



## 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/Semester	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 & Year	學二	開課單位 Course-Offering Department
修別 Type	學程 Program	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)	3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/林子新			
先修課程 Prerequisite				
課程描述 Course Description				
<p>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。</p> <p>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。</p>				
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				
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 Miscellaneous:

### 教學創新自評 Teaching Self-Evaluation

#### 創新教學(Innovative Teaching)

- 問題導向學習(PBL)
  團體合作學習(TBL)
  解決導向學習(SBL)  
 翻轉教室 Flipped Classroom
  磨課師 Moocs

#### 社會責任(Social Responsibility)

- 在地實踐 Community Practice
  產學合作 Industry-Academia Cooperation

#### 跨域合作(Transdisciplinary Projects)

- 跨界教學 Transdisciplinary Teaching
  跨院系教學 Inter-collegiate Teaching

- 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners

其它 other:

---

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments

配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		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 General Performance	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 ric 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](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)