



課 綱 Course Outline
社會學系學士班

中文課程名稱 Course Name in Chinese	流行文化與消費社會				
英文課程名稱 Course Name in English	Fashion Culture and Consumer Society				
科目代碼 Course Code	SOC_20050	班 別 Degree	學士班 Bachelor's		
修別 Type	學程 Program	學分數 Credit(s)	3.0	時 數 Hour(s)	3.0
先修課程 Prerequisite					
課程目標 Course Objectives					
瞭解現代社會中消費活動之如何與為何，以及特別是「流行文化」對於我們消費活動所能產生的深遠影響。					
系教育目標 Dept.'s Education Objectives					
1	培養具有社會學知識、技能與態度之人才。 The graduates shall have basic sociological knowledge and skills in understanding social life.				
系專業能力 Basic Learning Outcomes				課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives	
A	關懷社會並具備社會分析之基礎知識 The students shall have elementary social analysis knowledge and care society.			●	
B	培養批判反省之能力 The students shall have critical thinking in understanding social conditions and their impacts on individuals.			○	
C	培養運用理論進行資料蒐集、調查分析及解釋之技能。 The students shall have ability in data collecting, survey conducting and data analysis .			●	
圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated					
課程大綱 Course Outline					
消費無所不在；每人每天都要消費。消費活動所以會時刻發生，似乎是因為我們若要想繼續活著，就必須在日常生活中滿足各式各樣的基本需求。然而，我們必須加以滿足的所謂基本需求，不僅從					

來沒有單一標準，更總是會在不同的時空中形成不同標準，甚至在特定時空下的單一社會內部形成不同標準。此外，在基本需求的領域之外進行一系列「不必要的」消費，例如喝一杯咖啡或買兩件衣服，早已成為現代社會中最不日常的日常生活。將一個個平凡無奇的日子營造成一個個意義非凡的慶典，也就成了包括你和我在內的所有人都難以逃脫的宿命。闡明現代社會中消費活動之如何與為何，以及特別是「流行文化」對於我們消費活動所能產生的深遠影響，可說就是本課程的核心目標。

為此，本課程除導論外，將分成四個部分來進行。第一部分討論消費之動力，並起碼會在個人、制度、以及結構等三種不同的層次上來闡明消費動力的不同根源。第二部分討論我們的消費對象是如何從自然過渡到文化，又從傳統文化過渡到流行文化，並在最終完成了從產品到商品、再到符號的形態變換。第三部分討論的是消費之場所，亦即特定消費活動藉以發生的時間與空間安排，包括百貨公司、大型遊樂場、觀光景點、住宅、以及各式各樣旨在滿足集體消費的基礎建設等。第四部分討論流行文化如何藉由主宰我們的消費活動，也同時主宰著我們的身體、我們的好惡、乃至於我們的整個國家。

資源需求評估（師資專長之聘任、儀器設備的配合．．．等）

Resources Required (e.g. qualifications and expertise, instrument and equipment, etc.)

無

課程要求和教學方式之建議

Course Requirements and Suggested Teaching Methods

依教師上課需求

其他

Miscellaneous