

جامعه‌شناسی مصرف

پیتر کاریگان

ترجمه:

سعید صدرا شترانی



بهرنگ آفتاب

۱۳۹۶

این کتاب ترجمه‌ایست از:

The Sociology of Consumption: An Introduction, SAGE
Publications Ltd, Peter Corrigan, 1997, 208 pages

جامعه‌شناسی مصرف

پیشگام کتاب

Peter Corrigan

مترجم: سعید صدرالاشرف

تهران: گل آذین، ۱۳۹۶، ۲۴۴ ص

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا

موضوع: مصرف کنندگان - رفتار - جنبه‌های اجتماعی

Consumer behavior- Social aspects: موضوع

موضوع: مصرف، جنبه‌های اجتماعی - روان‌شناسی

Consumption (Economics)- Psychological aspects: موضوع

ISBN 978-600-6414-72-0

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶ ج ۲ ک ۲/۳۲/۵۴۱۵ HF

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۳۴۲

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۴۶۶۹۹۳۳



مجموعه شناسنامه مصروف

نویسنده: دکتر کاظمی

مترجم: سعید ص. ا. شراف

طرح جلد: بهرام اکاوری

چاپ اول: ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۲۰۰۰ تومان

لیتوگرافی و چاپ و صحافی: آذین تبار

ISBN 978-600-6414-72-0

E-mail: GOL_AZIN@YAHOO.COM

Website: WWW.GOLAZINPUB.COM

Telegram.me/Golazinpub

تهران، خ انقلاب، خ ابوریحان، خ لبافی نژاد، پلاک ۱۴۶، واحد ۴

تلفکس: ۷-۶۶۹۷۰۸۱۶

حق چاپ محفوظ و متعلق به انتشارات گل آذین است. هرگونه اقتباس بدون مجوز
کتبی از ناشر ممنوع و از طریق مراجع قانونی قابل پیگیری است.

فهرست

۱. پیشگفتار: ظهور جامعه‌ی مصرفی	۹
مصرف ریشه در سیاست دارد: دربار الیزابت اول	۱۲
از قفسه‌ی جدید دیدگاه مک کراکن در مورد پایان زنگار	۱۵
مصرف ریشه در اقتصاد دارد: انگلستان قرن هجدهم	۲۱
مصرف ریشه در قلد افراد دارد: رمانتیسیم و نظام اخلاقی مصرف	۲۴
۲. رویکردهای نظری به مصرف	۳۵
فایده‌ی کالاها: ماری داندرس و بارین اسروود	۳۶
نظام اشیا: ژان بوردیار	۳۹
تمایزسازی ۱: ویلن	۴۲
تمایزسازی ۲: بوردیو	۵۲
۳. اشیا، کالاها و غیر کالاها	۶۳
مارکس و بت‌وارگی کالاها	۶۵
تاریخچه‌ی فرهنگی چیزها	۶۸
گردش محصور: کالاهای خانگی به عنوان اشیای خانوادگی	۷۷
اشیا، معنای جایگزین شده و میل به اشیای بیشتر	۸۲
بوردیار و نظام اشیا: شی قدیمی و شی حاشیه‌ای	۸۶
۴. فروشگاه و خرید: فروشگاه بزرگ	۹۱
تحول در خرید	۹۲
نمایش	۱۰۰
معرفی فروشگاه‌ها	۱۰۰
ارائه‌ی کالاها	۱۰۳

۱۰۶.....	معرفی کارکنان فروش
۱۰۷.....	طبقه
۱۱۰.....	جنسیت
۱۱۹.....	۵. تبلیغات
۱۲۱.....	ظهور تبلیغات
۱۲۷.....	جنسیت در تبلیغات
۱۲۷.....	اندازه‌ی نسبی
۱۲۷.....	لمس زنانه
۱۲۸.....	دوره‌بندی کارکرد
۱۲۹.....	خانه‌آده
۱۲۹.....	شرافاتی شدن اطاعت
۱۳۰.....	فمینیسم کالا
۱۳۵.....	تبلیغات چگونه عمل می‌کند
۱۴۱.....	زبان تبلیغات و مصرف‌کننده‌ی - اطاعت شده
۱۴۵.....	۶. مجلات زنان
۱۴۶.....	طبقه، توده، شأن و مصرف
۱۵۶.....	سرمقاله و مقالات برجسته
۱۶۵.....	نتیجه‌گیری
۱۶۷.....	۷. خانه
۱۶۸.....	جایی که خانه باشد، جای کار نیست: زندگی خانگی از منظر طوطی شده
۱۷۵.....	تمیزی و کثیفی: خانه و بهداشت
۱۷۸.....	خانه در اواخر سال‌های ۱۹۹۰: زیبایی، بهرهوری، جامعه‌پذیری و ارتباط
۱۷۹.....	زیبایی‌شناسی و بهرهوری
۱۸۲.....	اثر کلی
۱۸۴.....	نور
۱۸۶.....	لذت بردن از حمام
۱۸۷.....	خود
۱۸۸.....	جامعه‌پذیری

- ۱۹۱..... معنای مالکیت خانه
- ۱۹۵..... معانی اشیای خانگی
- ۱۹۵..... مبلمان
- ۱۹۶..... هنرهای تصویری
- ۱۹۷..... عکس‌ها
- ۱۹۹..... ۸. غذا و نوشیدنی
- ۲۰۰..... در باب بدن اشتها: اثر استغنین میل
- ۲۰۸..... اجتناب‌های غذایی و تنفرهای غذایی
- ۲۲۱..... نظام غذایی ایالات متحده - یک رویکرد ساختارگرا
- ۲۲۴..... نظام نوآیندی در یک روستای استرالیایی - یک رویکرد ساختارگرا
- ۲۲۵..... روزه‌داری و بی‌اشتهایی مصلی
- ۲۳۱..... ۹. گردشگری
- ۲۳۳..... فرار از طریق زمان و مکان: گردشگری
- ۲۴۰..... اصالت بزرگ‌شده
- ۲۵۰..... نگاه خیره‌ی گردشگر
- ۲۵۴..... نقشه‌های خیس از شراب در مقابل تبلیغات پرزرق و برق: «ناگردشگر»
- ۲۵۹..... ۱۰. بدن
- ۲۶۱..... بدن در نظریه‌ی جامعه‌شناختی
- ۲۶۲..... ماشین‌ها، رژیم‌ها و انضباط: بدن مبدل به یک ابزار می‌شود
- ۲۶۴..... بدن رژیم‌گیر
- ۲۷۵..... بدن در فرهنگ مصرف‌کننده
- بدن به عنوان ظاهری که باید تفسیر شود
- ۲۸۵..... ۱۱. مد و لباس
- ۲۸۷..... از منزلت اجتماعی تا احوال شخصی
- ۲۹۳..... نظریه‌ی پولی ویلن در مورد لباس
- ۲۹۷..... جین آبی، تشابه اجتماعی و تفکیک اجتماعی
- ۲۹۹..... اتلاف، زیبایی، زشتی و مد
- ۳۰۰..... زیمبل: دوگانگی و نظریه‌ی تراوشی

- ۳۰۵..... پوشاک به‌عنوان یک زبان
- ۳۰۹..... افزایش تردیدهای تفسیری
- ۳۱۵..... ۱۲. نتیجه‌گیری
- ۳۱۵..... کالاها، تداوم و تغییر
- ۳۱۸..... مقولات گیج‌کننده‌ی پست مدرنیسم
- ۳۲۷..... نمایه

www.ketab.ir