

<<消费社会>>

图书基本信息

书名：<<消费社会>>

13位ISBN编号：9787500494331

10位ISBN编号：7500494335

出版时间：2011-1

出版时间：中国社会科学出版社

作者：刘方喜 编

页数：291

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>

<<消费社会>>

内容概要

有关消费社会、消费文化、消费主义的话题。是20世纪90年代尤其是新世纪以来中国学术界众多学科研究的热点，这与20世纪全球社会转型中西方发达国家已进入消费社会、中国等国家也正经历着消费社会转型这种新的社会历史状况密切相关。本书遴选了国内文艺学、美学、哲学、经济学、社会学、史学等不同学科专家有关消费社会文化研究的学术论文，力图展示学术界相关研究现状和成果，初步清理出有关消费社会文化研究的基本语境及其不同文化、不同学科之间的对话平台，推动中国哲学社会科学研究整体理论范式的转型及与西方当代理论的学术对话。

<<消费社会>>

书籍目录

导读美国现代大众消费社会的形成及其全球影响关于消费在社会生活、经济运动中的地位和作用的对话资本的运行逻辑与消费主义“物”的分析：从马克思、海德格尔到鲍德里亚青年鲍德里亚与莫斯—巴塔耶的草根浪漫主义鲍德里亚走出了马克思？——从中国学界对鲍德里亚的误读谈起文艺学的问题意识与文化转向文化批评与文化研究当前文化研究的误区及理论应对日常生活的审美化与文艺学的学科反思美学与艺术向日常生活的回归挪用、反抗与重构——消费文化与当代中国文学的审美关联消费时代的社会美学

<<消费社会>>

章节摘录

其二，经济学研究。

消费社会很大程度上首先是经济高度发展的一个结果，因此，这自然也就成为经济学高度重视的一个问题。

于光远与马惠娣《关于消费在社会生活、经济运动中的地位和作用的对话》指出，马克思“把生产和消费看作一对对等的概念”，“只有在市场体制的生产方式和市场体制的消费方式范围内，才是正确的”，而“消费本来是人类自身的自我实现过程，而生产则仅为此目的而进行”，“马克思特别注意到，由于人为了发展自我而进行的消费同他享有的自由时间有密切关系”，在马克思看来，“自由时间是使每个人分享人类文化成果、发展自由个性的保证”，总之，“消费为人的多种需求提供保障，对人的全面发展有着不可忽视的重要作用”。

此外，如吴薇《马克思经济学中的消费经济理论及当代价值》（《当代经济研究》2007年第11期）、刘小怡《马克思主义与新古典主义消费理论：比较与综合》（《经济评论》2007年第6期）等文，对马克思有关消费的理论均有深入而广泛的探讨。

于光远根据马克思主义经典作家的相关论述，创造性地提出了“四种消费品”即“生存资料”、“享受资料”、“近代交通工具和通讯工具”、“近代发展资料”的理论（于光远《关于我的“四种消费品”理论》，《自然辩证法研究》2003年第11期），对于探讨当代社会消费活动极富启发性。

积极推动休闲学研究的马惠娣也在马克思政治经济著作中探讨相关研究的理论基础，比如对马克思“自由时间”理论的研究，发表了《自由时间：人是自由的吗？

——兼及消费主义批判》（《求是学刊》1999年第5期）、《关于自由时间的理性思考》（与成素梅合著，《自然辩证法研究》1999年第1期）等论文，一方面强调休闲、消费之于社会发展、人的全面发展的重要性，另一方面也充分揭示受消费主义支配的人的休闲消费的不自由，这些研究成果有助于正确认识消费社会转型中的种种现象。

此外，如尹世杰有关“消费文化学”的研究也取得较多成果，等等。

这些研究无疑极大地拓展了传统经济学研究的视野，同时由于其跨学科性，也将对其他学科的相关研究产生积极影响。

其三，社会学研究。

在西方消费社会文化研究中，社会学可以说是“显学”，消费社会文化及其相关现象同样引起了中国社会学研究者的高度重视。

郑也夫《消费：解释、批判与辩护》（《河南社会科学》2006年第3期）指出，对消费社会有两大解释，一种认为是厂商造就了消费社会，另一种认为是消费者以物质证明自身的动机拉动了消费。

事实上，这两种解释的综合才是对“消费社会”这一概念的最好解释。

郑也夫还就消费问题出版了相关研究专著。

戴慧思、卢汉龙《消费文化与消费革命》（《社会学研究》2001年第5期）所谓“消费作为观察与研究社会的一种方法”、“消费文化研究的理论视野”等话题，揭示了消费社会转型所带来的理论研究范式的转型；此外文中有关“消费与社会不平等”、“中国消费文化与主流文化的关系与特点”等话题对于思考消费主义与中国社会的关系等问题有重要启示。

黄平《生活方式与消费文化：一个问题、一种思路》（《江苏社会科学》2003年第3期）在对马克思、韦伯、桑巴特等学术大师就生活方式理论贡献重新审视的基础上，指出近年来我们在研究中所忽视的问题，即从生活方式、消费活动等角度来研究社会发展。

该文强调，我们的国情与西方发达国家有过侵略、掠夺的历史不同，加上“二结合”问题，即大商人、商业集团和包装他们的大广告业的结合，广告业与媒体的结合，使得我们的社会发展面临一个严峻的挑战。

俞海山《中国消费主义解析》（《社会》2003年第2期）通过对统计数字的分析，论述了消费主义在中国的表现及其危害，得出“中国应当控制消费主义”的结论。

社会认同是社会学的一个传统话题，王宁《消费与认同——对消费社会学的一个分析框架的探索》（《社会学研究》2001年第1期）表明消费社会转型为这些传统话题的探讨提供了新的分析框架。

<<消费社会>>

.....

<<消费社会>>

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>