

# 《研究林志玲：風格社會新美女》

## 图书基本信息

书名：《研究林志玲：風格社會新美女》

13位ISBN编号：9789572989531

10位ISBN编号：9572989537

出版时间：20041227

出版社：風格者

作者：風格美女研究團隊（編）

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《研究林志玲：風格社會新美女》

## 內容概要

一本「林志玲Fan」、「行銷／廣告人」、「時尚人」、「趨勢男女」、「流行事業者」、「45歲以下年輕人」不可或缺的「彩色／感性／知性」書籍。不僅女性注意她，男性也談論她；不只青年男女很「哈」她；連中年父母也珍藏她的海報！在極短的時間內，林志玲成為台灣萬眾風靡的「人氣偶像」，魅力遠遠超台灣過去所有的美女俊男！

然而，林志玲為什麼能具有這樣爆發性、超人氣的吸引力？台灣社會眼中的「新時代美女」，該具有哪些外在和內在特質？林志玲超越蕭薔、侯佩岑，甚至張曼玉、章子怡的「致命魅力」，是什麼？

「林志玲現象」在台灣發燒發熱，從社會學研究社會變遷的角度來說，美女對應到的正是社會中人們的轉變，《研究林志玲》企圖解讀林志玲對應的新社會和新消費者面貌。

全書收集數百張珍貴林志玲活動／代言影像全記錄，並有林志玲不為人知的另類頹廢／性感影像大曝光。

# 《研究林志玲：風格社會新美女》

## 作者簡介

風格美女研究團隊

總策劃：詹偉雄《數位時代雙週》總編輯

團隊成員：

劉維公 風格社會學者，東吳大學社會系助理教授

裴元領 歷史社會學者，東吳大學社會系副教授

孫瑋芒 美女研究作家，中國時報頭版主編

柯林錦 娛樂新聞記者

吳心怡 李奧貝納廣告執行創意總監

陶淑真 達彼思廣告執行創意總監

林文欽 商品銷售高手，前Pchome Online行銷總監，現任興奇科技商品部副總經理

林志玲 北中南區後援會成員

1、十二月底的時候，我在「上班族家庭行事曆」這個活動裡，買了一本《優雅過生活》，帶回家推薦我妹閱讀。本來期望這本書可以讓她和我有一些共識，合力把家裡整頓得更像樣一點，沒想到收得的感想卻是抗議與不滿。我妹認為，書中描述的優雅家庭生活，並不是一般市井小民可以過得起的，許多結了婚的婦人為了生計天天勞碌奔波，對她們而言，在家中泡茶待友的生活，實是奢侈得太過理想。而書中提及的禮儀規範和生活態度，都分別強調了女性在生活中所扮演的性別角色，彷彿家才是女人一生的歸屬，除此外一切都只能次之再次之。我妹的話乍看之下很有道理，但是細細去想，我們不禁會問：難道女性追求理想的家園、或是認同禮儀的規範，就是服膺了社會賦予女性的性別角色？就是沒有自主性、不會為自己發聲的弱勢者嗎？類似的衝突感發生在昨天，和一位唸社會所的友人見面的場景，我說我想寫《研究林志玲》，她的眼神很明顯地透露出「這有什麼值得寫」的訊息。對於社會媒體大量炒作、被物化、被符號化的美女，想為和她相關的書多著墨幾句，彷彿也成了一件困難的事。在《芭比波朗·美麗的演繹》這部著作裡，作者邀請各行各業、各個年齡層的女性，談自己對美麗的心得，歸納出「美麗來自於一個人的自信，以及對自己是誰感到滿意」這樣一個對美麗的概念。這個概念非常符合我想敘說的本意。「美感」並不是盲目追求就能得到的東西，而是「一種混合著生活信仰、身體維護、處世策略和美學感受的自信風格。」（《研究林志玲》，p.024）人們渴望美的事物，在各種生活面向上展現各自對「美」的需求，這就是一種深層的自我探索與解放。認同自我的角色，並進而決定去扮演某種角色，更是自我意志的展現。選擇進入家庭，使家庭美好，並不是向男性屈從，而是讓自己獲得精神的豐足。美女讓人駐足，有美感的美女讓人欣賞，《研究林志玲》除了是一本夠水準的粉絲書，更包含許多社會論述，可讓人思考美女放在社會關係中的意涵。

# 《研究林志玲：風格社會新美女》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)