Please consult Intellectual Property Rights before making a photocopy. Please use the textbook of copyrighted edition.

②图玄束華大學

教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	流行文化與消費	社會		學年/學期 Academic Year/Se	112/2		
課程名稱(英文) Course Name in English	Fashion Culture and Consumer Society						
科目代碼 Course Code	SOC_20050	系級 Department 學二 (& Year		開課單位 Course-Offering Department		社會學系	
修別 Type	學程 Program	學分數/時 Credit(s)/Hou		3.0/3.0			
授課教師 Instructor	/林子新						
先修課程 Prerequisite							

課程描述 Course Description

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。

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。

		課程目標與系專業能 力相關性
	系 專業能力	Correlation between
	Basic Learning Outcomes	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.	•
В	培養批判反省之能力The students shall have critical thinking in understanding social conditions and their impacts on individuals.	0
С	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

授課進度表 Teaching Schedule & Content

週次Week	內容 Subject/Topics	備註Remarks
1	導論:消費之如何與為何	
2	消費之個人動機	

3	消費之制度形塑					
4	消費之結構動力					
5	自然與文化					
6	傳統文化與流行文化					
7	春節連假,不上課!					
8	產品與商品					
9	期中考試週 Midterm Exam,不上課!					
10	商品與符號					
11	百貨公司、連鎖商店、大賣場、大型遊樂園					
12	旅遊與觀光景點					
13	住宅					
14	基礎建設					
15	消費之品味與國際政治					
16	期末考試週 Final Exam					
17	回顧與檢討					
18	彈性上課!					
	教 學 策 略 Teaching Strategies					
✓ 課堂講	授 Lecture 分組討論Group Discussion 參觀實習	Field Trip				
其他Mi	scellaneous:					
	th 網 Al th A to Tanahing Calif Funding					
創新粉學(教學創新自評 Teaching Self-Evaluation Innovative Teaching)					
	向學習(PBL) 解決導向導	基型(SRI)				
	室 Flipped Classroom	F H (ODL)				
	Social Responsibility)					
	踐Community Practice 產學合作 Industy-Academia Cooperati	ion				
跨域合作(Transdisciplinary Projects)						
l	學Transdisciplinary Teaching 跨院系教學Inter-collegiate Teaching	r				
業師合	授 Courses Co-taught with Industry Practitioners					
其它 othe	r:					

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
Items		測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績(含出缺席) General Performance (Attendance Record)	40%								課堂參與
期中考成績 Midterm Exam									
期末考成績 Final Exam	60%								選擇題
作業成績 Homework and/or Assignments									
其他 Miscellaneous									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

教科書與參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明)

Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.)

- 1. 彼得·柯睿耿 (2010) 王宏仁 譯 消費社會學。台北市:群學。
- 2. 高宣揚(2002)流行文化社會學。台北市:揚智文化事業股份有限公司。
- 3. Louise Crewe (2017) The geographies of fashion: Consumption, space, and value. Bloomsbury.
- 4. Patrik Aspers and Fre de fic Godart (2013) Sociology of Fashion: Order and Change. Annual Review of Sociology, 39: 171-92.
- 5. Diana Crane and Laura Bovone (2006) Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing. Poetics. 34(6): 319-33.
- 6. https://www.sociologyguide.com/sociology_of_fashion/index.php
- 7. http://thertlr.blogspot.com/2015/11/fashionology-sociology-of-fashion.html

課程教材網址(含線上教學資訊, 教師個人網址請列位於本校內之網址)

Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information.

Personal website can be listed here.)

線上課程網址:https://meet.google.com/hpt-ucfn-jtn

其他補充說明(Supplemental instructions)