

课程详述

COURSE SPECIFICATION

以下课程信息可能根据实际授课需要或在课程检讨之后产生变动。如对课程有任何疑问，请联系授课教师。

The course information as follows may be subject to change, either during the session because of unforeseen circumstances, or following review of the course at the end of the session. Queries about the course should be directed to the course instructor.

1.	课程名称 Course Title	消费文化与当代社会 Consumption Culture and Contemporary Society
2.	授课院系 Originating Department	社学科学中心 Center for Social Sciences
3.	课程编号 Course Code	SS025
4.	课程学分 Credit Value	2
5.	课程类别 Course Type	通识选修课程 General Education (GE) Elective Courses
6.	授课学期 Semester	春季 Spring
7.	授课语言 Teaching Language	中英双语 English and Chinese
8.	授课教师、所属学系、联系方式 (如属团队授课, 请列明其他授课教师) Instructor(s), Affiliation & Contact (For team teaching, please list all instructors)	张静红 Jinghong ZHANG 社会科学中心副教授 Associate Professor at Center for Social Sciences 联系方式 Contact: zhangjh3@sustech.edu.cn
9.	实验员/助教、所属学系、联系方式 Tutor/TA(s), Contact	无 NA
10.	选课人数限额(可不填) Maximum Enrolment (Optional)	60

11. 授课方式 Delivery Method	讲授 Lectures	习题/辅导/讨论 Tutorials	实验/实习 Lab/Practical	其它(请具体注明) Other (Please specify)	总学时 Total
学时数 Credit Hours	32				32
12. 先修课程、其它学习要求 Pre-requisites or Other Academic Requirements	无 NA				
13. 后续课程、其它学习规划 Courses for which this course is a pre-requisite	无 NA				
14. 其它要求修读本课程的学系 Cross-listing Dept.	无 NA				

教学大纲及教学日历 SYLLABUS

15. 教学目标 Course Objectives

本课程以消费文化为窗口，引导学生洞见其背后所蕴含的广阔的社会和文化含义。从具体案例出发，我们可以了解到生活消费所附著的象征意义、特别是身份认同的问题，学生将学习将显性的生活消费习惯和隐性的社会事项相联系，包括：宗教、性别、种族、阶层、现代性、国家建构、全球化和地方化、味觉和记忆、环境保护等。通过以小见大、举一反三的案例阅读和理论分析，学生将习得如何透过熟悉的每日生活来进行较深层次的文化解读和批判，并可望在将来的工作中为社会生活及消费的良性发展提供自己的反思、建议和行动。

This course uses food and consumption as a lens for students to see broad social and cultural issues. Through concrete case studies, they will perceive the symbolic meanings attached to food and consumption, in particular the construction of identity. Diverse social and cultural issues will be covered including religion, gender, ethnicity, class, modernity, nationalism, globalization and localization, taste and memory, and environment protection, etc. By studying rich examples and theories, students will gradually learn how to understand and interpret everyday life with reflection and criticism, and to provide advice and actions to facilitate the positive development of our social life and consumption.

16. 预达学习成果 Learning Outcomes

本课程预期让学生掌握以下知识和方法：

- 接触到消费文化和当代社会的典型案例。
- 将具体案例和代表性的消费理论相联系的能力。
- 针对身边切实可见的新案例，联系所学进行独立分析和解读。

Upon successful completion, students will be able to:

- Touch upon ample and typical cases on food and consumption worldwide.
- Grasp the basic skills of relating concrete examples to accordant theories.
- Acquire the ability of analysing new cases from everyday life.

17. 课程内容及教学日历（如授课语言以英文为主，则课程内容介绍可以用英文；如团队教学或模块教学，教学日历须注明主讲人）

Course Contents (in Parts/Chapters/Sections/Weeks. Please notify name of instructor for course section(s), if this is a team teaching or module course.)

◆ 每一讲 2 学时，共计 32 学时

第一讲 导论 Introduction

- 1、学习意义
- 2、课程安排及考核要求
- 3、推荐文献和案例

第二讲 消费文化的关键词：身份认同 The Key Concept: Identity

- 1、什么是身份认同
- 2、身份认同与消费
- 2、身份认同的显性和隐性

第三讲 消费的全球化和地方化 Globalization and Localization

- 1、全球化和地方化的含义
- 2、全球化和地方化的互动
- 3、以麦当劳为例

第四讲 消费的现代性 Consumption and Modernity

- 1、现代性的产生
- 2、现代性与后现代性
- 3、生产者和消费者

第五讲 消费的宗教性 Consumption and Religion

- 1、理解禁忌
- 2、宗教对饮食和消费的形塑
- 3、宗教消费的时尚化

第六讲 消费的民族性 Food, Consumption and Ethnicity

- 1、消费的国族边界
- 2、民族主义与日常生活
- 3、以茶文化为例

第七讲 消费的性别 Consumption and Gender

- 1、消费也有性别
- 2、消费和个人主义
- 3、性别消费的新动向

第八讲 期中考核讨论和检查 Mid-term Examination

第九讲 消费和旅游 Consumption and Tourism

- 1、旅游什么、消费什么？
- 2、旅游与身份寻找
- 3、现代旅游的正面和负面意义

第十讲 饮食消费和“正宗性” Food, Consumption and Authenticity

- 1、“正宗性”概念的源起
- 2、被建构的“正宗”
- 3、以法国葡萄酒的“风土”为例

第十一讲 消费和阶层 Consumption and Class

- 1、餐桌上的阶层
- 2、区隔
- 3、显著消费

第十二讲 品味和感官 Taste and Senses

- 1、品味的多重含义
- 2、消费感官的多样性

3、消费感官的表达

第十三讲 消费和记忆 Consumption and Memory

- 1、记忆对消费习惯的重要
- 2、关于怀旧
- 3、记忆的再建构

第十四讲 消费和环境 Consumption and Environment

- 1、从生产到消费的食物链
- 2、环境危机
- 3、城市化

第十五课 总结 Conclusion

- 1、课程回顾
- 2、期末考核论题讨论

第十六课 期末考核 Final-term Examination

18. 教材及其它参考资料 Textbook and Supplementary Readings

教材

[美] 西敏司著, 林为正译, 2015, 饮食人类学: 漫话餐桌上的权力和影响力, 北京: 电子工业出版社。

[日] 堤清二著, 朱绍文译, 1998, 消费社会批判, 北京: 经济科学出版社。

王宁, 2011, 消费社会学, 北京: 经济科学出版社。

乔淑英, 2011, 中国饮食文化概论, 北京: 北京理工大学出版社。

Appadurai, Arjun. ed. 1986. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge; New York: Cambridge University Press.

Belasco, Warren, and Philip Scranton. 2002. *Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies*. New York; London: Routledge.

Counihan, Carole, and Penny Van Esterik, eds. 2008. *Food and Culture: A Reader*. New York: Routledge.

Farquhar, Judith. 2002. *Appetites: Food and Sex in Postsocialist China*. Durham, NC: Duke University Press.

Watson, L. J. ed. 1997. *Golden Arches East: McDonald's in East Asia* Stanford: Stanford University Press.

Miller, Daniel. 1997. *Material Cultures: Why Some Things Matter*. Chicago: University of Chicago Press.

Wu, David Y. H. and Sidney C. H. Cheung. eds. 2002. *The Globalization of Chinese Food*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

课程评估 ASSESSMENT

19. 评估形式 Type of Assessment	评估时间 Time	占考试总成绩百分比 % of final score	违纪处罚 Penalty	备注 Notes
出勤 Attendance				
课堂表现 Class Performance		30%		出勤及表现 Attendance and Participation
小测验 Quiz				
课程项目 Projects				
平时作业 Assignments				

期中考试 Mid-Term Test	30%		文献评述 Literature Review
期末考试 Final Exam	40%		小论文（2000字） Research Essay (around 2000 words)
期末报告 Final Presentation			
其它（可根据需要 改写以上评估方式） Others (The above may be modified as necessary)			

20. 记分方式 **GRADING SYSTEM**

- A. 十三级等级制 **Letter Grading**
 B. 二级记分制（通过/不通过） **Pass/Fail Grading**

课程审批 REVIEW AND APPROVAL

21. 本课程设置已经过以下责任人/委员会审议通过
This Course has been approved by the following person or committee of authority

