

101 學年度第 1 學期消費地理學課程內容與進度

張峻嘉

課程名稱：消費地理學 Geographies of Consumption

上課時間、地點：星期四 7~9 節 (14:10~17:00)、九樓研討室

學分數：3 學分

課程目標及內容：本課程目的是讓修課同學瞭解消費地理學研究新趨勢，由原初社會、生產社會進到消費社會，故第一階段談原初社會的交換活動，第二階段談生產社會交換活動的特質及轉變（將於農業地理研討中論述），第三階段以物體系建構、消費社會交換活動為主軸，談消費空間、消費認同、連結與迴路、消費文化、後現在主義、文化商品化、購物行為社會性、選擇、最後論及仿真、符號與時尚等主題的討論。

課程授課內容大綱：

日期	課程內容	備註
13/09	課程介紹	
20/09	原初社會交換活動～象徵性交換	1
27/09		
04/10	物體系	2
11/10		
18/10	物質文化	3
25/10		
01/11	消費社會	4
08/11		
15/11		
22/11	消費地理	5
29/11		
06/12		
13/12	消費認同	6
20/12		
27/12	後現代與消費文化、消費行為～仿真、符號、時尚	7
03/01		
10/01		

上課及參考書目：

1. Mauss M.(1923-24) : Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans sociétés archaïques, année sociologique (汲喆譯 (2002) : 禮物, 人民出版社, 北京)
夏瑩 (2007) : 消費社會理論及其方法論導讀, 中國社會科學出版社, 北京, P.49-88
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.25-40、
孟悅、羅鋼主編 (2008) : 物質文化讀本, 北京大學出版社, 北京, P.1-58
2. Baudrillard J.(1968) : Le système des objets, Gallimard, Paris (林志明譯 (1997) : 物體系, 時報文化, 台北)
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.51-91
孟悅、羅鋼主編 (2008) : 物質文化讀本, 北京大學出版社, 北京, P.77-92、486-500
仰海峰 (2002) : 消費社會的物像結構—鮑德里亞「物體系」解讀, 哲學門 3 (2) : 192-212
3. Dant T. (1999) : Material culture in the social world, OUP, Buckingham (龔永慧譯 (2009) : 物質文化, 書林, 台北.)
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.397-427
孟悅、羅鋼主編 (2008) : 物質文化讀本, 北京大學出版社, 北京
4. Baudrillard J.著, 劉成富、全至鋼譯 (2001) : 消費社會, 南京大學出版社, 南京
Baudrillard J.著, 夏瑩譯 (2009) : 符號政治經濟學批判, 南京大學出版社, 南京
夏瑩 (2007) : 消費社會理論及其方法論導讀, 中國社會科學出版社, 北京, P.89-186
Ritzer G.著, 謝立中等譯 (2003) : 後現代社會理論, 華夏出版社, 北京, P.1-24, 103-126
5. Mansvelt J.(2005) : Geographies of consumption, Sage, London, P.1-31、56-79
Crewe L. (2000) : Geographies of retailing and consumption, Progress in human geography 24(2) : 275-290
(2001) : The besieged body geographies of retailing and consumption, Progress in human geography 25(4) : 629-640
(2003) : Geographies of retailing and consumption : Markets in motion, Progress in human geography 27(3) : 352-362
Cloke P.等編, 王志弘等譯 (2006) : 人文地理學概論, 巨流, 台北, P.155-165
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.428-459
6. Mansvelt J.(2005) : Geographies of consumption, Sage, London, P.80-100
Jackson P.(1999) : Consumption and identity: The cultural politics of shopping, European planning studies, 7 (1) : 25-39
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.3-24、41-50
Corrigan P.著, 王宏仁譯 (2010) : 消費社會學, 群學, 台北
姚建平 (2006) : 消費認同, 社會科學文獻出版社, 北京
7. Featherstone M.著, 劉精明譯(2000) : 消費文化與後現代主義, 譯林出版社, 南京
Kellner D.編, 陳維振等譯 (2004) : 波德里亞—一個批判性讀本, 江蘇人民出版社, 南京, P.51-85、113-170、239-266
Baudrillard J. (1976) : L'échange symbolique et la mort, Gallimard, Paris (車槿山譯 (2006) : 象徵交換與死亡, 譯林出版社, 南京) P.65-146
Baudrillard J.著, 洪凌譯 (1998) : 擬仿物與擬像 (仿真與擬像), 時報文化, 台北。
羅剛、王中忱編 (2003) : 消費文化讀本, 中國社會科學出版社, 北京, P.241-300

- 夏瑩 (2007): 消費社會理論及其方法論導讀, 中國社會科學出版社, 北京, P.187-235
- 鄭也夫 (2007): 后物欲時代的來臨, 人民出版社, 上海
- 戴阿寶 (2006): 終結力量, 中國社會科出版社, 北京, P.23-117, 184-214
8. 林志明 (2002): 布希亞: 社會學家或形上學家?, 歐美研究 32 (3): 469-497
9. Cloke P.等編, 王志弘等譯 (2006): 人文地理學概論, 巨流, 台北, P.408-422
10. Ritzer G.著, 謝立中等譯 (2003): 後現代社會理論, 華夏出版社, 北京, P.127-166
- Peck J. (2005): Economic Sociologies in Space, Economic Geography, 81 (2): 129-175
- Williams P. & all. (2001): Consumption,exclusion,emotion: the social geographies of shopping, Social & cultural geography, 2 (2): 203-220
11. Clarke I. & all. (2006): Retail restructuring and consumer choice 1. long term local changes in consumer behaviour portsmouth1980-2002, Environment and Planning A 38: 25-46
- Jackson P.(2006):Retail restructuring and consumer choice 2. Understanding consumer choice at the household level, Environment and Planning A 38: 47-67
12. Wilson B.M.(2005):Race in commodity exchange and consumption separate but equal, A.A.A.G. 95(3):587~606
13. Jackson P.(2002):Commercial cultures : Transcending the cultural and the economic, Progress in human geography 26(1): 3-18
14. Bridge G. & Dowing R. (2001): Microgeographies of Retailing and Gentrification, Australian Geographer, 32 (1): 93-107
15. Baudrillard J.(1976): L'échange symbolique et la mort, gallimard, paris (車槿山譯 (2006): 象徵交換與死亡, 譯林出版社, 南京) P.1-64
16. 毛文芳 (2002): 物的神話—晚明文震亨「長物志」的物體系論述, 中國文哲研究集刊, 中國文哲研究集刊, 20: 303-366

評量:

上課參與度 20%, 報告與提問 50%, 評論與回應 30%