

<<汽车文化>>

图书基本信息

书名：<<汽车文化>>

13位ISBN编号：9787111319832

10位ISBN编号：7111319834

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：李景芝，郭荣春 著

页数：253

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>

前言

交通工具对于人类的生存、发展有着极其重要的作用。

尽管人类生存、发展的四大基本需要的顺序是“衣”、“食”、“住”、“行”，但在这四大基本需要中，“衣”、“食”、“住”主要是作为人类生存条件而存在的，而“行”，它对于人类来说，属于发展价值远大于生存价值的元素。

因此，“行”的问题占有最为突出的地位，对人类发展的影响也最大。

远古时期的人类如果缺乏“行”，就无法躲避野兽侵害，无法将收获的作物、捕获的野兽运回住处，当然也就谈不上生存；今天的人类如果缺乏“行”，就无法运送生产资料，无法进行贸易往来，无法实现信息传递，无法安排社会交往，当然也就谈不上发展。

今天，交通工具五花八门，各式汽车在高速公路上穿梭，高速列车在千里平原上奔驰，万吨巨轮在碧海波涛中航行，大型客机在蔚蓝天空中翱翔……虽说汽车、火车、轮船、飞机……都属于人类“行”的工具，但火车需要铁轨，飞机需要机场，轮船需要大海……惟有汽车可以凭借其灵活机动的特点，开到人类活动的几乎每一个角落，极大地方便了人们的生产、生活和社会交往，为人类社会的进步做出了不可磨灭的贡献。

国外有人做过调查，结果表明如果一个人只用自己的双脚作为“行”的工具，那么他经常性的活动半径为5—10km；如果他以自行车作为“行”的工具，那么他经常性的活动半径为20-30km；如果他以摩托车作为“行”的工具，那么他经常性的活动半径为50~70km；如果他以汽车作为“行”的工具，那么他经常性的活动半径为100~150km；由此可见汽车对于人类活动具有多么重要的作用！

本书通过对汽车器物文化（包括汽车简史、汽车的外形与色彩、世界著名汽车公司及其商标），汽车行为文化（包括左行右行通行规则、法规习俗对汽车文化的影响与促进、赛车场风云、在发展中逐步改善的汽车），汽车精神文化（汽车工业的发展、车界名人、世界名车、汽车新技术和未来汽车）三个篇章的论述，简要介绍了汽车文化的主要内容。

本书由李景芝担任主编，其中，第1章、第6章、第7章、第8章、第11章由郭荣春编写，第2章、第4章由李易编写，第3章、第5章、第9章、第10章由李景芝编写。

各篇章的开篇之言，均由文学博士张爱波主笔撰写，全书由李景芝统稿。

本书在编写过程中参考了许多相关的著作、论文及网站的资料，因篇幅所限，除所列出的主要参考文献外，恕不一一列举，在此一并表示感谢。

由于编者水平有限，对于汽车文化的认识不够全面，书中难免存在许多不足甚至谬误之处，恳请专家、读者批评指正。

<<汽车文化>>

内容概要

《汽车文化》通过对汽车器物文化（包括汽车简史、汽车的外形与色彩、世界著名汽车公司及其商标），汽车行为文化（包括左行右行通行规则、法规习俗对汽车文化的影响与促进、赛场风云、在发展中逐步改善的汽车），汽车精神文化（汽车工业的发展、车界名人、世界名车、汽车新技术和未来汽车）三个篇章的论述，介绍了汽车文化的主要内容，借以培养在校学生对汽车的兴趣和爱好，提高对汽车的综合鉴赏能力。

《汽车文化》是高职高专示范专业课程改革规划教材，也可作为汽车技术人员、汽车管理人员、汽车爱好者的普及性读物。

<<汽车文化>>

书籍目录

前言绪论认识汽车文化0.1 关于文化0.2 汽车文化的定义和内涵0.3 构建和谐的汽车文化0.4 为什么要学习汽车文化上篇 汽车器物文化第1章 汽车简史1.1 古代陆地交通工具的发展1.1.1 车轮的出现1.1.2 马车的出现及兴盛1.1.3 自走车辆的探索1.2 现代汽车的诞生1.2.1 蒸汽汽车1.2.2 现代汽车1.3 汽车史上的十项技术革新成果1.3.1 充气轮胎1.3.2 自动起动装置1.3.3 四冲程发动机1.3.4 自动变速器1.3.5 鼓式制动器1.3.6 全钢车身1.3.7 安全玻璃1.3.8 催化式排气净化器1.3.9 晶体管1.3.10 汽车安全设施1.4 轿车进家之旅第2章 汽车的外形与色彩2.1 汽车的外形2.1.1 马车形汽车2.1.2 箱形汽车2.1.3 甲壳虫形汽车2.1.4 船形汽车2.1.5 鱼形汽车2.1.6 楔形汽车2.1.7 子弹头形汽车2.2 汽车的颜色2.2.1 车身颜色的选择原则2.2.2 内饰颜色的选择第3章 世界著名汽车公司及其商标3.1 戴姆勒-克莱斯勒汽车公司3.1.1 公司简介3.1.2 主要汽车品牌商标介绍3.2 大众汽车公司3.2.1 公司简介3.2.2 主要汽车品牌商标介绍3.3 宝马汽车公司3.3.1 公司简介3.3.2 主要汽车品牌商标介绍3.4 通用汽车公司3.4.1 公司简介3.4.2 主要汽车品牌商标介绍3.5 福特汽车公司3.5.1 公司简介3.5.2 主要汽车品牌商标介绍3.6 雷诺汽车公司3.6.1 公司简介3.6.2 主要汽车品牌商标介绍3.7 标致-雪铁龙汽车公司3.7.1 公司简介3.7.2 主要汽车品牌商标介绍3.8 菲亚特汽车公司3.8.1 公司简介3.8.2 主要汽车品牌商标介绍3.9 丰田汽车公司3.9.1 公司简介3.9.2 主要汽车品牌商标介绍3.10 本田汽车公司3.10.1 公司简介3.10.2 主要汽车品牌商标介绍3.11 现代汽车公司3.11.2 公司简介中篇 汽车行为文化篇第4章 左行右行通行规则4.1 左行右行的起源与变革4.1.1 左行制的形成4.1.2 右行制的形成4.1.3 通行规则的变更4.1.4 莫斯科的中央车道4.2 左行右行对比分析4.2.1 左行右行相关影响4.2.2 左行右行优点比较4.2.3 影响左行右行的因素第5章 法规习俗对汽车文化的影响与促进5.1 法律法规对汽车文化的影响与促进5.1.1 英国臭名昭著的“红旗法规”5.1.2 美国的汽车产业政策5.1.3 日本的汽车产业政策5.1.4 韩国的汽车产业政策5.1.5 中国的汽车产业政策5.2 习俗对汽车文化的影响与促进5.2.1 汽车的命名5.2.2 汽车的译名5.2.3 车牌照的习俗5.2.4 中国车文化趣闻第6章 赛场风云6.1 早期汽车赛事6.1.1 赛车运动摇篮期6.1.2 赛车运动黄金期6.1.3 经济危机中的赛车运动6.2 著名汽车赛事6.2.1 FIA四大赛事6.2.2 其他著名汽车赛事6.3 赛场风云人物6.3.1 传奇车手胡安·曼纽尔·范吉奥 (Juan-manuel Fangio) 6.3.2 教授车手阿兰玛丽·帕斯卡尔·普罗斯特 (Alain Prost) 6.3.3 一代车神埃尔顿·塞纳 (Ayrton Senna) 6.3.4 纪录王迈克尔·舒马赫 (Michael Schumacher) 第7章 在发展中逐步改善的汽车下篇 汽车精神文化篇第8章 汽车工业的发展第9章 车界名人第10章 世界名车第11章 汽车新技术和未来汽车参考文献

<<汽车文化>>

章节摘录

此外,还有一种关于显形文化和隐形文化的划分。这一划分的代表者是美国人类学家克莱德·克鲁克洪,他说:“对文化作分析必然既包括显露方面的分析也包括隐含方面的分析。

显形文化寓于文字和事实所构成的规律之中,它可以经过耳濡目染的证实直接总结吐来。

人们只需在自己的观察中看到或揭示连贯一致的东西。

人类学家不会去解释任意的行为。

然而,隐形文化却是一种二级抽象。

……只有在文化的最为精深微妙的自我意识之处,人类学家才在文化的承载者那里关注隐形文化。

隐形文化由纯粹的形式构成,而显形文化既有内容又有结构。

”社会学对于文化的区分还有一种“亚文化”的概念,“当一个社会的某一群体形成一利既包括主文化的某些特征,又包括一些其他群体所不具备的文化要素的生活方式时,这种群体文化被称为亚文化。

亚文化可以围绕着职业种类发展而成,如医学或军事部门的亚文化。

亚文化还可能是基于种族或民族的差异,如美国黑人亚文化。

亚文化还可能是源于地区的差异,如美国南部各州的亚文化。

也可能基于原来的国籍,如美籍墨西哥人和美籍意大利人亚文化。

”“每一个复杂社会都包括许多亚文化,社会成员常常是在一个以上的亚文化中发挥作用,反过来说,他们在一生中也会经历许多种亚文化。

”文化哲学把文化结构区分为物质文化、制度文化、精神文化三个层面。

物质文化实际是指人在物质生产活动中所创造的全部物质产品,以及创造这些物品的手段、工艺、方法等。制度文化是人们为反映和确定一定的社会关系并对这些关系进行整合和调控而建立的一整套规范体系。

精神文化也称为观念文化,以心理、观念、理论形态存在的文化。

它包括两个部分,一是存在于人心中的文化心态、文化心理、文化观念、文化思想、文化信念等;二是已经理论化对象化的思想理论体系,即客观化了的思想。

文化定义现象所反映出来的文化对于人类及社会的密切关联度,不仅揭示了文化与人类社会进程的关系,还揭示了文化与人类社会整体的联系,这种联系涉及社会的各个层面和领域。

同时,也揭示了文化对于人类每一个人的权利、利益、自由、生存状况的关注。

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>