

# Cuprins

<b>Introducere</b> .....	9
--------------------------	---

*Teodor Mihai Negrea (1.1, 1.3) și Lelia Voinea (1.2, 1.4)*

<b>1. Cultura – concept și elemente fundamentale</b> .....	13
1.1 Cultură și civilizație – delimitări și similitudini conceptuale .....	13
1.2 Considerații privind originea și rolul culturii .....	19
1.3 Trăsături și caracteristici definitorii ale culturii .....	23
1.4 Diversitatea culturală.....	27

*Teodor Mihai Negrea (2.1) și Lelia Voinea (2.2, 2.3)*

<b>2. Dimensiuni definitorii ale culturii consumatorului</b> .....	35
2.1 Influența elementelor de ordin cultural asupra comportamentului consumatorilor.....	35
2.2 Cultura consumatorului – perspective teoretice și implicații practice.....	43
2.3 Domenii de interes în teoria culturii consumatorului .....	53

*Lelia Voinea*

<b>3. Principalele faze ale evoluției societății de consum</b> .....	70
3.1 Originile societății de consum .....	70
3.2 Faza I a consumului de masă: începutul democratizării consumului .....	74
3.3 Faza a II-a a consumului de masă: societatea abundenței .....	79
3.4 Faza a III-a a consumului de masă: societatea de hiperconsum .....	85

*Lelia Voinea*

<b>4. Globalizarea culturii consumului</b> .....	95
4.1 Globalizarea – convergență și hibridare culturală. ....	95
4.2 Impactul capitalismului și al americanizării asupra globalizării culturii consumului.....	100
4.3 Mcdonaldizarea – proces major al globalizării culturii consumului .....	104
4.4 Mcdonaldizarea – formă a imperialismului cultural.....	115

*Teodor Mihai Negrea*

<b>5. Particularități ale consumului în lumea bunurilor de lux</b> .....	118
5.1 Demersuri teoretice privind definirea luxului .....	118
5.2 Considerații privind paradoxurile din lumea luxului.....	125
5.3 De la teoria clasei de lux la piramida luxului .....	130
5.4 Cadrul conceptual al factorilor ce influențează intențiile de cumpărare pe piața luxului.....	134
5.5. Luxul în era digitală .....	140

*Lelia Voinea*

<b>6. Spațialitatea consumului și dependența de shopping</b> .....	145
6.1 Precursori ai actualelor contexte de consum și puterea socială a acestora .....	145
6.2 Mallul – „catedrală a consumului” contemporan .....	166

*Teodor Mihai Negrea*

<b>7. Reperे în producerea de bunuri și consumul lor responsabil</b> .....	175
7.1 Consumatorul etic și responsabilitatea socială a acestuia .....	175
7.2 Consumerismul etic – punct de referință al unui comportament de consum responsabil .....	177
7.3 ”Fairtrade” și ”Rainforest” – garanția unor practici agricole și comerciale echitabile.....	183

*Lelia Voinea*

<b>8. Cultura alimentară – element central al identității etnice</b> .....	190
8.1 Atitudini și obiceiuri alimentare în istoria civilizației (Antichitatea și Evul Mediu).....	190
8.2 Mutații în cultura alimentară în Perioada Modernă.....	201
8.3 Supraconsum și foamete – poli ai alimentației contemporane .....	204
8.4 Slow Food – fundamentul noii gastronomii etice .....	210

<b>Bibliografie</b> .....	229
---------------------------	-----

<b>Introduction</b> .....	243
---------------------------	-----

<b>Contents</b> .....	245
-----------------------	-----