, Jean

- Le luxe, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 1992.

Crane, Diana

- Fashion and its Social Agendas. Class, Gender, and Identity in Clothing, Chigago, The University of Chicago Press, 2000.

Craik, Jennifer

- The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion, London/New York, Toutledge, 1994.

Davis, Fred

- Fashion, Culture, and Identity, Chicago, The University of Chicago press, 1992.

Entwistle, Joanne

- The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory, Oxford, Polity press, 2000.

Erner, Guillaume

- Victimes de la mode? Comment on la crée, pourquoi on la suit, Paris, La Découverte, 2004.

Fouchard, Gilles

- La mode, Paris, Le cavalier bleu, 2005.

Gagnon, Louise

- L'apparition des modes enfantines au Québec, Québec, IQRC, coll. Edmond de Nevers, 1992.

Goblot, Edmond de

- « La mode », dans La barrière et le niveau, Paris, PUF, 1925 (1967).

© Université Laval

Grau, François-Marie

- La haute couture, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 2000.

Heilbrunn, Benoît

- Le logo, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que Sais-Je ?, 2001.

Holt, Douglas B.

- How Brands Become Icons. The Principles of Cultural Branding, Boston, Harvard Business School Press, 2007.

Klein, Naomi

- No logo. La tyrannie des marques, Arles, Actes sud, 2002.

Lipovetsky, Gilles

- L'empire de l'éphémère, Paris, Gallimard, 1987.

Lipovetsky, Gilles et Elyette Roux

- Le luxe éternel. De l'âge du sacré au temps des marques, Paris, Gallimard, 2006.

McRobbie, Angela

- In the Culture Society. Art, Fashion and Popular Music, New York-London, Routledge, 1999.

Monneyron, Frédéric

- La frivolité essentielle, Paris, PUF, 2008.

Sicard, Marie-Claude

- Ce que marque veut dire…, Paris, Éditions d'organisation, 2001.

Simmel, Georg

- La parure et autres essais, Paris, Éditions de la maison des sciences de l'homme, 1998.

Sommier

- Essai sur la mode dans les sociétés modernes, Paris, L'Harmattan, 2007.

Steele, Valerie

- Paris Fashion. A cultural History, Oxford/New York, Berg, 1998.

Yonnet, Paul

- Jeux, Modes et masses 1945-1985, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des sciences humaines, 1985.

Waquet, Dominique et Marion Laporte

- La mode, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je?, 1999.

Culture matérielle et objets de consommation

Baudrillard, Jean

- Le système des objets, Paris, Gallimard, 1970.

Blandin, Bernard

- La construction du social par les objets, Paris, Presses universitaires de France, 2002.

Buxton, David

- Le rock. Star-system et société de consummation, Paris, La pensée sauvage, 1985.

Certeau, Michel de

- L'invention du quotidien, Paris, Gallimard, Folio, 1990.

Cousin, Saskia et Bertrand Réau

- Sociologie du tourisme, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2009.

Csikszentmihalyi, M. et E. Rochberg-Halton

- The Meaning of Thi ngs: Domestic Symbols and the Self, Cambridge, Cambridge University Press, 1981.

Delfour, Jean-Jacques

- Télé, bagnole et autres prothèses du sujet moderne. Essai sur la jouissance technologique, Paris, Erès, 2011.

Flink, James J.

- The Automobile Age, Cambridge, The MIT Press, 1988.

Julien, Marie Pierre et Céline Rosselin

- La culture matérielle, Paris, La découverte, coll. Repères, 2005.

Kaplan, Frédéric

- La métamorphose des objets, Le Limousin, Éditions FYP, 2012.

Langlois, Simon

- « De l'habitant au producteur agricole », Cahiers de l'ACSALF, volume 1, numéro 1, 2005 : 10-11.

Le Goff, Olivier

- L'invention du confort, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1994.

Miller, Daniel

- Material Culture and Mass Consumption, London, Basil Blackwell, 1987.

Miller, Daniel

- «Consumption and Commodities », Annual Review of Anthropology, numéro 24, 1995 : 141-161.

Miller, Daniel (ed.)

- Material Cultures. Why Some Things Matter, Chicago, University of Chicago Press, 1998.

Moles, Abraham

- Théorie des objets, Paris, Éditions universitaires, 1972.

Perrot, Philippe

- « De l'apparat au bien-être : les avatars d'un superflu nécessaire », dans Du luxe au confort, Paris, Belin, 1988 : 31-49.

Roustan, Mélanie

- « Peut-on parler d'une dématérialisation de la consommation? », Paris, Rapport du CRÉDOC, 2004.

Roustan, Mélanie

- Sous l'emprise des objets? Culture matérielle et autonomie, Paris, L'Harmattan, 2007 (coll. Logiques sociales)

Steele, Valerie

- Se vêtir au XXe siècle. De 1945 à nos jours, Paris, Adam Biro, 1998.

Warde, Alan

- Consumption, Food, and Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture, Thousand Oaks, Sage, 1997.

Warnier, Jean-Pierre

- Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec ses doigts, Paris, Presses universitaires de France, coll. Sciences sociales et sociétés, 1999.

Warnier, Jean-Pierre (ed.)

- Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse, Paris, L'Harmattan, coll. Sciences humaines et sociales, 1994.

Budgets des ménages, niveaux de vie, famille et consommation

Belley, Jean-Guy, Jacques Hamel et Claude Masse

- La société de consommation au Québec, Québec, Éditeur officiel du Québec, 1980.

Brown, Clair

- American Standards of Living, New York, Basil Blackwell, 1994.

Duhaime, Gérard

- La vie à crédit. Consommation et crise, Sainte-Foy, Les presses de l'Université Laval, 2003.

Fourastié, Jean

- Machinisme et bien-être, Paris, Les éditions de minuit, 1962.

Gadrey, Jean

- Socio-économie des services, Paris, La découverte, coll. Repères, 2003.

Jean, Sylvie

- « La consommation » dans Gauthier, Hervé et Yves Nobert (direction), Portrait social du Québec, Québec, Institut de la statistique, novembre 2001 : 361-3366.
- « Dépenses des ménages » dans ISQ, Données sociales du Québec 2005, Québec, Institut de la statistique, 2005 : 175-190.
- « La consommation » dans Gauthier, Hervé et alii (direction), Vie des générations et personnes âgées : aujourd'hui et demain, Québec, Institut de la statistique, juin 2004.

Nobert, Yves

- « L'équipement » dans Institut de la statistique du Québec, Données sociales du Québec 2005, Québec, ISQ, 2005 : 201-207.

Tremblay, Marc-Adélard et Gérald Fortin

- Les comportements économiques de la famille salariée au Québec, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 1964.

Consommation et identité

Duguay, Benoit

- Consommation et image de soi, Montréal, Liber, 2005.

Ehrenberg, Alain

- Le culte de la performance, Paris, Hachette, coll. Pluriel, 1991.

- La fatigue d'être soi, Paris, Odile Jacob, 1998.

Landowski, E.

- Présence de l'autre, Paris, PUF, 1997.

Misrahi, Robert

- Désir et besoin, Paris, Ellipses, 2001.

Quessada, Dominique

- La consommation de soi, Paris, Verticales, 1999.

Schor, Juliet

- Born to Buy. The Commercialized Child and the New Consumer Culture, New York, Scribner, 2004.

Stratification sociale

Bourdieu, Pierre

- La distinction. Critique sociale du jugement, Paris, Éditions de minuit, 1979.

Goblot, Edmond

- La barrière et le niveau, Paris, Presses universitaires de France, 1967 (1925).

Distribution

Combe, Emmanuel

- Le low cost, Paris, La découverte, coll. Repères, 2011.

Dicker, John

- The United States of Wal-Mart, New York, Penguin, 2005.

Fishman, Charles

- The Wal-Mart Effect, New York, Penguin Press, 2006.

Moati, Philippe

- L'avenir de la grande distribution, Paris, Édition Odile Jacob, 2001.

Consumérisme et association de consommateurs

Chatriot, A. et alii

- Au nom du consommateur. Consommation et politique en Europe et aux États-Unis au XXe siècle, Paris, La découverte, 2005.

Critiques de la consommation

Blumenthal, Howard J.

- Branded for Life. How Americans Are Brainwashed by the Brands We Love, Cincinnati, Emmis books, 2004.

De Graaf, John, David Wann et Thomas H. Naylor

- J'achète ! Combattre l'épidémie de surconsommation, Montréal, Fides, 2004.

Lawrence, Felicity

- Not on the Label. What Really Goes Into the Food on Your Plate, New York, Penguin Books, 2004.

Linn, Susan

- Consuming Kids. Protecting our Childrenfrom the Onslaught of Marketing & Advertising, New York, Anchor Books, 2004.

Rochefort, Robert

- Le bon consommateur et le mauvais citoyen, Paris, Odile Jacob, 2007.

Sansaloni, Rémy

- Le non-consommateur. Comment le consommateur reprend le pouvoir, Paris, Dunod, 2006.

Slade, Giles

- Made to Break. Technology and Obsolescence in America, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 2006.

Thomas, Susan Gregory

- Buy, Buy Baby. How Consumer Culture Manipulates Parents and Harms Young Minds, Boston Mifflin Company, 2007.

© Université Laval