



图书基本信息



内容概要

「兩位編者先為學生帶來社會學與消費文化的基本概念，學生再以此基礎發揮他們的創意和心思，完成老師未必有興趣或時間接觸的題材，這不是「專題研習」最理想結果嗎？

」--Henryporter, 網誌《無神論者的巴別塔》作者

「本書亦可以讓中學生了解到，學問並不是遠離生活、沉悶的象牙塔文章，對生活習慣的觀察也是學問。

學問就是對人生的反思，與生活息息相關。

」--方潤, 網誌《方潤日記》作者



作者简介

陳政成 英國布里斯托大學社會政策學士，英國蘭卡斯特大學當代社會學碩士，香港科技大學人文社會科學學院哲學博士，香港學術及職業資歷評審局學科專家。
曾在大學教通識課程，研究旨趣涉獵文化與消費，全球化等相關議題。

姚偉雄 香港中文大學社會學系哲學碩士。

遠至上古洪荒之神話、近至最新熱賣動漫遊戲，實在至掌握於股掌的玩具精品、抽象至思維深處之符號與結構，皆屬研究範疇。

近著包括《玩具大不同》(與呂大樂合著)，文章散見於各雜誌及漫畫。

自設個人網誌《MOBILE ARMOR》，亦於電子期刊撰寫文章及出任網上電台嘉賓主持。

現為香港中文大學日本研究系助教。



书籍目录

目錄

1. 導論篇

第一章 我們為甚麼編這本書？

陳政成

第二章 消費考察：基本概念與個案分析 陳政成

第三章 消費的社會符號論(上)：流行文化的神話 姚偉雄

第四章 消費的社會符號論(下)：符號的生滅與社會新趨勢 姚偉雄

2. 節慶消費

第五章 當消費者也是消費工具：香港漫畫節再探 姚偉雄

第六章 聖誕老人與消費文化 劉家怡

3. 符號消費與商品

第七章 雲吞麵-論包裝式消費文化及文化中介人 馮國輝

第八章 iPod的流行消費文化 張雪玲

第九章 手提遊戲機文化-看PSP與NDSL之異同 區紹聰

第十章 PS3與Wii的消費文化和客戶層分析 杜瀚洋

第十一章 「長不大」的成人-Kidult 傑斗文化的社會現象 張曉文

4. 文化中介者

第十二章 比較蔡瀾與胡慧沖的旅遊文化 陳智祺

第十三章 Cosmopolitan打造的都會女性生活風格 李苑瑩

5. 品牌消費

第十四章 二線品牌 季蕊

第十五章 從迴轉壽司看消費 徐金偉

第十六章 H&M 香港分店的成功-論其成功背後的相對策略及文化意義 徐曉彤

第十七章 可口可樂的全球化、本土化以及收藏性 胡妙儀

第十八章 可口可樂、收藏品及本土文化 梁煒霖



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>