



# 奇異果

## 社會參與期末總報告

彙報人：楊亞欣  
社會系大三

## 前言/PREFACE

初入奇異果，抱持一顆學習出版事務的心態進入，全然忘記自己是以「社會系」實習生身份進入，直到上了第一堂校內課社參後才憶起。

如今一學期已過，我參加了什麼，又從此學到什麼？



# 目錄

## CONTENTS



1

工作概述

2

心得

3

消費社會



# 工作概述

## 項目概況

- 粉絲團 - 新書活動宣傳
- 校稿 - 瀟湘神 新書
- 閱讀 - 《台漫不死》
- 行銷企劃 - 《台漫不死》
- 每兩週例行報告



# 工作概述



企

**行銷**

設計行銷方案不可只  
考慮讀者的接收度



校

**校稿**

從中發現編輯所需要的  
內容與讀者腳步仍有不同



報

**例行報告**

自發為書設計行銷企  
劃方案與文案



## 1 企劃設計

比預想還難。

自己做動畫影片仍需成本，還需注意  
請作家/畫家繪圖須注意侵權問題。

## 3 例行一報

初次報告，準備不周，偏向讀者心態。

後續報告，各有不同行銷宣傳方案，  
偏向編輯與出版社心態。

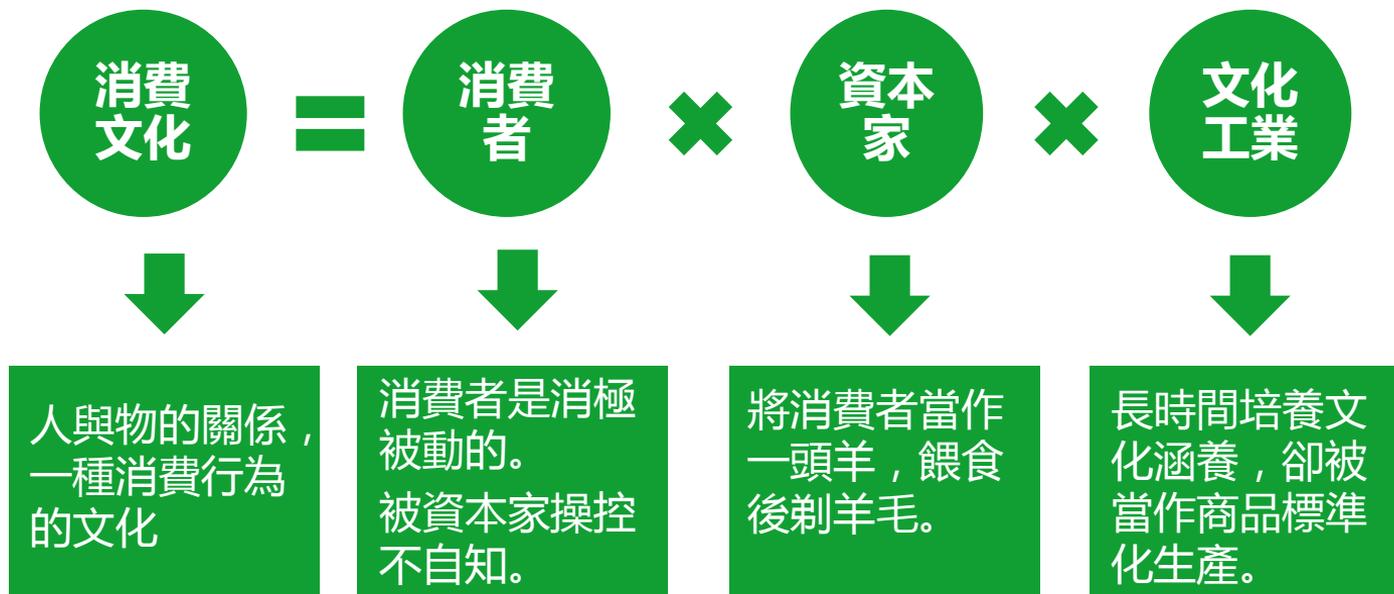
## 2 校稿

並非單純矯正錯字與潤稿

邏輯錯誤與畫面感亦是修改要素之一



# 消費社會 - 左派法蘭克福學派



# 消費社會 - 左派法蘭克福學派

## 歷史

台灣自甲午戰爭以後到解嚴前，處於出版知識自由限制壓抑，解嚴後大鳴大放，百家爭鳴，曾一度成為出版社的黃金時期。

## 異化

法蘭克福沿用馬克思的「異化」表示：當文化被當作商品標準化產出普及化，失去自身創造力，同時影響大眾被膚淺的文化商品吸引，不再關注其他嚴肅議題。

## 消費者

在消費文化中，消費者的角色定位有正反兩極。  
左派認為消費者是被動消費，盲目跟隨。  
「慾望他人的慾望」  
樂觀派認為消費者是主動選擇透過商品得到各種感官體驗。





謝謝您的觀看！

匯報人：楊亞欣