

<<消费伦理研究>>

图书基本信息

书名：<<消费伦理研究>>

13位ISBN编号：9787542626714

10位ISBN编号：754262671X

出版时间：2007-1

出版时间：上海三联书店

作者：何小青

页数：295

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>

## <<消费伦理研究>>

### 内容概要

消费伦理的合理化也是和谐社会构建中的一个重要维度。

当前，有关和谐社会构建的理论和对策研究很多，但从消费伦理层面，结合我国国情、社情、民情，客观、系统、深入地对消费伦理问题进行讨论的，著述并不多见。

《消费伦理研究》可谓填补了这一空缺。

该书积极拓展消费伦理研究的视域，把消费伦理置于经济全球化、西方消费社会背景和中国经济转型的背景中加以研究思考，并紧密联系当前和谐社会构建这一重大社会现实理论问题，通过对消费伦理嬗变的考察、价值冲突与选择、消费伦理建构的基本维度和原则等的分析，从内涵上进一步深化、厚实了消费伦理学的基础理论，在此基础上，作者又在外延的层面对消费伦理延伸领域进行研究，分析了消费伦理与生态环境、消费伦理与消费文化、消费伦理与消费教育的内在关系，以找寻加强消费伦理与构建和谐社会的有机结合点。

#### 作者简介

何小青，女，1963年生，浙江长兴人。  
浙江师范大学思想政治教育专业研究生毕业，现为浙江湖州师范学院法商学院副教授。  
主要从事经济伦理方向的研究工作。  
近年来在《人文杂志》、《浙江学刊》、《学术论坛》、《浙江社会科学》、《湖南师范大学学报》等学术刊物上发表论文10多篇，主持、参与省厅级课题项目多项。

## 书籍目录

序 引言 消费伦理：和谐社会构建的重要伦理课题 第一章 消费和消费伦理 一、消费 (一) 消费语义变迁 (二) 消费的属性 (三) 消费的本质 二、消费伦理 (一) 消费伦理的嬗变 (二) 消费伦理的内涵解析 第二章 消费伦理思想发展的历史轨迹 一、中国传统消费伦理思想溯源 (一) 老子：“见素抱朴”、“少私寡欲” (二) 孔子：“节用以礼”、“安贫乐道” (三) 孟子：“养心莫善于寡欲” (四) 墨子：“俭节则昌，淫佚则亡” (五) 荀子：“节用固本、裕民富国” (六) 管子：“俭奢并重，侈靡有效” (七) 朱熹：“明天理、灭人欲” (八) 魏源：“禁奢崇俭是治国美政” 二、西方消费伦理思想考索 (一) 亚当斯密：“奢侈是公众的敌人，节俭是社会的恩人” (二) 马克思韦伯：“节欲美德是资本积累的重要来源” (三) 维尔纳桑巴特：“奢侈衍生了资本主义” (四) 孟德维尔：“节俭的罪恶，侈靡的贡献” (五) 凯恩斯：“节俭是导致经济萧条和危机的祸首” 三、中西传统消费伦理思想的比较与借鉴 (一) 发展特点不同 (二) 人性基点不同 (三) 评价角度不同 第三章 消费伦理的价值选择 一、消费伦理的主要冲突 (一) 传统与现代消费伦理观的撞击 (二) 物质消费与精神消费的价值交锋 (三) 理性与非理性消费行为的伦理矛盾 二、消费主义价值观的伦理剖析 (一) 消费主义的内涵 (二) 消费主义的衍生 (三) 对消费主义价值观的伦理评价 三、消费伦理价值选择的四个维度 (一) 消费的经济维度 (二) 消费的生态维度 (三) 消费的社会维度 (四) 消费的人本维度 第四章 消费伦理的基本原则 一、可持续消费原则 (一) 什么是可持续消费 (二) 可持续消费如何可能 二、公平消费原则 (一) 公平消费的含义 (二) 公平消费的伦理实质 三、适度消费原则 (一) 适度消费的伦理内涵 (二) 适度消费的伦理要求 四、和谐消费原则 (一) 和谐消费的伦理释义 (二) 和谐消费的现代解读 五、科学消费原则 (一) 科学消费的内涵与标准 (二) 科学消费的当代意义 第五章 消费伦理与生态环境 一、考索人类时代的生态伦理 (一) 人与自然生态伦理研究概述 (二) 人与自然关系的伦理界定 二、消费主义与生态危机 (一) 消费主义的表现 (二) 消费主义的生态困境 三、和谐生态的实践努力：环保运动历史回眸 (一) 西方社会的绿色环保运动 (二) 中国大陆的环保消费运动 四、和谐生态的价值建构：绿色消费的伦理意蕴 (一) 绿色消费的内涵 (二) 绿色消费的特点 (三) 绿色消费的生态伦理意蕴 五、政府的生态职责与政策导向 (一) 政府的生态职责 (二) 政府的政策导向 第六章 消费伦理与消费文化 一、消费文化的内涵与功能 (一) 消费文化的内涵 (二) 消费文化的功能 二、中国传统消费文化的伦理分析 (一) 中国传统消费文化的特征 (二) 中国传统消费文化的伦理分析 三、消费社会背景下的消费文化特征 (一) 消费文化的大众化、民主化 (二) 消费文化符号化夸示性 (三) 消费文化的多元化、差异性 (四) 消费文化的霸权化、殖民化 四、消费文化与媒体角色 (一) 大众传媒对消费文化的影响 (二) 媒体文化与广告伦理建设 五、超越与整合：当代消费文化建设的伦理向度 (一) 当代消费文化建设的伦理原则 (二) 当代消费文化建设的伦理引导 第七章 消费伦理与消费教育 一、消费教育的内涵和特点 (一) 消费教育的内涵 (二) 消费教育的特点 二、消费教育的意义和目标 (一) 消费教育的意义 (二) 消费教育的目标 三、消费教育的内容 (一) 消费伦理价值观教育 (二) 消费环境知识教育 (三) 消费技能教育 (四) 消费方式教育 (五) 消费者维权教育 四、消费教育的途径 (一) 家庭消费教育 (二) 学校消费教育 (三) 大众传媒消费教育 (四) 社区、民间机构消费教育 (五) 消费教育的学理研究 第八章 消费伦理与和谐社会 一、消费分层、消费公正与消费和谐 (一) 消费分层与客观必然 (二) 消费公正与制度保障 (三) 消费和谐与伦理疏导 二、消费和谐的重要社会基础：中等收入阶层 (一) 中等收入阶层概念的界定 (二) 中等收入阶层与社会整体消费和谐的关系 (三) 扩大中等收入阶层的有效途径 三、农民消费问题透视与研究 (一) 农民消费问题与社会经济发展 (二) 影响农民消费的主要因素 (三) 提高农民消费水平的对策与建议 四、节约型社会与消费理念的现代解读 (一) 消费与浪费 (二) 节俭消费与积极消费 五、对现代奢侈消费的伦理解析 (一) 奢侈消费的概念界定 (二) 现代社会奢侈消费的基础 (三) 现代奢侈消费的伦理评价 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>