

概 念 書 房

Consumption

# 消費

Robert Bocock 著

張君玫 黃鵬仁 譯

「消費」在1980年代已逐漸成為社會學和社會理論的一個重要概念。它絕不是經濟學家、廣告公司、傳播媒體和市調公司的禁脔。

消費是跨現代、後現代的社會現象，往往被視為是由現代轉進後現代的縮影。以「需要」為基礎的「現代」消費逐漸被建立在「慾望」之上的「後現代」消費所取代。生活已經去中心化，生命的意義不再只是「工作」...

本書追述消費現象的興起與幻化，剖析消費與象徵、慾望、認同的關係，並綜合陳述馬克思、韋伯、齊美爾、弗洛伊德、衛伯倫、李維斯陀、葛蘭姆西、阿多諾、馬庫色、布希亞、拉岡、布厄迪等大師對於消費的理論觀點，讓我們對消費這個全球議題有個深入而淺出的觀照。

ISBN 957-732-055-4



9 789577 3205

封面設計：梁志成

◎ 巨流圖書公司印行

CONSUMPTION

消 費

Robert Bocock 著  
張君玫·黃鵬仁 譯

*Consumption*

Copyright © 1993 Robert Bocock

Originally Published by ROUTLEDGE

Chinese Language Copyright © 1995 Chu Liu Book Company

All Rights Reserved

國家圖書館出版品預行編目資料

消費 / Robert Bocock 著；張君玖，黃鵬仁譯。

--一版。--臺北市：巨流，1995〔民84〕

面；公分

譯目：Consumption

含索引

ISBN 957-732-055-4(平裝)

1. 消費

551.85

84013600

## 消 費

原 書：Consumption

原 著：Robert Bocock

譯 者：張君玖、黃鵬仁

出版者：巨流圖書有限公司

創辦人：熊 嶺

總編輯：陳巨擘

編輯部：106 台北市大安區溫州街48巷5號1F

電話：(02)23695250・23695680

傳真：(02)83691393

郵撥：郵政劃撥帳號01002323

E-mail: chuliu@ms13.hinet.net

<http://www.liwen.com.tw>

總經銷：麗文文化事業機構

地址：802 高雄市苓雅區泉州街5號

電話：(07)2261273

傳真：(07)2264697

出版登記證：局版台業字第1045號

ISBN 957-732-055-4 (平裝)

2003年7月一版五刷

定價：200元

版權所有，請勿翻印

本書如有破損、缺頁或倒裝，請寄回更換。

譯 者 簡 介

張君玫：美國紐約市立大學社會學博士候選人

黃鵬仁：國立政治大學民族研究所碩士

# 文化

*Cultural*

Chris Jenks 著

王淑燕、陳光達、俞智敏 合譯

---

文化是近年來相當流行的一個術語，但是其中蘊涵的概念卻非常複雜。本書作者認為要適切地理解文化，必須將文化置於整個思想傳統的脈絡中來討論，而非簡單的將文化視為一種現代的創造物或者新發現。

本書由哲學與文學的傳統檢討文化概念的起源，繼而從社會學的角度，討論文化與社會結構、社會行動、唯物主義的關係，以及探討文化的階層化與再生產的現象，最後並介紹文化與後現代主義、文化之間的異同，並且以實際的個案研究為例，說明作者所認為的文化觀點為何。

書類：社會學／文化研究

定價：280 元

# 文化的理念

## *The Idea of Culture*

泰瑞·伊格頓(Terry Eagleton) 著

林志忠 譯

「文化」一直被視為是英語世界中意義最複雜的詞彙之一，而當其做為「自然」的對立面時尤為其中之最。在Blackwell此一極為重要的新書系中，Terry Eagleton 本書的焦點在於區別「文化」的不同意義，並以此向一般讀者引介當代有關文化的重要辯論。

在這本相當於一篇重要宣言並且對新千禧年世界具有直接關連的書裡，Terry Eagleton 對後現代「文化主義」展開批判，主張須以文化與自然間更複雜的關係來替代，試圖由非自然主義式的觀點來恢復諸如人類天性等重要的概念。在本書中除了明白指出菁英主義的缺點之外，他強烈反對此一領域中頗為流行的民粹主義。此書針對為何「文化」在我們所處的時代中變的如此重要，對各種可信與不可信的原因進行根本的探究，同時以一種挑釁的意味主張，儘管「文化」具有重要意義，是將文化還其本來面目的時候了。

書類：社會學／文化研究

定價：250 元

## 文化研究在台灣

陳光興 主編

本書是第一本對台灣文化研究在過去十幾年間的實踐較為有系統的整理，除了各個次領域的文章外，也納入了不同立場及訓練評論人的不同觀點，以及論壇及資料性的彙編，企圖建構文化研究在台灣較為多元的圖像。此書提供了關心文化研究的讀者一個初步而簡要的地形圖，也期待這個場域能夠持續的複雜化。

內容有：文化研究在台灣到底意味著什麼；文化、再現與地方感—接合空間研究與文化研究的初步思考；空間研究的文化潮與“城鄉所”；異鄉的我們—從《異鄉客的我們》讀起；理論的異鄉人；文化研究的翻譯—初步考察；翻譯的文化政治與品管問題；當代台灣女性文化評論的過去(未)完成式/來進行式—豪爽、表演、聒噪、及其他；台灣女性主義文化批評；性政治中的主體、習性與結構—以何春蕤的性論述為線索；解放與壓抑的論爭；台灣同志研究的回顧與展望—一個關於文化生產的分析；同志研究「的」文化研究；「後殖民」的台灣演繹；九〇年代台灣電影文化研究論述—以《悲情城市》為例；文化研究與電影研究；媒體批評在台灣的發展；媒體批評與傳播體制；如何成立一個文化研究所—由交大「語言與文化研究所」談起；從「玷污」談起—在「中文系」上性別研究相關課程；分類未來；台灣近年來文化研究議題範疇分布；文化研究會議；文化研究課程；以主題排列；文化研究課程：以學科排列；九九年文化研究的回顧與展望研討會議程。

書類：社會學／文化研究

定價：350 元



# 文化消費與日常生活

*Cultural Consumption and Everyday Life*

約翰·史都瑞(John Storey) 著

張君玫 譯

文化消費是日常生活的重要活動之一：訴說了我們是怎樣的人，或者我們想要成為怎樣的人；消費可以產生並保持特定的生活風格；在失落的時候，可以給我們安慰，也可以作為功成名就的象徵；為我們的夢想提供素材，維繫社會差異和社會區分。對大多數人來說，消費就是文化的實踐。

本書以文化研究的後學科觀點來探討文化消費。提出一張文化消費的地圖，匯集各種相關的理論和研究，包括文學研究和哲學的接受理論，人類學和社會學的消費文化研究，以及媒體研究與社會學的媒體觀眾研究。

本書探討文化消費的歷史研究，簡述理論觀點，評論民俗誌的重要論著，綜覽近年來有關後現代主義、消費和認同的辯論。本書的最後一章，則以批判的角度，重新評估消費在文化研究持續不斷的發展中所佔有的地位。

書類：社會學／文化研究

定價：340 元

# 文化地理學

## *Cultural Geography*

Mike Crang 著

王志弘、余佳玲、方淑惠 合譯

---

文化在當代地理學，所謂的「文化轉向」帶來了一種關於地理學新的思考方式及新視野。「文化」一詞的定義是多樣而複雜的，但不論如何定義文化，都只有把文化鑲嵌於真實生活情境中，在特定的時空背景下，才能夠加以理解。文化地理學研究的就是文化的地點及空間差異，探討文化如何散佈於空間、如何讓空間有意義。

Mike Crang 分析了大量不同的事件及研究取向，透過各種尺度，思考國家、帝國與國族、公司與法人、商店與財貨、書籍與影片等等，在創造認同時扮演的角色。本書涉及了生活中的多樣性與多重性，涉及世界、空間和地方如何為人所詮釋與利用，以及這些地方如何因此而有益於當地文化的延續。

## 工作、消費與新貧

*Work, Consumerism and the New Poor*

齊格蒙·包曼 (Zygmunt Bauman) 著

王志弘 譯

窮人總是與我們相隨，但是怎樣才算貧窮，卻取決於和「他們」所相隨的「我們」是何種人物。在滿是生產者與普遍就業的社會裡，貧窮是一回事；在生涯規劃以消費選擇為中心，而非集中於勞動、專業技能或工作的社會裡，貧窮又是另一回事。

本書首先回顧工作倫理的起源，再探討從「生產者社會」到「消費者社會」的這項轉變，及其對福利國家組織的影響。接著檢視這對窮人造成的後果為何，最後則考察了窮人與貧窮可能的未來，以及賦予工作倫理新意的可能性，使之更為符合已開發社會的現狀。

書類：社會學／文化研究

定價：200 元

## 亞洲意味著什麼 ——文化間的「日本」

孫歌 著

---

本書是探討文化認同困境的一個嘗試。它探討的不是抽象的方法論問題，而是我們如何與母語文化以及異質文化想處的具體課題。假如那些事先預設的前提不那麼天經地義，那麼，是否有可能用一種新的眼光發掘出完全不同的問題？是否有可能建立面對世界時的另一種感覺方式？在本書中，「亞洲」與「文化間的日本」都不是實體的存在物，它們作為一種感覺機能，敲擊著我們業已適應的思維惰性。

# 殖民地台灣的認同摸索

--從善書到小說的敘事分析（1895~1945）

方孝謙 著

本書主要述說由台灣漢人與「唐山」千絲萬縷的傳統認同，逐漸走入不同「民旅」位置的認同分歧，再到二次大戰結束前一般庶民固守生活型態消極抗日，而知識青年卻心向日本的兩極化認同的故事。

本書內容：緒論；第一章英雄與土匪：日本據台初期的敘事認同；第二章 1930 年代殖民地台灣的民族認同政治；第三章日據後期本島人的兩極認同：庶民小說與知青文本的分析。

感謝您對巨流圖書有限公司的支持  
您的寶貴意見是我們成長邁步的最佳動力

姓名：\_\_\_\_\_ 先生／小姐 學校系所：\_\_\_\_\_

電話：\_\_\_\_\_ E-mail：\_\_\_\_\_

住址：\_\_\_\_\_

購買書名：\_\_\_\_\_ 購買書店：\_\_\_\_\_

學 歷：☐高中以下(含高中) ☐專科 ☐大學 ☐研究所 ☐碩士 ☐博士

領 域：☐管理 ☐行銷 ☐財務 ☐資訊 ☐工程 ☐經濟 ☐社會人文  
☐會計 ☐傳播 ☐物理 ☐化學 ☐藝術 ☐農學 ☐其他

職 業：☐助教 ☐教師 ☐學生 ☐研究人員 ☐其他 \_\_\_\_\_

您對本書的建議：

內容主題 ☐滿意 ☐尚佳 ☐不滿意 因為 \_\_\_\_\_

譯／文筆 ☐滿意 ☐尚佳 ☐不滿意 因為 \_\_\_\_\_

版面編排 ☐滿意 ☐尚佳 ☐不滿意 因為 \_\_\_\_\_

封面設計 ☐滿意 ☐尚佳 ☐不滿意 因為 \_\_\_\_\_

其他 \_\_\_\_\_

您的閱讀興趣：☐經營管理 ☐行銷規劃 ☐投資理財 ☐溝通勵志 ☐社會人文  
☐視像美學 ☐趨勢資訊 ☐程式語言 ☐應用軟體 ☐網路通訊  
☐資料庫管理 ☐其他 \_\_\_\_\_

您從何處得知本書的消息？

☐校園書店 ☐網路 ☐廣告信函 ☐目錄 ☐行銷人員

☐他人推薦 ☐其他 \_\_\_\_\_

您通常以何種方式購書？

☐書店 ☐郵購 ☐電話訂購 ☐傳真訂購 ☐團體訂購 ☐網路訂購

☐目錄訂購 ☐其他 \_\_\_\_\_

您購買過本公司出版的其他書籍嗎？書名 \_\_\_\_\_

您對我們的建議：

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\*如有任何建議，歡迎來函：liwen@mail.liwen.com.tw



廣告回函  
臺灣南區郵政管理局  
登記證第1391號  
郵資已付

高雄復文圖書出版社 收

Kaohsiung Fu-Wen Publishing Co.

802

高雄市苓雅區泉州街5號

麗文文化事業機構

麗文文化事業(股)公司

高雄復文圖書出版社

巨流圖書有限公司

駱駝出版社

# 目 錄 i

---

譯 者 序 001

前 言 003

作者致謝詞 007

導 論 009

## 第一章 現代消費主義的出現 021

一、早期的消費模式 023

二、工業資本主義與消費 028

三、後期發展 038

四、新消費者 047

## 第二章 消費理論的建立 055

一、生產和商品 057

二、文化價值 060

三、異化和消費 065



## 目 錄 ii

---

四、消費在現代資本主義中的角色 078

### 第三章 消費與象徵 083

一、轉向結構主義 089

二、後結構主義 095

三、象徵與消費 106

### 第四章 慾望、認同和消費 117

一、慾望之流 126

二、性別與消費 146

### 第五章 結 論 167

參考書目 183

人名索引 189

名詞索引 194