

<<消費社會學>>

图书基本信息

书名：<<消費社會學>>

13位ISBN编号：9789866525292

10位ISBN编号：9866525295

出版时间：2010/06/11

出版人：群學出版有限公司

作者：彼得．柯睿耿 Corrigan, Peter

译者：王宏仁

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<消費社會學>>

內容概要

這本書是寫給大學部學生閱讀的入門教科書，適合關心「消費與社會」的社會學、文化研究及通識課程使用。

一般討論消費的書籍多半充斥哲學術語，本書卻能兼顧歷史與理論，明暢易讀且逸趣橫生，迄今仍是最佳消費社會學導論。

本書的敘述軸線或可簡單描述為：消費如何變成一般人的日常經驗？

沿著這條軸線，作者首先說明消費社會的降臨，而後剖析各家經典理論，再以各種實例，趣談諸如購物與百貨公司、廣告、住家、食物與酒、觀光旅遊、身體、服飾與時尚流行等庶民生活的消費面向。全書於是乎清楚描繪出，資本主義不僅是生產的革命，而且是消費的革命。

作者除了為台灣版作序以外，更特別為台灣的讀者新撰一篇〈東亞地區的美食與旅遊：個案研究〉（第六章），盛情可感，尤為珍貴。

<<消費社會學>>

作者簡介

彼得·柯睿耿

都柏林大學社會學博士，歷任都柏林大學、斯德哥爾摩大學、英國基爾大學教授，目前執教於澳洲新英格蘭大學行為認知與社會科學院，開設課程為 消費社會學 及 媒體與社會 。

研究興趣主要為消費行為、美學社會學、質化研究、網路社會學與媒體。

擔任 社會學刊 (Journal of Sociology) 編輯多年，著有《消費社會學》(Sociology of Consumption)，《人要衣裝的社會》(The Dressed Society) 二書，皆由SAGE出版，並已被譯為義大利文與韓文等多種語言。

其著作為二十餘國五十所以上的大學列為指定讀物。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>