



The Hebrew University of Jerusalem

Syllabus

History and Theory of Consumer Culture in Europe: Between Repression and Liberation - 54651

Last update 16-03-2025

HU Credits: 2

Degree/Cycle: 2nd degree (Master)

Responsible Department: European Studies

Academic year: 0

Semester: 2nd Semester

Teaching Languages: Hebrew

Campus: Mt. Scopus

Course/Module Coordinator: Yuval Tal

Coordinator Email: yuval.tal@mail.huji.ac.il

Coordinator Office Hours:

Teaching Staff:

Dr. Yuval Tal

Course/Module description:

The things we buy influence our daily lives and who we are. The material things we use — food, clothing, household goods, electric appliances — the cultural content we consume — sports, Netflix, concerts — as well as the personal and social things we desire — status, respect, self-fulfillment, sex, love — often appear in our lives through the act of consumption. Consumer culture shapes our desire to buy things or the notion that we must buy things. It also influences, in one way or another, our deepest needs and desires. This course will explore the history of consumption and consumer culture and the historical processes that made them pillars of modernity in Europe. We will read major works about consumption by prominent intellectuals such as Marx, Adorno, Bourdieu, Marcuse, and de Beauvoir. We will discuss the influence of consumption and consumer culture on political formations and social and cultural structures such as capitalism and class inequalities, liberalism and democracy, fascism and authoritarianism, and gender and sexuality. Throughout the course, we will question whether consumption is a liberating or oppressing element in modern Europe.

Course/Module aims:

Learning outcomes - On successful completion of this module, students should be able to:

n/a

Attendance requirements(%):

Teaching arrangement and method of instruction:

Course/Module Content:

נושאי הקורס

1. מבוא

2. סחורות וקפיטליזם

Karl Marx, *Capital*, Volume I (1867), pp. 163–186 ("The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof").

-
3. צריכה, מעמד, וסטטוס חברתי
Pierre Bourdieu, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste (1979), pp. 1-20.
4. תרבות הצריכה והמודרניות
Walter Benjamin, The Arcades Project (1927-1940), pp. 3-29 (Excerpts on "Capitalism as Religion" and "Flâneur").
5. צרכים כוזבים I: תעשיית התרבות ותקשורת ההמונים
Theodor W. Adorno & Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment (1944), pp. 94-136 ("The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception").
6. צרכים כוזבים II: תרבות הצריכה והחברה הפטריארכלית
Simon de Beauvoir, The Second Sex (1949), Book Two, Third Section
7. תרבות הצריכה כשדה סמיוטי
Jean Baudrillard, The Consumer Society (1970), pp. 25-49.
8. צריכה כפוליטיקה של התנגדות I: נשים
Rosalind Coward, Female Desire: Women's Sexuality Today (1984), Part I: The Look
9. צריכה כפוליטיקה של התנגדות II: מרחבים עירוניים
Michel de Certeau, The Practice of Everyday Life (1980), "Spatial Practices"
10. צריכה כפוליטיקה של התנגדות III: מיעוטים אתניים וגזעיים
Bell Hooks, Black Looks: Race and Representation (1992), Chapter 2+3
11. תרבות הצריכה והגלובליזציה
Naomi Klein, No Logo (1999), "No Space"
12. צריכה וזהות במאה העשרים ואחת
Zygmunt Bauman, Consuming Life (2007), Ch. 1+2
13. תרבות הצריכה בעידן המדיה הדיגיטלית והרשתות החברתיות
Zuboff, Shoshana. "Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization." Journal of information technology 30, no. 1 (2015): 75-89

Required Reading:

נושאי הקורס □□□□□□□□

1. מבוא
2. סחורות וקפיטליזם
Karl Marx, Capital, Volume I (1867), pp. 163-186 ("The Fetishism of Commodities and the Secret Thereof").
3. צריכה, מעמד, וסטטוס חברתי
Pierre Bourdieu, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste (1979), pp.

1-20.

4. תרבות הצריכה והמודרניות

Walter Benjamin, *The Arcades Project* (1927-1940), pp. 3-29 (Excerpts on "Capitalism as Religion" and "Flâneur").

5. צרכים כוזבים I: תעשיית התרבות ותקשורת ההמונים

Theodor W. Adorno & Max Horkheimer, *Dialectic of Enlightenment* (1944), pp. 94-136 ("The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception").

6. צרכים כוזבים II: תרבות הצריכה והחברה הפטריארכלית

Simon de Beauvoir, *The Second Sex* (1949), Book Two, Third Section

7. תרבות הצריכה כשדה סמיוטי

Jean Baudrillard, *The Consumer Society* (1970), pp. 25-49.

8. צריכה כפוליטיקה של התנגדות I: נשים

Rosalind Coward, *Female Desire: Women's Sexuality Today* (1984), Part I: The Look

9. צריכה כפוליטיקה של התנגדות II: מרחבים עירוניים

Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life* (1980), "Spatial Practices"

10. צריכה כפוליטיקה של התנגדות III: מיעוטים אתניים וגזעיים

Bell Hooks, *Black Looks: Race and Representation* (1992), Chapter 2+3

11. תרבות הצריכה והגלובליזציה

Naomi Klein, *No Logo* (1999), "No Space"

12. צריכה וזהות במאה העשרים ואחת

Zygmunt Bauman, *Consuming Life* (2007), Ch. 1+2

13. תרבות הצריכה בעידן המדיה הדיגיטלית והרשתות החברתיות

Zuboff, Shoshana. "Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization." *Journal of information technology* 30, no. 1 (2015): 75-89

Additional Reading Material:

Grading Scheme:

Essay / Project / Final Assignment / Home Exam / Referat 80 %

Active Participation / Team Assignment 20 %

Additional information:

