

Universitatea Babeș-Bolyai

Facultatea de Sociologie și Asistență Socială

Domeniul Sociologie

Școala doctorală de Sociologie

Moralitatea abundenței.

Repere în cercetarea socială a consumului alimentar în

România post-socialistă

REZUMAT

Profesor coordonator:

Prof.univ.dr. Petru Iluț

Student doctorand:

Iuliu Kozák

Cluj-Napoca

2013

CUPRINS

A.I.	Introducere	4
	A.I.1.1. Preambul	4
	A.I.1.2. Problema	7
	A.I.1.3. Date	16
	A.I.1.4. Structura tezei	17
A.II.	De la moralitatea științei la moralitatea consumului	24
A.III.	Teorii ale consumului	41
	A.III.1.1. Teorii ale motivației	44
	A.III.1.2. Teoria instinctelor	46
	A.III.1.3. Teoria manipulării	48
	A.III.1.4. Teoria identității	49
	A.III.1.5. Consum și schimbare culturală	51
	A.III.1.6. Calitatea vieții, acces și structură socială	56
A.IV.	Metode de studiu al consumului	58
	A.IV.1.1. Conceptualizări ale consumului	59
	A.IV.1.2. Cercetarea motivațiilor	65
	A.IV.1.3. Analiza documentelor	66
	A.IV.1.4. Metoda etnografică	75
	A.IV.1.5. Exemplificare: discursul culinar în revistele de gastronomie	78
A.V.	Practici de consum	82
	A.V.1.1. Cultura penuriei și cultura abundenței. Contextul general al schimbărilor din România	82
	A.V.1.2. Venit, consum și percepția sărăciei	88

A.V.1.3. Practici de consum la tinerii maghiari	105
A.V.1.4. Consum și migrație	127
A.VI. Reprezentări ale consumului	139
A.VI.1.1. Dinamica aparițiilor textelor cu temă alimentară	140
A.VI.1.1. Genuri și rubrici	143
A.VI.1.1. Gen, presupoziii, implicații și moralitate în textele alimentare	152
A.VI.1.2. Discuție	163
A.VII. Concluzii	168
A.VIII.Referințe	174

REZUMAT

CUVINTE CHEIE: Categoriile legitimize, analiză de discurs, practici de consum, reprezentări ale consumului, cultura penuriei și cultura abundenței, etica consumului

Ideea efectuării unei cercetări în domeniul consumului alimentar s-a născut din două surse distincte și complementare, cărora li se atribuie rolul de scânteie în demararea oricărei întreprinderi științifice sau incursiuni sistematice de a înțelege un fenomen, o situație, un proces. Una dintre surse este dată de impresiile cotidiene în variate locuri ale consumului și reacția indivizilor în aceste spații. Acestea mi-au sugerat că persoanele tind să confere importanță crescută consumului, îi acordă un loc privilegiat în viața cotidiană, atât în practici cât și în teme de discuție. Am fost adesea frapat de cât de mult și cu ce grad de implicare profundă vorbesc majoritatea oamenilor despre anumite bunuri și intențiile lor. Acestea mi-au indus convingerea că indivizii sunt preocupați de consum și în consecință consumul este o temă importantă de studiat.

Impresiile sporadice au început să se organizeze în observații mai structurate și mai frecvente odată ce s-au formulat primele întrebări ale unei curiozități laice orientate spre înțelegerea contextului imediat al familiei, cunoștințelor și practicilor cotidiene, toate presărate de sentimentul urgenței, al nesiguranței și ambivalenței și mai ales al frustrărilor pe care societatea “totul e posibil” în contextul imensei varietăți și cantități a produselor știe să le genereze atunci când neagă însăși posibilitatea pe care o propagă sau atunci când produce tensiuni prin ideologii, evaluări, recomandări sau valori de multe ori nu numai concurente dar și contradictorii. În același timp, am observat și bucuria sau sentimentul de împlinire, satisfacție nedisimulată date de procurarea unui bun, percepută ca o activitate încununată de succes. Abundența generează ambivalențe care se traduc deopotrivă în frustrări și decepții dar și confort și împlinire. În planul comportamentului consumatorului induce întrebări legate de selecție. Cvasi-permanentă nevoie de confirmare, de evaluare, de alegere între alternative este o situație generală. Cum anume, pe ce bază și cu ce implicații sociale, valorice se realizează selecția, care este statutul social atribuit consumului, cum este el perceput și trăit sunt întrebările care au lansat această cercetare.

Cea de a doua sursă a dorinței mele de înțelegere a consumului, dincolo de curiozitatea cotidiană și sistematizarea inițială a observațiilor, este constituită de modul în care se structurează

cercetarea consumului. Literatura sugerează că domeniul se articulează pe contrarii, unele regăsite în general în științele sociale (relația agent-structură, practică-reprezentare, etc.), altele specifice doar reflecției despre consum. Consumul este definit alternativ ca o practică instrumentală sau simbolică, având funcții de utilitate sau dimpotrivă de comunicare și expresie, ca semn al civilizației sub raportul cantității și varietății consumate pe de o parte, sau ca semn al deculturalizării pe de altă parte. Relația indivizilor cu obiectele sau bunurile este privită ca extindere a mijloacelor de comunicare cu ceilalți sau dimpotrivă ca fetișizare a obiectelor și slăbirea legăturilor sociale datorită relațiilor mai intense cu obiectele. Totodată, literatura evită să considere moralitatea consumului ca temă centrală a cercetării, mai degrabă se angajează în evaluarea morală a practicilor, reprezentărilor și instituțiile consumului.

Lucrarea de față pornește de la contextul general al schimbărilor din România după căderea regimului socialist ca să determine noile cadre în care se desfășoară practicile de consum și se reprezintă consumul. Practicile de consum în contextul general al României post-socialiste sunt structurate de două tipuri de schimbări. Pe de o parte, există o serie de schimbări structurale ale căror prezență ostentativă trece greu fără a fi remarcată. Fiecare element constitutiv al lanțului alimentar și al sistemului de bunuri și servicii, s-a schimbat în mod definitiv. Producția bunurilor și a produselor alimentare a fost privatizată în procent semnificativ. Mai departe, în privința desfacerii observăm apariția unor noi forme de desfacere sau transformarea altora.

Însă cea mai pregnantă schimbare este dată de inedita varietate a produselor și reacția consumatorului la varietatea produselor apărute în perioada postsocialistă. Dacă în anii 80 produsele de orice fel erau considerate o raritate, în ultimele două decenii varietatea și cantitatea enormă de produse este cea care frapează. Penuria a fost transformată în abundență relativă iar cultura penuriei în ceea ce s-ar putea numi cultura abundenței (schițate în capitolul 5). Această transformare are implicații directe asupra comportamentului consumatorului din mai multe privințe. În primul rând, dacă în socialism problematica consumului era centrată pe penuria de bunuri într-un sistem economic structurat de ofertă (Chelcea and Lățea 2004; Mazur-Stommen 2003; Verdery 1994), în prezent problema consumului se concentrează asupra resurselor materiale limitate în contextul existenței unor produse variate, ceea ce pune problema accesului diferențiat la bunuri și al selecției. În al doilea rând, anumite calități ale practicilor de consum, ca de exemplu tenacitatea și integrarea într-o rețea de informații, ca atribute necesare oricărui

consumator din epoca socialistă se transformă azi în calități specifice cum ar fi capacitatea de selecție (Humphrey 1995), dezvoltarea unei competențe în compararea bunurilor (Warde 1997), într-un cadru sistemic transformat.

Acest cadru general este unul al abundenței: a bunurilor, informațiilor despre bunuri, a modurilor de procurare. Definită ca excedent, surplus, ceva care transcende nevoile imediate, ea apare ca un soi de confort material care satisface nevoile materiale sau biologice, și reprezintă și un prag al siguranței care se traduce prin lipsa anxietății legate de hrană sau prin încrederea în calitatea satisfăcătoare a alimentelor. Însă această latură pozitivă a abundenței are și reversul ei. Abundența înseamnă inundare cu mărfuri, cu principii de selecție, cu rațiuni, cu griji despre selecția bine efectuată. Pentru că este ambivalentă consumul în mijlocul abundenței este locul ideal de a studia moralitatea consumului.

Ce înțeleg prin moralitate? Moralitatea înseamnă sentimentul datoriei de a consuma într-un fel sau altul, de a alege ceva în detrimentul unei alte alternative. Această moralitate se consolidează într-o etică a alegerii alimentului și a formei de consum. Plăcerea, răsfățul, moderația, raționalitatea sunt la fel de legitime din acest punct de vedere, ca elemente, părți constitutive ale eticii. De exemplu, hedonismul este înțeles din această perspectivă ca datorie de a căuta plăcerea și se clasifică în definiția pe care o dăm moralității. Orice principiu este valabil pentru fundamentarea unei moralități. Principiile sunt considerate ca atare în condițiile în care ele sunt exprimate prin categorii care la rândul lor nu necesită legitimare (Gullestad 1995; Zentai 2003), ci sunt ele însele categorii legitimize, de la sine înțelese.

Moralitatea este exprimată diferit în literatură. Este prezentă sub forma unei ideologii, fie colportată de mișcări sociale, fie de reflecția academică sau critica socială, dar întotdeauna comportă un punct de vedere exterior acțiunii sociale pe care o evaluează. Expresia cea mai pregnantă a acestei abordări conștient moralizatoare este dată de Wilk (Wilk 2001). El susține că atâta timp cât există consum „destructiv” în plan social, ecologic sau personal discursul moral împotriva „exceselor societății de consum” nu poate decât să-și facă auzită vocea. Iar diagnoza lui este că acest tip de consum destructiv există, chiar în exces. Totuși, critica consumerismului (Bauman 2005; Miller 2005; Simányi 2005; Slater 2005) prezintă câteva pericole câteodată greu de sesizat, care face ca orice discurs moralizator să necesite o conștientizare acută a poziției din care este formulat. Această poziție este cea care va diferenția între consum bun, acceptabil,

constructiv pe de o parte și consum rău, deplorabil și distructiv pe de altă parte. În această lucrare nu îmi asum o asemenea poziție. În loc de moralizare propun mai degrabă identificarea și decelarea moralității prezente în practicile și reprezentările consumului. Lucrarea vorbește mai degrabă de principii etice de selecție și de evaluare a alimentelor.

Teza centrală a lucrării se bazează pe datele referitoare la practicile și reprezentările consumului alimentar. Construcția discursivă a alimentației a suferit anumite transformări, în sensul în care s-a reșezat de la recomandarea negativă a alimentației nesănătoase, alimentația sănătoasă însemnând prohibiție de la alimentele nocive, la recomandarea alimentației sănătoase ca managementul rațional și moral al emoțiilor și impulsurilor (al poftelor și al înclinației spre exces) în vederea sănătății înțeleasă ca dinamism, vigoare, bună dispoziție și frumusețe, care apar în chip de categorii legitimante ale actului alimentar, al selecției alimentelor. Concomitent cu această reorganizare a discursului alimentar se observă și o schimbare a semnificației sănătății. Dacă aceasta a fost percepută și reprezentată ca absența bolii, în prezent semnificațiile ei s-au lărgit și totodată au fost specificate incluzând atribute ca dinamism, vigoare, bună dispoziție, frumusețe și chiar plăcere.

Trei argumente vin în sprijinul acestei teze în contextul general al proliferării discursului despre alimentație în perioada 2000-2008. 1. Din analiza încadrării textelor reiese că viața sănătoasă este rubrica care se dovedește a avea o creștere spectaculoasă în dauna altor rubrici, cum ar fi cea economică sau cea socială. 2. Pornind de la dimensiunea *voce* și *stil* (Fairclough 1995), am identificat trei genuri distincte în care sunt grupate textele: genul informativ, genul expert și genul confesiv. Genul expert se întemeiază pe o relație construită implicit între actorii din text pe de o parte și lectorii articolului, pe de altă parte, relație care se bazează pe autoritatea științifică a expertului a cărui voce este redată în text. Genul confesiv se întemeiază pe o relație de împărtășire a unei experiențe, autoritatea este dată de autenticitatea prezenței într-o experiență care poate fi generică. Genul informativ este fundamentat pe interesul general. Putem spune că temeiul diferitelor genuri este bazat pe autoritatea epistemică a expertului, pe autoritatea experiențială a confesorului sau povestitorului și pe autoritatea utilității a știrii formulate de jurnalist. Observăm o creștere numerică a genului expert în dauna celorlalte două. 3. Urmărind presupuzițiile și implicațiile discursului și categoriile legitimante, am observat că ele se referă la dinamism, vigoare, bună dispoziție și frumusețe ca valori ultime care nu necesită nici o altă

justificare pentru a fi prezentate ca atare. Toate aceste categorii legitimante apar în conexiune cu alimentația sănătoasă ca proiect de viață, sau ca etică de comportament. Rezultatul este confirmat de analiza practicilor de consum în rândul tinerilor care, conform unei analize statistice diacronice între 2001 și 2008, tind tot mai mult să afișeze un comportament alimentar axat pe sănătate.

Textele supuse atenției arată că în anii 2000 a avut loc o reconfigurare a reprezentării alimentației. Complexitatea inițială a discursului alimentar, elaborat pe axa relației dintre individ, economie și societate a fost înlocuită treptat dar univoc cu o imagine a alimentației ca relație dintre individ și el însuși, pe fundalul unei cunoașteri raționale și a unui comportament controlat. Raționalitatea alimentației este promovată de un discurs tehnologizat axat pe micro-proprietățile alimentelor, dozajul precis calculat și descrierea științifică a efectelor sale. Cu alte cuvinte, dacă alimentația apărea inițial ca expresie sau obiectivare a normelor de conduită în și față de instituții ca industria alimentară, economie și societate, în care datoria primordială era conformarea cu celălalt prin evitarea prohibițiilor, a primejdiilor, și urmarea normelor sociale, acum alimentația a devenit tot mai mult o reflecție a propriului eu în care datoria primordială este virtutea personală circumscrisă de o etică a responsabilității față de sănătatea proprie. Moderația, echilibrul, varietatea cumpătată și calculată sunt semnele acestei responsabilități și ale disciplinării impulsurilor spre exces.

Din perspectiva tezelor care explică schimbările în domeniul consumului alimentar, teza de față confirmă și infirmă parțial toate cele prezente. Urmându-l pe Warde am identificat patru asemenea teze. Prima dintre ele este centrată pe fericita noțiune de gastro-anomie, un termen ce denotă trecerea de la un consum alimentar bazat pe reguli precise și codificate (gastronomia) la un context în care se suspendă toate regulile (Fischler apud Warde 1997), iar individul este cel care își croiește propriile reguli. Această teză se bazează pe răspunsul dat de indivizi unei situații caracterizate de detașare socială și deregulare în care selecția și consumul alimentelor este tot mai mult o chestiune individuală și nu una socială. Lipsa normelor împărtășite și responsabilitatea crescută a individului în selecția bunurilor conduce, în interpretarea unora (Warde 1997), la anxietate sau la celebrarea voluntarismului individual în interpretarea altora (Featherstone, Mike Hepworth, și Turner 1997). Rezultatele noastre arată că există o puternică tendință de promovare a alimentației sănătoase, iar regula selecției larg împărtășită în media se

axează pe această dimensiune a alimentației. Din acest punct de vedere lipsa normelor sau suspendarea lor nu se verifică. Dimpotrivă promovarea sănătății ca principiu al selecției alimentației este una robustă și dominantă în spațiul public. Este adevărat că evaluarea alimentelor din perspectiva principiului sănătății nu este lipsită de ambiguități, însă diagnoza gastro-anomiei nu se confirmă în cercetarea noastră. Se confirmă însă caracterul individual al actului alimentar sub forma reprezentării consumatorului generic lipsit de orice atribut social.

Cea de a doua teză avansează imaginea proliferării consumului de nișă, stilizare și neo-tribalism în care preferințele legate de consumul alimentar sunt funcție de apartenență la un grup mic, select de persoane. Aceasta este o teză mai laxă a gastro-anomiei în care normele sunt valabile pentru grupuri mici de consumatori. Varietatea produselor produce grupuri variate de consumatori cu identități și moralități diferite. Lipsa oricărei specificări a consumatorului în reprezentarea consumului alimentar în media românească și tendința alegerii alimentelor sănătoase descrisă în comportamentul alimentar al tinerilor nici nu infirmă, nici nu confirmă această teză. Pe fundamentul alegerii unor alimente sănătoase se pot constitui neo-triburi, însă pentru confirmarea sau infirmarea existenței lor nu avem date relevante. Slow-food, alimentația bio sunt două mișcări ale consumatorilor care sugerează existența consumului de nișă, care sunt probabil și parțial fundamentate pe aceleași principii ale sănătății descrise în această lucrare.

Cea de a treia este teza masificării consumului pornind de la ideea McDonaldizării societății, o metaforă pentru descrierea produselor de masă și a lanțurilor de desfacere, produse bazate pe același tip de fenomen, adică pe raționalizare. Raționalizarea producției produce similaritatea produselor ținând cont de eficiență, calcul, predictibilitate și control. În acest sens varietatea produselor însăși este pusă la îndoială. Din perspectiva rezultatelor noastre putem spune doar că există o tendință spre un discurs rațional, chiar tehnic al alimentației, iar comportamentul alimentar tinde să se conformeze, dacă nu în totalitate, cel puțin parțial acestui discurs. Dacă acest discurs este generat de industria alimentară sau nu rămâne de verificat. Este plauzibil să susținem că industria alimentară are o miză pentru raționalizarea producției și desfacerii, însă reacția consumatorului nu poate fi presupus automat.

Cea de a patra teză este menținerea importanței claselor sociale și a distincțiilor între modelele de consum ale diferitelor clase. Este perspectiva lui Elias (Elias 1987) și Bourdieu (Bourdieu 1984), pe baza căreia alții (Mennell 1995) argumentează că societatea contemporană este încă structural

diferențiată semnificativ în privința consumului alimentar. Nu suntem în măsură să abordăm teoria lui Bourdieu în complexitatea sa. Datele analizate ne sugerează că există un fundament comun în spațiul reprezentării consumului alimentar și există diferențe în alte zone ale consumului, cum ar fi cele privind deținerea unor bunuri materiale. Diferențele regionale, de statut socioeconomic și de generație din rândul tineretului nu sunt de natură să diferențieze grupuri la nivelul structurii de consum alimentar. Diferențele sunt însă perceptibile în cazul bunurilor de folosință îndelungată. Ele se articulează, cum era de așteptat, conform statutului socioeconomic al individului în sensul în care un statut mai ridicat crește șansele de a deține un bun cu valoare pecuniară mai mare.

Caracterul indeterminat al rezultatelor noastre cu privire la tezele referitoare la schimbările petrecute în consumul alimentar în ultimele decenii se datorează mai multor factori. În primul rând complexității actului alimentar. În al doilea rând datelor noastre care abordează doar o parte infimă din această complexitate. Și nu în ultimul rând faptului că toate cele patru tendințe există simultan. Consumul de nișă, raționalizarea producției alimentare, diferențele bazate pe statut socioeconomic, tendința spre alimentația sănătoasă ca fundament al motivației consumului sunt prezente într-o oarecare măsură în România. Semnificația relativă a fiecăreia este un subiect care nu poate fi decisă în această lucrare, însă poate ar merita abordată în viitor.

Date

Datele utilizate în această lucrare provin din mai multe surse. Ele sunt diverse și denotă o încercare de a accesa și fructifica în măsura posibilităților datele existente cu toate avantajele și riscurile lor. Pentru modul de reprezentare a alimentației în spațiul public românesc am parcurs patru cotidiane la nivel național, Adevărul, Cotidianul, Jurnalul Național și Libertatea. Perioada considerată se situează între 2000 și 2008. Am analizat datele cu metoda analizei de discurs urmărind modul în care discursul construiește subiectul consumatorului. Mai precis am urmărit ceea ce este definit ca *voce* și *stil* în literatura analizei critice a discursului. Pentru practicile de consum alimentar am folosit datele a două anchete sociologice coordonate de ANSIT (Agenția Națională pentru Sprijinirea Inițiativelor Tinerilor), respectiv de Fundația Max Weber. Ambele au inclus în anchetă o baterie de întrebări referitoare la preferințele alimentare. Anchetele sunt reprezentative, la nivel național, respectiv la nivelul tineretului maghiar din Transilvania. Pentru

analiza relației dintre sărăcia subiectivă, venit am utilizat datele anchetei BOP, anchetă a Fundației pentru Societatea Deschisă. Rezultatele analizelor de statistică descriptivă au fost confruntate, specificate sau nuanțate de datele culese din multele conversații informale și observațiile cotidiene efectuate.

Structura tezei

Teza este structurată în două părți. O parte teoretică în care trec în revistă statutul moralității ca temă de cercetare, teoriile despre consum, metodele utilizate în cercetarea consumului și lucrările despre consum și consumul alimentar, apărute în România după căderea regimului socialist. Ea cuprinde trei capitole. Primele două trec în revistă o paletă relativ largă de studii pentru a afla și descrie rațiunile care au deturnat interesul cercetătorilor de la moralitatea consumului în favoarea unui discurs moral subiacent. Cea mai importantă dimensiune a reflecției academice, care structurează dezinteresul pentru consum este interpretarea obiectelor ca index pentru tipuri de societăți. Aceasta s-a articulat pe dihotomia dintre culturile “moderne” și cele “tradiționale” cărora li s-au atribuit valori morale mai ales în jurul conceptului de autenticitate. În capitolul trei încerc să arăt că imaginea consumatorului presupusă de teoriile existente se articulează în mare măsură pe aceste considerente, atât în variantele simbolic-expresive cât și în cele ale economiei politice.

Cel de al patrulea capitol descrie metodele utilizate în cercetarea consumului pornind de la cercetări existente și metodele pe care le-au utilizat. Conceptul cheie de sistem, sau mai nou, rețea de consum sau bunuri a fost precedat de cercetarea motivației și de cercetarea proceselor de aculturație, rezistență și hibridizare în contextul contactului cultural. Fiecare dintre aceste preocupări a dat naștere unor abordări metodologice particulare. Cercetarea motivației a utilizat metode psihosociologice, studiul contactelor culturale s-a realizat mai cu seamă prin metoda etnografică. Constanta metodologică în tot acest timp a rămas analiza documentelor și observația. Scopul capitolului este să treacă în revistă principalele metode utilizate în cercetarea consumului. Acestea sunt, așadar cercetarea motivației, etnografia și analiza documentelor.

Cea de a doua parte a lucrării prezintă observațiile referitoare la datele pe care l-am adunat și le-am analizat. Primul capitol schițează transformările societății românești post-socialiste reliefând acele domenii care sunt semnificative pentru consum. Argumentul principal al primului capitol

este că România socialistă, caracterizată de practici și reprezentări ale penuriei, cu un termen generic, cultura penuriei s-a transformat iar caracteristica principală a devenit cultura abundenței, definită ca practici și reprezentări apărute ca reacție față de abundența de bunuri. Trecerea de la un tip de consum este parțială, astfel asistăm la menținerea unor practici, transformarea altora și apariția unor noi atitudini.

Următoarele trei sub-capitole cuprind trei studii care prezintă rezultatele a trei anchete. Primul studiu încearcă să stabilească o relație între venit, percepția sărăciei și consum. Analizând datele anchetei BOP, am observat o reticență a indivizilor de a se declara săraci sau bogați indiferent de venit, educație, localitatea de proveniență, sau diferența dintre venitul declarat și cel considerat decent. Sugerez în acest studiu că introducerea atitudinii față de consum, exprimată în discuții informale, clarifică această reticență în sensul în care consumul este perceput ca satisfacerea acceptabilă a unor roluri sociale, în cazul nostru a rolului de părinte, iar a te declara sărac înseamnă recunoașterea eșecului personal în această privință. Cel de al doilea studiu este o analiză statistică a consumului alimentar la tineri. Argumentul principal este că tinerii, indiferent de etnie, aleg să consume tot mai mult pornind de la principiul sănătății. O altă observație a studiului este că consumul alimentar are particularitatea lui, fiind totuși un tip de consum diferit de consumul bunurilor durabile. În acest al doilea tip de consum, observăm anumite diferențe între etnii și în funcție de statutul social al persoanei. Există două implicații. Diferențele sociale se joacă pe terenul bunurilor cu valoare pecuniară mai mare. A doua este că consumul de alimente nu este în acest sens un factor de diferențiere socială. Cel de al treilea studiu, observă rolul consumului într-o practică răspândită în România actuală, și anume migrația. Scopul acestui studiu este să noteze că consumul este o activitate bazată pe considerente etice în mai multe tipuri de activități sociale, cum ar fi în cazul de față, migrația. Totodată, ilustrează că consumul poate fi văzut ca idiom pentru negocierea formelor de raportare la o nouă realitate socială. Ultimul capitol prezintă teza principală descrisă mai sus, pornind de la analiza reprezentărilor media a consumului alimentar.

Capitolul de concluzii încearcă să reinterpreteze viziunile teoretice asupra consumului prin prisma rezultatelor analizate în partea a doua. Este totodată locul în care încerc să creionez o interpretare pe plan mai general a implicațiilor rezultatelor sugerând că discursul public despre alimentație este un for de socializare cu noua configurație a societății. Promovarea unui individ

generic poate fi interpretată ca o reacție la consumatorul individual, un subiect nou al postcomunismului. Este acesta un semn al individualizării? Răspunsul nu poate fi decât echivoc. Alte situații și practici susțin ideea unei mai mari socialități a consumului alimentar, dar reprezentarea descrisă în capitolul final promovează individul și nu grupurile sau rețelele sociale.

Lucrarea de față este o lucrare hibridă privind aspirațiile și demersurile utilizate. Dorește să înțeleagă modul în care este reprezentat consumul în societatea românească de azi, oferind o imagine a categoriilor și principiilor de evaluare a tipurilor de consum. O asemenea ambiție nu are cum să nu fie expusă criticilor. Chiar natura temei neagă abordarea exhaustivă. Alimentația include o serie de instituții (piața, industria, reclama), practici (cumpărăturile, comensalitatea) și relații de gen privind aprovizionarea sau pregătirea mesei. Dată fiind complexitatea activității, orice abordare este damnată criticii. Pe de altă parte, perspectivele simbolic-expresiv și de economie politică sunt exclusive. Urmând una dintre abordări, în mod necesar cealaltă rămâne în plan secundar. Totuși, consider că lipsa unui câmp de reflecție asupra problematicii în România explică, dacă nu justifică oarecum, caracterul vizibil hibrid, fragmentat al prezentei lucrări.

REFERINȚE

- Abu-Lughod, Lila. 1990. "The romance of resistance: tracing transformation of power through Bedouin women." *American Ethnologist* 17:41-55.
- Appadurai, Arjun. 1981. "Gastro-Politics in Hindu South Asia." *American Ethnologist* 8(3):494-511.
- . 1988. "How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India." *Journal for Comparative Study of Society and History* 30(1):3-24.
- . 1996. "Fogyasztás, időtartam, történelem." *Replika* 21-22:81-97.
- Bahro, Rudolph. 1978. *The Alternative in Eastern Europe*. London: Verso.
- Bălțătescu, Sergiu. 2007. "Stabilitate și schimbare în nivelurile și structura bunăstării subiective: România 1997-1999." *Calitatea vieții XVIII*(1-2):125-136.
- Bauman, Zygmunt. 2005. "A munkaetikától a fogyasztás esztétikájáig." *Replika* 51-52:221-237.
- . 2007. *Consuming Life*. Cambridge: Polity.
- Belasco, Warren. 2002. "Food Matters: Perspectives on an Emergent Field." Pp. 2-23 in *Food Nation: Selling Taste in Consumer Society*, editat de W. Belasco și P. Scranton. New York: Routledge.
- Belk, Russel W. 1996. "Studies in the New Consumer Behaviour." Pp. 58-95 in *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*, editat de D. Miller. London și New York: Routledge.
- Bell, Allan. 1991. *Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Berdhal, Daphne. 2002. "'(N)Ostalgie' for the Present: Memory, Longing, and East German Things." *Ethnos* 64(2):192-211.
- Berger, Peter L. și Thomas Luckmann. 2008 (1966). *Construirea socială a realității*. București: Editura Art.
- Bird-David, Nurit. 1992. "Beyond "The Original Affluent Society". A Culturalist Reformulation." *Current Anthropology* 33(1):25-47.
- Blommaert, Jan și Chris Bulcaen. 2000. "Critical Discourse Analysis." *Annual Review of Anthropology* 29 447-466.
- Boden, Sharon și Simon J Williams. 2002. "Consumption and Emotion: The Romantic Ethic Revisited." *Sociology* 36(3):493-512.

- Bohannan, Paul. 1955. "Some Principles of Exchange and Investment among the Tiv." *American Anthropologist* 57:60-70.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by R. Nice. London: Routledge and Kegan Paul.
- . 1986. *Economia bunurilor simbolice*. București: Meridiane.
- . 1998. "Dominația jurnalismului." Pp. 79-96 in *Despre televiziune*. București: Editura Meridiane.
- . 1999. *Rațiuni practice*. București: Meridiane.
- . 2000. *Simțul practic*. Iași: Institutul European.
- Bourgois, Philippe. 1995. "From Jibaro to Crack Dealer: Confronting the Restructuring of Capitalism in El Barrio." Pp. 125-141 in *Articulating Hidden Histories*, editat de J. Schneider și R. Rapp. Berkeley: University of California Press.
- Brettel, Caroline B. 2000. "Theorizing Migration in Anthropology. The Social Construction of Networks, Identities, Communities, and Globalscapes." Pp. 97-135 in *Migration Theory. Talking Across Disciplines*, editat de Caroline B. Brettel și James F. Hollifield. New York and London: Routledge.
- Caldwell, Melissa L. 2004a. "Domesticating the French Fry. McDonald's and Consumerism in Moscow." *Journal of Consumer Culture* 4(1):5-26.
- . 2004b. *Not by Bread Alone: Social Support in the New Russia*. Los Angeles: University of California Press.
- Caldwell, Melissa L. 2006. "Tasting the World of Yesterday and Today: Culinary Tourism and Nostalgia Foods in Post-Soviet Russia." Pp. 97-112 in *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*, editat de R. Wilk. New York: Altamira Press.
- Campbell, Colin. 1987. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
- . 1995. "The Sociology of Consumption." Pp. 96-126 in *Acknowledging Consumption*, editat de D. Miller. London and New York: Routledge.
- . 1996a. "A 18. századi angol fogyasztói forradalom okai." *Replika* 21-22:99-115.
- . 1996b. "A modern fogyasztói étosz rejtélye." *Replika* 21-22:117-137.
- Caplan, Pat. 1997. *Food, Health and Identity*. London: Routledge.

- Carrier, James G. 1991. "Gifts, Commodities, and Social Relations: A Maussian View of Exchange." *Sociological Forum* 6(1):121-136.
- . 1992. "Occidentalism." *American Ethnologist* 19:195-212.
- . 1996. "Exchange." Pp. 218-221 in *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, editat de A. Barnard și J. Spencer. London: Routledge.
- Carrier, James G. și Josiah McC. Heyman. 1997. "Consumption and Political Economy." *The Journal of Royal Anthropological Institute* 3(2):355-373.
- Carrithers, Michael. 1992. *Why Humans Have Cultures. Explaining Anthropology and Social Diversity*. Oxford: Oxford University Press.
- Chelcea, Liviu și Puiu Lățea. 2004. "Cultura penuriei: bunuri, strategii și practici de consum în România anilor '80." Pp. 152-174 in *Viața cotidiană în comunism, Psihologie aplicată*, editat de A. Neculau. Iași: Polirom.
- Chelcea, Septimiu. 2004. *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.
- Cook, Ian și Peter Crang. 1996. "The World on a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledge." *Journal of Material Culture*:131-54.
- Corrigan, Peter. 1997. *The Sociology of Consumption*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Counihan, Carole M. și Penny Van Esterik. 1997. "Food and Culture." New York and London: Routledge.
- Coveney, John. 2000. *Food, Morals and Meaning. The Pleasure and Anxiety of Eating*. New York: Routledge.
- Day, Sophie, Evthymios Papataxiarchis, și Michael Stewart. 2002. "Consider the Lilies of the Field." Pp. 1-24 in *Consider the Lilies of the Field. Marginal People Who Live for the Moment*, editat de S. Day, E. Papataxiarchis, și M. Stewart. London: Westview Press.
- Dilley, Roy. 1992. "Contesting Markets." in *Contesting Markets*, editat de R. Dilley. Edinburg: Edinburgh University Press.
- Douglas, Mary și Baron Isherwood. 1978. *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London: Allen Lane.
- Doyle, Kenneth O., și MacKenzie R. Doyle. 2001. "Meanings of Wealth in European and Chinese Fairy Tales." *American Behavioral Scientist* 45(2): 191-204.

- Doyle, Kenneth O., și Yulian Li. 2001. "A Within-Continent Content Analysis. Meanings of Money In Chinese and Japanese Proverbs." *American Behavioral Scientist* 45(2): 307-312
- Durkheim, Emile. 1995. *Formele elementare ale vieții religioase*. Iași: Polirom.
- Eco, Umberto. 2007. *Limitele interpretării*. Iași: Polirom.
- Elias, Norbert. 1987. *A civilizáció folyamata. Szociogenetikus és pszichogenetikus vizsgálódások*. Budapest: Gondolat.
- Fairclough, Norman. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Langman Publishing.
- Fairclough, Norman și Lilie Chouliaraki. 1999. *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Farb, Peter și George Armelagos. 1980. *Consuming Passions: The Anthropology of Eating*. Boston: Houghton Mifflin.
- Featherstone, Mike, Mike Hepworth, și Bryan S. Turner. 1997. *A test. Társadalmi fejlődés, kulturális teória*. Budapest: József Műhely Kiadó.
- Foucault, Michel. 1991. "A diskurzus rendje " *Holmi*:898-889.
- Frank, Barbara. 1995. "Permitted and Prohibited Wealth: Commodity-possessing Spirits , Economic Morals, and the Goddess Mami Wata in West Africa." *Ethnology* 39(4):331-346.
- Friedman, Jonathan. 1994. "The Political Economy of Elegance." Pp. 147-166 in *Cultural Identity and Global Process*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Gagy, József. 2009. *Fogyasztói magatartás*. Kolozsvár: Scientia Kiadó.
- Geertz, Clifford. 2001. "Sűrű leírás. Út a kultúra értelmező elméletéhez." Pp. 194-226 in *Az értelmezés hatalma*. Budapest: Osiris.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor.
- . 1961. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill Company, Inc.
- . 1974. *Frame Analysis: an Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper and Row.

- . 2005. *Aziluri. Eseuri despre situația socială a pacienților psihiatrici și a altor persoane instituționalizate* Iași: Polirom.
- Granovetter, Mark. 1985. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *The American Journal of Sociology* Vol. 91:481-510.
- Grigoraș, Vlad și Șerban, Monica. 2000. "Dogenii din Teleorman în țară și în străinătate. Un studiu asupra migrației circulatorii în Spania." *Sociologie românească* 2: 30-54.
- Gullestad, Marianne. 1995. "The Morality of Consumption." *Ethnologia Scandinavica* 25:97-107.
- Gun Roos, Laura Terragni, și Hanne Torjusen. 2007. "The local in the global – creating ethical relations between producers and consumers." *Anthropology of Food*. <http://aof.revues.org/document489.html>.
- Halkier, Bente. 2001. "Consuming Ambivalences. Consumer Handling of Environmentally Related Risks in Food." *Journal of Consumer Culture* 1(2):205-224.
- . 2004. "Handling Food-related Risks: Political Agency and Governmentality." Pp. 21-38 in *The Politics of Food*, editat de M. E. Lien și B. Nerlich. Oxford: Berg.
- Hall, Stuart. 1997. "The Work of Representation." Pp. 15-74 in *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, editat de Stuart Hall. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Hart, Keith. 2004. "The Political Economy of Food in an Unequal World." in *The Politics of Food*, vol. 199-220, editat de M. E. Lien și B. Nerlich. Oxford: Berg.
- Haukanes, Haldis. 2004. "Enjoyment and Choice in an Age of Risk: The Case of BSE in the Czech Republic " Pp. 101-120 in *The Politics of Food*, editat de M. E. Lien și B. Nerlich. Oxford: Berg.
- Hollows, Joanne. 2003. "Feeling like a Domestic Goddess. Postfeminism and Cooking." *European Journal of Cultural Studies* 6(2): 179-202.
- Humphrey, Caroline. 1995. "Creating a Culture of Disillusionment. Consumption in Moscow, a Chronicle of Changing Times." Pp. 43-68 in *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local*, editat de D. Miller. New York: Routledge.
- Iluț, Petru. 1997. *Abordarea calitativă a socioumanului: concepte și metode*. Iași: Polirom.
- Jones, Steve, și Ben Taylor. 2001. "Food writing and food cultures. The case of Elizabeth David and Jane Grigson." *European Journal of Cultural Studies* 4(2): 171-188.

- Keane, Anne. 1997. "Too hard to swallow? The palatability of healthy eating advice." in *Food, Health and Identity*, editat de P. Caplan. London: Routledge.
- Keesing, Roger M. 1994. "Theories of Culture Revisited." Pp. 301-314 in *Assessing Cultural Anthropology*, editat de R. Borofsky. New York: McGraw Hill.
- Kideckel, David L. 2006. *Colectivism și singurătate în satele românești. Țara Oltului în perioada comunistă și în primii ani după Revoluție*. Iași: Polirom.
- Kiss, Tamás, Gergő Barna, și Zsuzsa Sólyom. 2008. "Erdélyi magyar fiatalok 2008. Közvélemény-kutatás az erdélyi magyar fiatalok társadalmi helyzetéről és elvárásairól. Összehasonlító gyorsjelentés (Tinerii maghiari din Transilvania 2008. Anchetă sociologică despre starea socială și așteptările tinerilor maghiari din Transilvania. Dimensiuni comparative)." *Studii de atelier. Cercetarea minorităților naționale din România* 12.
- Kligman, Gail. 1997. *Nunta mortului. Ritual, poetică și cultură populară în Transilvania*. Iași: Polirom.
- Kopytoff, Igor. 1989. "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process." Pp. 64-91 in *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, editat de A. Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kornai, János. 2008. *From Socialism to Capitalism*. Budapest, New York: Central European University Press.
- Kozák, Gyula. 2008. "De la moralitatea antropologiei la moralitatea consumului." Pp. 191-210 in *Anthropo. Lenyomatok. Amprente. Imprints, Studii Culturale*, editat de H. Harbula și E. Magyari-Vincze. Cluj: EFES.
- . 2011. "Practici de consum la tinerii maghiari din România." in *Tinerii maghiari din România. Dimensiuni comparative*, editat de T. Kiss, G. Barna, și G. Kozák. Cluj Napoca: ISPMN-Kriterion.
- Kress, Gunther. 1985. "Ideological Structures in Discourse." Pp. 27-42 in *Handbook of Discourse Analysis*, editat de T. A. van Dijk. London: Academic Press.
- León-Ledesma, Miguel și Piracha Matloob. 2001. "International Migration and the Role of Remittances." *WP*.
- Lien, Marianne Elisabeth și Brigitte Nerlich. 2004. "The Politics of Food." Oxford: Berg.

- Manning, Peter K., și Betsy Cullum-Swan. 1994. "Narrative, Content, and Semiotic Analysis." Pp. 463-477 in *Handbook of Qualitative Research*, editat de Norman K. Denzin și Yvonne S. Lincoln. London: Sage.
- Mărginean, Ioan. 2003. *Calitatea vieții în România*. București: Academia Română.
- Mauss, Marcel. 2000. "Tanulmány az ajándékról. Az ajándécsere formája és értelme az archaikus társadalmakban." Pp. 193-338 in *Szociológia és antropológia*. Budapest: Osiris.
- Mazur-Stommen, Susan. 2003. "Christmas Foodways and Ritual in Northern Germany: Distinctions East and West of the former Border." *Eastern European Anthropology Review* 21(1).
- McCracken, Grant. 1988. *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Mennell, Stephen. 1995. *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present* University of Illinois Press.
- Mihăilescu, Adina. 2001. "Metodologia de calcul a minimumului de trai decent și de subzistență." *Calitatea vieții* XII(1-4):49-72.
- Miller, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. New York: Basil Blackwell.
- . 1988. "Appropriating the State." *Man* 23(2):353-372.
- . 1995a. "Consumption and Commodities." *Annual Reviews of Anthropology* 24:141-161.
- . 1995b. "Consumption as the Vanguard of History." Pp. 1-57 in *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies, Material Cultures*, editat de D. Miller. London, New York: Routledge.
- . 1995c. "Consumption Studies as the Transformation of Anthropology." Pp. 264-295 in *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies, Material Cultures*, editat de D. Miller. London, New York: Routledge.
- . 1998a. "Coca-Cola: a black sweet drink from Trinidad." Pp. 169-188 in *Material Cultures. Why some Things Matter?*, editat de D. Miller. London: UCL Press.
- . 1998b. *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- . 2001. "The Poverty of Morality." *Journal of Consumer Culture* 1(2):225-243.
- . 2005. "A fogyasztás mítoszai." *Replika* 51-52:239-256.

- Miller, Daniel, Jackson Peter, Nigel Thrift, Beverley Holbrook, și Michael Rowlands. 1998. *Shopping, Place, and Identity*: Routledge.
- Mincu, Iulian. 1978. *Alimentația rațională a omului sănătos*. București: Editura medicală.
- Mintz, Sidney. 1986. *Sweetness and Power. The Place of Sugar in MODern History*. New York: Penguin Books.
- . 2006a. "Food at Moderate Speeds." Pp. 3-12 in *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*, editat de R. Wilk. New York: Altamira Press.
- . 2006b. "Food at Moderate Speeds." Pp. 3-11 in *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System* editat de R. Wilk. New York: Altamira Press.
- Möhring, Mahren. 2008. "Transnational Food Migration and the Internalization of Food Consumption: Ethnic Cuisine in West Germany." Pp. 129-152 in *Food and Globalization. Consumption, Markets and Politics in the Modern World*, editat de A. Nützenadel și F. Trentmann. Oxford: Berg.
- Montanari, Massimo. 2003. *Foamea și abundența. O istorie a alimentației în Europa*. Iași: Polirom.
- Mucchielli, Alex, ed. 2002. *Dicționar de metode calitative în științele umane și sociale*. Iași: Polirom.
- Murcott, Anne. 1999. "Scarcity in Abundance: Food and Non-Food." *Social Research* 66(1):305-339.
- Nützenadel, Alexander și Frank Trentmann. 2008. "Food and Globalization. Consumption, Markets and Politics in the Modern World." Oxford: Berg.
- Ortner, Sherry B. 1984. "Theory in Anthropology since the Sixties." *Comparative Study of Society and History* 26(1):126-166.
- . 1995. "Resistance and the Problem of Ethnographic Refusal." *Comparative Study of Society and History*:173-193.
- Parrot, Nicholas, Natasha Wilson, și Jonathan Murdoch. 2002. "Spatializing Quality: Regional Protection and the Alternative Geography of Food." *European Urban and Regional Studies* 9(3):241-261.
- Parry, Jonathan și Bloch, Maurice. 1989. "Introduction: Money and the Morality of Exchange." Pp. 1-32 in *Money and the Morality of Exchange*, editat de M. B. a. J. Parry. New York: Cambridge University Press.

- Patino, Jennifer. 2002. "Chocolate and Cognac: Gifts and the Recognition of Social Worlds in Post-Soviet Russia." *Ethnos* 67(3):345-368.
- Patino, Jennifer și Melissa L. Caldwell. 2002. "Consumers Exiting Socialism: Ethnographic Perspectives on Daily Life in Post-Communist Europe." *Ethnos* 67(3):285-294.
- Portes, Alejandro. 2010. *Economic Sociology. A Systematic Inquiry*. Oxford: Princeton University Press.
- Radu, Cosmin. 2001. "Da la Crângeni-Teleorman spre Spania: antreprenoriat, adventism și migrație cicularie." *Sociologie românească* 1-4: 215-231.
- Richards, Audrey I. 1939. *Land, labour and diet in Northern Rhodesia*. London: Oxford University Press.
- Rotariu, Traian. 2003. *Demografie și sociologia populației*. Iași: Polirom.
- Rozin, Paul. 1999. "'Food Is Fundamental, Fun, Frightening, and Far-Reaching.'" *Social Research* 66(1):9-30.
- Sahlins, Marshall. 1972a. "The Original Affluent Society." in *Stone Age Economics*, London: Tavistock.
- . 1972b. *Stone Age Economics*. Chicago: Aldine.
- . 1998. "Two or Three things that I Know About Culture." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 5:399-421.
- . 2001. "Mâncarea ca un cod simbolic." Pp. 89-95 in *Cultură și societate. Dezbateri contemporane*, editat de J. C. Alexander și S. Seidman. Iași: Institutul European.
- Sampson, Steven L. 1995. "All is Possible, Nothing is Certain: The Horizons of Transition in a Romanian Village." Pp. 159-176 in *East European Communities: The Struggle for Balance in Turbulent Times*, editat de D. L. Kideckel. Boulder, Colorado: Westview Press.
- . n.d. "Money Without Culture, Culture Without Money: Eastern Europe's Nouveaux Riches."7-29.
- Sandu, Dumitru. 2000. "Migrația circularie ca strategie de viață." *Sociologie românească* 2: 5-29.
- Silverman, David. 2004. *Interpretarea datelor calitative. Metode de analiză a comunicării, textului și interacțiunii*. Iași: Polirom.
- Simányi, Léna. 2005. "Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe." *Replika* 51-52:165-195.

- Slater, Don. 2005. "A fogyasztói kultúra körvonalai." *Replika* 51/52:197-205.
- Stanciu, Mariana. 2001. "Principalele tendințe manifeste în consumul populației în anii tranziției." *Calitatea vieții* XII(1-4):73-93.
- . 2004. "Caracteristici definitorii ale modelului de consum mediu românesc actual." *Calitatea vieții* XV (1-2):1-19.
- . 2010. "Consumul populației din România în ultimele două decenii." *Calitatea vieții* 3-4:251-273.
- Turner, Victor. 1969. *The Ritual Process. Structure and Anti-Structure*. New York: Aldin de Gruyter.
- van Dijk, Teun A. 1985. *Handbook of Discourse Analysis*. London: Academic Press.
- . 1987. *Communicating Racism. Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. London: Sage Publications.
- . 2008. *Discourse and Power*. New York: Palgrave.
- van Dijk, Teun A. 1993. *Elite Discourse and Racism*. London: Sage Publications.
- Verdery, Katherine. 1994. *Compromis și rezistență. Cultura română sub Ceaușescu*. București: Humanitas.
- . 1996. *What Was Socialism and What Comes Next?*, Editat de S. B. Ortner, N. B. Dirks, și G. Eley. Princeton: Princeton University Press.
- Visser, Margaret. 1999. "Food and Culture: Interconnections." *Social Research* 66:117-130.
- Voicu, Bogdan. 2005. *Penuria pseudo-modernă a postcomunismului românesc*. București: Editura Expert Projects.
- Vörös, Miklós. 1999. "Navigating Malls and Markets: Mimesis and Alterity in Capitalist Hungary." *Caietele tranziției*:104-106.
- Warde, Alan. 1997. *Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London: Sage.
- Wilk, Richard. 1999. "'Real Belizean Food': Building Local Identity in the Transnational Caribbean." *American Anthropologist* 101(2):244-255.
- . 2001. "Consuming Morality." *Journal of Consumer Culture* 1(2):245-260.
- . 2002. "When Good Theories Go Bad: Theory in Economic Anthropology and Consumer Research." Pp. 239-250 in *Theory in Economic Anthropology*, editat de Jean Ensminger. Walnut Creek: Altamira Press.

- . 2004. "Morals and Metaphors." Pp. 11-26 in *Elusive Consumption*, editat de K. M. Ekström și H. Brembeck. Oxford: Berg.
- . 2006. *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*. Pp. 268. New York: Altamira Press.
- Wilk, Richard și Lisa Cligett. 2007. *Economies and Cultures: Foundations of Economic Anthropology*. Wesview.
- Wodak, Ruth și Paul Chilton. 2005. *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis. Theory, Methodology and Interdisciplinarity*. Amsterdam: John Benjamins B.V.
- Zamfir, Cătălin și Vlăsceanu, Lazăr. 1993. *Dicționar de sociologie*. București: Babel
- Zentai, Violetta. 1996. "A fogyasztás kultúrája és a történelem." *Replika* 21-22:139-159.
- . 2003. "Loss or Overproduction of Culture." Pp. 15-25 in *Breaking the Wall*, editat de E. Magyari-Vincze, V. Anăstăsoaie, C. Könczei, și O. Pecican. Cluj: EFES.
- Zizek, Slavoj. 2003. *Tarrying with The Negative*. London: Duke University Press.