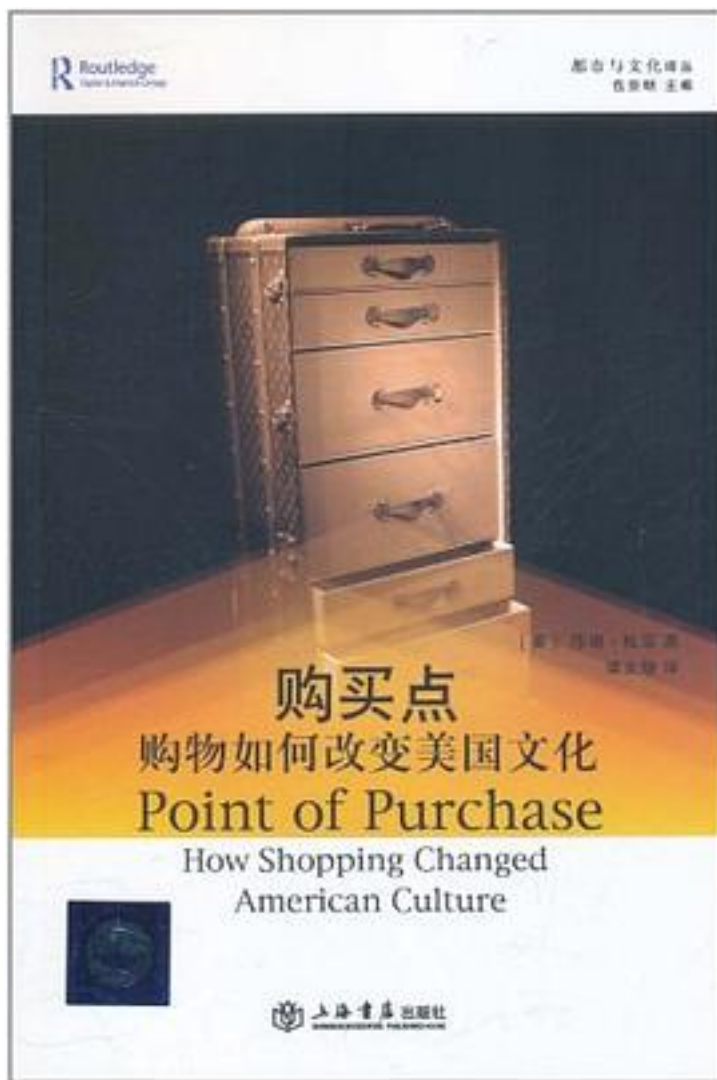


购买点



[购买点_下载链接1](#)

著者:莎朗·佐京 (Sharon Zukin)

出版者:上海书店出版社

出版时间:2011-7

装帧:

isbn:9787545804317

《购买点:购物如何改变美国文化》内容简介: 当都市问题与文化问题如此紧密地纠缠在一起的时候,“都市研究”与“文化研究”的内在联系也就更为明晰地呈现在我们眼前,莎朗·佐京认为人类生活不是简单地运作于城市之中和城市之上,而是很大程度上也从城市发源,从城市生活复杂的特殊性和激发点上发源。如果说主流的社会科学视野和正统的科学社会主义在阐释人类历史和社会时,已经日趋忽视这些空间特殊性的解码性潜力,那么现在则到了把这“隐没的维度”带回到画面上的时候了。在《购买点:购物如何改变美国文化》一书中,莎朗·佐京深入剖析了城市空间中的商店这样一个特别的单元,以及购物活动是如何使商店变成一种“全面控制的机构”。

作者介绍:

莎朗·佐京 (Sharon Zukin) 毕业于美国哥伦比亚大学,现为纽约市立大学社会学系教授。她是纽约文化与建筑的书写者,此外,她的研究领域涉及消费社会与文化、美国与法国的经济新秩序和前南斯拉夫的社会主义。她因《权力地景》一书获得赖特·米尔斯 (C.Wright Mills) 社会学研究奖,并且获得了美国社会学学会社区与城市社会学的罗伯特和海伦·林德 (Robert and Helen Lynd) 成就奖。佐京著有《裸城:真实都市空间的死与生》(2010),《购买点:购物如何改变了美国文化》(2004),《城市文化》(1995),《权力地景:从底特律到迪斯尼世界》(1991),《阁楼生活:都市变革中的文化与资本》(1982,1989),《马克思与铁托之外》(1975)。她还与迈克·索尔金 (Michael Sorkin) 合编文集《世贸中心之后》(2002),与保罗·迪马乔 (Paul Di Maggio) 合编《资本的结构》(1990),还编有《产业政策:美国与法国的商业与政治》(1985)。

目录: “都市与文化”译丛序序言 什么是购物第一章 购物简史第二章 朱莉娅学购物第三章 从伍尔沃斯到沃尔玛第四章 “完美的皮裤”第五章 B·阿特曼、拉尔夫·劳伦和有闲阶级的消亡第六章 阿特米奥去第凡内第七章 消费指南与生活方式的创造第八章 “布克兄弟”怎么会越来越像“香蕉共和国”第九章 互联网购物的禅宗第十章 查格“就是”我们结语 购物会变成怎样致谢
· · · · · (收起)

[购买点_下载链接1](#)

标签

社会学

文化研究

城市研究

商业

莎朗·佐京

城市

美国

人类学

评论

多多少少有些老调重弹

如何从购物模式的变迁中创造出一种公共空间来，到最后也没能给出答案。对于消费文化的全景式分析，感觉很松散，也正因为如此，很享受里面大量的idea，以及作者每时每刻的矛盾心态。

挺好一书全特么被翻译毁了 译的什么玩意儿

现象多，稍显啰嗦，少分析，可速读~

翻译太差劲了，所以有的章节非常精彩，有的完全看不懂。文化地理学本来应该贴近大众贴近生活，而学者的高姿态不是一种可取的态度。希望能够看见更多的好的翻译，以及好的学术。

来自浊克斯。这个主题很有趣，不知道是否有洞见。12年7月22日读完。我要为它写一篇书评。

首先，购物是社会化的一部分。在购物营造的社会空间中（无论是实体的商店还是虚拟的网络），商品买卖行为通过空间纪律规训了我们的身体，我们也在学习购物中结束了成人仪式。其次，一方面购物塑造了一个民主化的消费共同体，使资本能够自由地流动。尤其是标准化仓储式超市的出现使得购物场所对于每个阶层的人都是一个模样，任何人都可以用钱买来想要的商品，非主流社会阶层可以通过购买商品甚至仅仅了解一下信息就可以获得资本。但另一方面，个性潮流与品牌的崛起使得购物的社会空间依然阶层林立，有钱不代表你能进行自由消费或与其他购物者平起平坐。第三，无论是通过将购物空间塑造成感官的天堂，还是通过赋予商品以故事等，我们被牢牢地黏在了购物空间中进行消费。更重要的是由购物所带来万物皆可买卖的市场经济理念与自由选择的个人主义已深入人心。

风格像是niel postman，语气言辞却没那么犀利；paradox的陈述里，我们的生活既没有变好，也不一定更坏

样书审读

虽然有些部分好像有些凌乱，不过多半是因为想要涉及的点太多的缘故。Zukin一直在写作中强调自己的成长为一个中产阶级犹太女性的过程，以及这对于她的影响，这点让人感觉很合理。结尾处Zukin钟爱的联合广场绿色市场，还真是个美好的“作为共同体的集市”啊。

佐京教授从来都身先士卒，拿自己当文化标本写起。于是从她对自身穿着的剖析上我看到了我俩大概唯一的相同之处：上穿patagonia，脚蹬mephisto。（怎么我以自己为模板写的论文都那么不成功呢！）

其实这是一部有趣的书，热爱生活的人才会热衷购物，作者对商业空间的分析很有纽约味道。

按需。

比较散，不过有些例子满有趣。

主题不错，但不喜欢这一套写作方式：每一章用故事起笔，一串对话，说说现状，说说历史，分析跟在章节后面，缺少系统的梳理。像是媒体连载或者课堂笔记。

你明知道这是一个洞，但就是要往里栽

太墨迹，这书让我坚定了美国人是话唠的判断。

=
=不列参考文献这是怎么回事？图书馆没找到原版就凑合看中文版啦，书内容挺有意思的，结论能再深入论述核心问题会更好。翻译一般。

前半本写的比后半本好 半休闲半学术 例子非常多而细 前半本还能看到些有趣的思考

好多知识点，闲散细密

[购买点_下载链接1](#)

书评

[购买点_下载链接1](#)