

<<全球化百科全书>>

图书基本信息

书名：<<全球化百科全书>>

13位ISBN编号：9787544714631

10位ISBN编号：7544714632

出版时间：2011-9

出版时间：译林出版社

作者：[英] 罗兰·罗伯逊,[英] 扬·啊特·肖尔特 英文版主编,王宁 中文版主编

页数：775

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>

<<全球化百科全书>>

内容概要

本书英文版的两位主编罗兰·罗伯逊和扬·阿特。肖尔特都是国际上全球化研究领域的代表人物，中文版主编王宁是国内外全球化研究领域的代表人物之一，英文版副主编。

本书不仅提供了全球化的理论基础，还提供了各种历史上的、解析性的阐释，为热衷于思索、谈论全球化的人们提供了专业的理论武器。

全书收入条目四百多条，涵盖全球化在文化、生态、经济、地理、历史、政治、心理、社会等各个领域的思想理论。

全书由一大批国际上全球化研究领域的顶尖学者通力合作完成，是一本全面、系统地论述和介绍全球化的概念、术语和理论的工具书，无论对学术界还是其他各行各业各阶层的人士：都具有重要的参考价值。

<<全球化百科全书>>

书籍目录

英汉对照条目表

汉英对照条目表

英汉对照按学科门类排列条目表

汉英对照按学科门类排列条目表

导言

正文

Selected Bibliography(精选参考书目)

章节摘录

版权页：“美国化”指的是一个国家的生活方式、政策或文化沿着美国模式发生变化。

从更广义的角度说，它指的是全球社会中任何反映了美国主流经济、政治或文化影响的变化。

“美国化”作为一个学界关注点及政治议题，于20世纪早期登上舞台，时值美国在全球获得蔚为可观的优势。

当用这个术语来描述全球化推动力时，它包含三种代表性的认识：（1）世界各地人们的生活越来越与美国人相似，这是全球推广的当然结果（比如大众文化的“美国化”）；（2）越来越多的国家以一种类似美国的方式运作（比如公共政策的“美国化”）；以及（3）支撑全球社会的共同规则及价值观被打上明白无误的美国烙印（比如世界经济的“美国化”）。

学术界把全球化的某些部分与“美国化”等同的这种论调，也造就了将霸权国家或帝国雄心归咎于美国这种倾向。

他们作出的诊断与全球化批评家们的观点较为吻合。

透过“美国化”，这些批评家看到的是担心：一种对他们认定由美国带来的不利影响的担心。

与之相反，目前亦有一些学者对与“美国化”相关的具体论点提出质疑。

“美国化”作为一种试图改变日常生活和大众文化的主张，它指的是将原汁原味的美国产品与实践向全球推广。

在20世纪，美国爵士乐拥有国外拥趸。美式快餐使外国顾客着迷，美国的一种软饮料成长为全球形象品牌，而美国电影则让全球广大观众如痴如醉。

在美国境外，芸芸众生所食、所饮、所衣，目之所及、耳之所闻，皆日益舶自美国。

结果，那些新近富裕起来的消费者（特别是那些来自欧洲与亚洲的）的日常生活在某种程度上已美国化。

广为流传并被接受的美国式交流方式更是强化了这个过程，其中包括无所不在的姿势（如微笑）及表达方式（如“OK”）。

由于这种推广，不同国家的生活方式与大众文化日益趋同：一个美国制造的“麦当劳世界”（Mc World）。

美国公司为此积极推波助澜，试图扩大其产品需求，同时也有效地推销-31种生活方式。

顾客们也逐渐采纳了“消费主义”生活方式，个人在购置物品中去寻求快感和安逸，而这种生活方式与美国有千丝万缕的联系。

<<全球化百科全书>>

编辑推荐

《全球化百科全书》是由译林出版社出版的。

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>