

<<汽车文化>>

图书基本信息

书名：<<汽车文化>>

13位ISBN编号：9787532823383

10位ISBN编号：7532823385

出版时间：1996-12

出版时间：山东教育出版社

作者：曹南燕

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>

<<汽车文化>>

作者简介

曹南燕，女，1946年生，现为清华大学人文社会科学学院科学技术与社会研究所副所长、副教授。发表的论文、著作包括《认知学习理论》、“技术引进及其社会环境”、“狄拉克的科学思想”、“狄拉克传”、“走进汽车文明时代”、“对美国汽车文化的反思”、“中国的科学技术的社会研究”、“生态女性主义及其意义”等。

1993年9月到1994年9月作为富布赖特访问学者在美国麻省理工学院研究“美国汽车工业和计算机工业中技术与社会的相互作用”。

刘立群，男，1990年入清华大学汽车工程系学习，1995年获清华大学工学士学位，1995年入清华大学科学技术与社会研究所，硕士研究生。

<<汽车文化>>

书籍目录

第一章 美国接纳汽车

一 谁发明了汽车？

二 汽车工业的诞生

三 一个崇尚技术发明的民族

四 从自行车到“自行车”

五 无马时代

六 “红旗法令”

第二章 汽车革命

一 市场的扩大

二 一位“农民发明家”

三 T型车奇迹

1. 新技术的结晶

2. 强大的宣传攻势

3. 效率来自规模

4. 把汽车带给大众

四 高速公路的“院外游说活动”

第三章 现代化工业的典范

一 大规模生产 时代的需要 时代的产物

二 “看得见的手”

三 斯隆 现代管理体制的奠基者

四 日本第一 精益生产

第四章 走向大众高额消费时代

一 “每天工作8小时5美元 工资”

二 T型车之死

三 “消费阶梯”

四 分期付款和信用卡

五 消费文化的兴起

1. 出版物

2. 汽车俱乐部

3. 工业博览会

4. 广告

第五章 “汽车改变了美国”

一 轮子上的国家

二 城乡格局的变化

三 城乡生活和消费方式的改变

1. 日常生活

2. 妇女地位

3. 家庭与婚姻

4. 休闲

第六章 汽车文化

<<汽车文化>>

一 “美国梦”

二 新的价值观

1. 大规模、高效率 高度组织化和科学管理

2. 崇尚舒适享受的大众高额消费

三 对美国汽车文化的反思

1. 民主生产与平等消费

2. 私人小轿车和公共交通

3. 大众消费和消费定向社会

4. 资源、能源和经济增长

5. 高消费的社会代价

第七章 离不了汽车的中国

一 艰难的历程

二 重大的使命

三 支柱产业

1. 大规模的汽车制造业

2. 强劲的“发动机”

第八章 中国面临的挑战

一 中国轿车的命运

1. 发展还是停止

2. 走向现代化生产

二 路在何方

1. 中国汽车发展所遇到的难题

2. 道路交通设施的状况及发展对策

3. 停车场地的短缺及发展趋势

4. 统一的汽车、道路和空间的发展

三 文化冲击

主要参考文献

后记

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>