

中国社会科学院大学消费社会学课程大纲

课程基本信息 (Course Information)					
课程编号 (Course ID)	102142021072	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	消费社会学				
	The Sociology of Consumption				
先修课程 (Prerequisite Courses)					
*课程简介 (Description)	课程意义：社会学提供了理解经济社会生活的独特而又重要的视角，区别于其他学科，基于社会结构和社会关系等独特研究范式，从物质与文化、微观与宏观等多个维度和层次理解消费实践和消费者。 课程目标： (1) 了解消费社会学的发展以及与相关学科的关系，丰富和拓展社会科学基础知识。 (2) 掌握消费社会学重要概念和理论工具，能够从消费社会学视角解读社会现象 (3) 结合消费社会学理论和社会学研究方法，能够提出研究问题、进行研究设计和探讨研究发现 主要教学内容：消费社会学重要理论和重要议题、当代消费社会学发展与应用、跨学科视角下的消费社会学发展 主要教学方法：教师授课、客座演讲、小组作业、课堂讨论、视频教学等 基本要求：学生在课堂上要求记笔记、积极提问和参与讨论，课外应完成一定量的文献阅读和完成两次小组作业，呈现形式为课堂 Presentation 和讨论，并参加期末考试。				
*课程简介 (Description)	Course significance: Sociology provides a unique and important perspective for understanding economic and social life. It is different from other disciplines. Based on the unique research paradigms such as social structure and social relations, it understands consumption practices and consumers from multiple dimensions and multiple levels including material and culture, micro and macro. Course objectives: (1) Understand the development of consumer sociology and its relationship with related disciplines, and enrich and expand students' basic knowledge of social science. (2) Master the important concepts and theoretical tools of the sociology of consumption, and be able to interpret social phenomena from the perspective of the sociology of consumption (3) Combine theories of the sociology of consumption and sociological research methods, students can raise research questions, conduct research design and explore research findings. Main teaching contents: important theories and topics of the sociology of consumption, development and application of the sociology of consumption in contemporary society, and development of the sociology of consumption from the interdisciplinary perspective				

	Main teaching methods: teacher teaching, guest lecture, group study / practice, classroom discussion, etc Basic requirements: students are required to take notes, actively ask questions and participate in discussions in class; after class, students should complete a certain amount of literature reading and group assignments in the form of group presentation and discussion, and participate in the final examination.
*教材 (Textbooks)	王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 Warde, Alan 2017, <i>Consumption: A Sociological Analysis</i>. London: Palgrave Macmillan.
参考资料 (Other References)	布尔迪厄，皮埃尔：《区分：判断力的社会批判（上下册）》，北京：商务印书馆，2015 年。 戴慧思：《中国都市消费革命》，北京：社会科学文献出版社，2006 年。 凡伯伦：《有闲阶级论》，北京：商务印书馆，1964 年。 费瑟斯通，迈克：《消费文化与后现代主义》第 1 版，南京：译林出版社，2000 年。 李培林：《中国式现代化和新发展社会学》，《中国社会科学》2021 年第 12 期。 诺德豪斯，威廉：《绿色经济学》，北京：中信出版社，2022 年。 塞勒，理查德，卡斯·桑斯坦：《助推：如何做出有关健康财富与幸福的最佳决策（第 3 版）》，北京：中信出版社，2018 年。 所罗门，迈克尔：《消费者行为学（第 12 版）》，北京：中国人民大学出版社，2018 年。 王宁：《地方消费主义、城市舒适物与产业结构优化——从消费社会学视角看产业转型升级》，《社会学研究》2014 年第 4 期。 王宁等：《消费社会学的探索——中、法、美学者的实证研究》，北京：人民出版社，2010 年。 周怡：《文化社会学：经典与前沿》，北京：北京大学出版社，2022 年。 朱迪：《“宏观结构”的隐身与重塑：一个消费分析框架》，《中国社会科学》2023 年第 3 期。 朱迪：《品味与物质欲望：当代中产阶层的消费模式》，北京：社会科学文献出版社，2013 年。 Lury, Celia 2011, <i>Consumer Culture (2nd Edition)</i>. Polity Press. Miller, Daniel 1995, <i>Acknowledging Consumption: A Review of New Studies</i>. London: Routledge. Sassatelli, Roberta 2007, <i>Consumer Culture: History, Theory and Politics</i>. Los Angeles: SAGE Publications. Veblen, Thorstein 2009, <i>The Theory of the Leisure Class</i>. Oxford University Press. Warde, Alan 1990, “Introduction to the Sociology of Consumption.” <i>Sociology</i> 24(1): 001-004. Warde, Alan 2015, “The Sociology of Consumption: Its Recent Development.” <i>The Annual Review of Sociology</i> (41): 117-134.
*课程类别 (Course Category)	☐公共基础课/全校公共必修课 ☐通识教育课 ☐专业基础课 ☐专业核心课/专业必修课 ☒专业拓展课/专业选修课 ☐其他_____

*授课对象 (Target Students)	本科生	*授课模式 (Mode of Instruction)	☐ 线上，教学平台_____ ☐ 线下 ☒ 混合式 ☐ 其他 ☐ 实践类（70%以上学时深入基层）_
*开课院系 (School)	社会与民族学院	*授课语言 (Language of Instruction)	☒ 中文 ☐ 全外语_____ ☐ 双语：中文+_____（外语讲授不低于 50%）
*授课教师信息 (Teacher Information)	课程负责人 姓名及简介	朱迪，中国社会科学院社会学研究所研究员，中国社会科学院大学教授、博士生导师	
	团队成员 姓名及简介	无	
*考核方式 (Grading)	平时成绩：平时考勤和课堂展示占总成绩的 30%，课程要求学生全程到课，缺勤四分之一以上无法取得课程成绩； 期末成绩：期末考试以论文形式，占总成绩的 70%。		

***课程教学计划（Teaching Plan）** 填写规范化要求见附件

周次	周学时	其中					教学内容摘要 (必含章节名称、讲述的内容提要、实验的名称、教学方法、课堂讨论的题目、阅读文献参考书目及作业等)
		讲授	实验课	习题课	课程讨论	其他环节	
第一周	2						第一章 导论：什么是消费社会学 1、 不同学科视野下的消费研究 2、 消费社会学的研究范式和研究对象 3、 消费社会学的学术价值与社会价值 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 Warde, Alan 1990, "Introduction to the Sociology of Consumption." <i>Sociology</i> 24(1): 001-004. 作业：阅读文献、做读书笔记
第二周	2						第二章 消费社会学发展历史 1、 早期社会学家的消费研究 2、 消费社会学的诞生 3、 消费的文化转向 4、 消费的实践转向 5、 消费社会学在中国 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 凡伯伦：《有闲阶级论》，北京：商务印书馆，1964 年。 王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 Miller, Daniel 1995, <i>Acknowledging Consumption: A Review of New Studies</i> . London: Routledge. 【chapter 2&3】 作业：阅读文献、做读书笔记

第三周	2					第三章 消费文化与物质文化 1、消费文化分析：从法兰克福学派到伯明翰学派 2、消费与物质文化 3、符号逻辑与后现代理论 4、当代新兴消费文化 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 瑞泽尔，乔治：《赋魅于一个祛魅的世界：消费圣殿的传承与变迁》，北京：社会科学文献出版社，2015 年。 王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 Lury, Celia 2011, <i>Consumer Culture (2nd Edition)</i>. Polity Press. 作业：阅读文献、做读书笔记、助教答疑
第四周	2					第四章 品味、时尚与社会区分 1、品味社会学 2、经济资本与文化资本 3、作为社会机制的时尚 3、当代社会的文化区分 教学方法：教师授课、课堂研讨、视频教学 阅读文献参考书目： 布尔迪厄，皮埃尔：《区分：判断力的社会批判（上下册）》，北京：商务印书馆，2015 年。 朱迪：《消费社会学研究的一个理论框架》，《国外社会科学》2012 年第 2 期。 Warde, Alan 2017, <i>Consumption: A Sociological Analysis</i>. London: Palgrave Macmillan. 作业：阅读文献、做读书笔记
第五周	2					第五章 消费与认同 1、认同作为社会学概念 2、个体认同与消费 3、社会认同与消费 4、消费认同的变迁 教学方法：教师授课、课堂研讨、案例教学 阅读文献参考书目： 王宁：《消费与认同——对消费社会学的一个分析框架的探索》，《社会学研究》2001 年第 1 期。 Warde, Alan 1994, “Consumption, Identity-Formation and Uncertainty.” <i>Sociology</i> 28(4): 877-898. 作业：阅读文献、做读书笔记、助教 tutorials/QA
第六周	2					第六章 消费革命与浪漫伦理 1、工业革命与消费革命 2、想象的享乐主义与浪漫伦理 3、自我导向与他人导向的消费伦理 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 朱迪：《品味与物质欲望：当代中产阶层的消费模式》，北京：社

						会科学文献出版社，2013 年。 Trentmann, Frank 2004, “Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption.” <i>Journal of Contemporary History</i> 39(3). Campbell, Colin 2018, <i>The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism: New Extended Edition</i>. Palgrave Macmillan Cham. 作业：阅读文献、做读书笔记
第七周	2					第七章 消费与实践理论 1、实践理论的历史发展 2、消费实践、技术与供给系统 3、从表达性消费到普通消费 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 理查德·泰勒、卡斯·桑斯坦, 2015, 《助推：如何做出有关健康、财富与幸福的最佳决策》，中信出版社。 王宁：《地方消费主义、城市舒适物与产业结构优化——从消费社会学视角看产业转型升级》，《社会学研究》2014 年第 4 期。 朱迪：《“宏观结构”的隐身与重塑：一个消费分析框架》，《中国社会科学》2023 年第 3 期。 Warde, Alan 2017, <i>Consumption: A Sociological Analysis</i>. London: Palgrave Macmillan. 作业：阅读文献、做读书笔记、小组作业、助教 tutorials/QA
第八周	2					第八章 消费与社会习俗 1、消费与家庭（子女教育、家庭结构） 2、消费与性别（家庭性别分工） 3、消费与代际（Z 世代、老龄化） 4、消费与社会文化习俗 教学方法：教师授课、课堂研讨、视频教学 阅读文献参考书目： 王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 朱迪、陈蒙：《城市中产家庭的子女品味培养与文化资本再生产》，《社会科学》2021 年第 4 期。 朱迪：《“宏观结构”的隐身与重塑：一个消费分析框架》，《中国社会科学》2023 年第 3 期。 Miller, Daniel 1998, <i>A Theory of Shopping</i>. Polity Press. 作业：阅读文献、做读书笔记、小组作业
第九周	2					小组汇报（分组做展示）：青年消费研究（具体选题自主设计） 提交 PPT
第十周	2					第九章 消费与不平等 1、消费不平等与收入不平等 2、消费与社会再生产 3、中产阶层的消费模式 4、消费不平等与高质量发展

						教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 李培林、崔岩：《我国 2008—2019 年间社会阶层结构的变化及其经济社会影响》，《江苏社会科学》2020 年第 4 期。 朱迪、龚顺：《宏观供给、社会经济地位与居民消费——基于全国调查数据的实证分析》，《社会学研究》2023 年第 6 期。 萨维奇，迈克等：《21 世纪英国的社会阶级》，北京：社会科学文献出版社，2021 年。 作业：阅读文献、做读书笔记
第十一周	2					第十章 中国社会消费模式变迁 1、历史：我国不同社会发展阶段和消费特征 2、当前：白领社会的消费模式特征 3、未来已来：互联网发展与“自由职业社会” 4、总结：不同社会发展阶段的消费模式变迁 教学方法：教师授课、课堂研讨 阅读文献参考书目： 戴慧思：《中国都市消费革命》，北京：社会科学文献出版社，2006 年。 李培林：《中国式现代化和新发展社会学》，《中国社会科学》2021 年第 12 期。 朱迪：《新中产与新消费：互联网发展背景下的阶层结构转型与生活方式变迁》，北京：社会科学文献出版社，2020 年。 作业：阅读文献、做读书笔记、助教答疑
第十二周	2					第十一章 可持续消费与伦理消费 1、可持续消费及社会学研究视角 2、消费、政治与伦理消费 3、中国语境下的可持续消费与伦理消费 教学方法：教师授课、课堂研讨、案例教学 阅读文献参考书目： 诺德豪斯，威廉：《绿色经济学》，北京：中信出版社，2022 年。 Warde, Alan 2017, <i>Consumption: A Sociological Analysis</i>. London: Palgrave Macmillan. 作业：阅读文献、做读书笔记
第十三周	2					第十二章 消费、技术与数字新型消费 1、数字时代的消费者行为研究 2、数字消费的社会学研究视野 3、中国背景下的数字消费发展 教学方法：教师授课、客座教师授课、课堂研讨、案例教学 阅读文献参考书目： 卢泰宏、周懿瑾：《消费者行为学：洞察中国消费者（第 4 版）》，北京：中国人民大学出版社，2021 年。 王宁：《分享经济的社会建构》，《中国社会科学》2021 年第 11 期。 所罗门，迈克尔：《消费者行为学（第 12 版）》，北京：中国人民大学出版社，2018 年。 作业：阅读文献、做读书笔记、助教答疑

第十四周	2					第十三章 消费者权益与消费者保护 1、 交易关系中的消费者弱势 2、 消费者权益、消费者保护与消费者运动 3、 企业社会责任与消费者保护 4、 消费教育与消费者赋能 教学方法：教师授课、客座教师授课、专题研讨 阅读文献参考书目： 诺德豪斯，威廉：《绿色经济学》，北京：中信出版社，2022 年。 王宁：《消费社会学（第二版）》，社会科学文献出版社，2011 年。 吴金海：《从“物”到“时间”：消费的新转向与资本逻辑的“变脸”》，《天津社会科学》2023 年第 3 期。 Edmans, Alex 2020, <i>Grow the Pie: How Great Companies Deliver Both Purpose and Profit</i>. Cambridge University Press. 作业：阅读文献、做读书笔记、小组作业
第十五周	2					小组汇报（分组做展示）：可持续消费研究（具体选题自主设计） 提交 PPT
第十六周	2					第十四章 消费社会学的未来与展望 1、 消费与阶级重构 2、 人工智能与大数据时代的消费 3、 消费与人的发展 4、 消费社会学对我国的实践意义 教学方法：教师授课、专题研讨 作业：阅读文献、做读书笔记
总计	3 2					（教学方法包含讲授法、专题研讨、案例教学、视频教学、课堂汇报、课后实践等）
备注（Notes）						