

<<性社会学>>

图书基本信息

书名：<<性社会学>>

13位ISBN编号：9787811157376

10位ISBN编号：7811157373

出版时间：2009-10

出版时间：内蒙古大学出版社

作者：(美)约翰·盖格农

页数：370

译者：李银河

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>

## <<性社会学>>

### 前言

大千世界，奥秘无穷。  
探明真相，发掘原因，一直是激励千百万人投身于科学研究的最强大动力。  
时至今日，仰望苍天，我们已经能够欣赏海外星系的璀璨；俯探大地，我们已经能够聆听万米地下的油海涛声。  
但是，对于人类自己的性行为，对于这个人皆有之的生命现象和生活体验，我们实际上又知道多少呢？

性贯穿于我们的一生之中。  
咿呀学语时，我们就知道了自己是男孩还是女孩。  
两小无猜时，我们就时刻准备着做一个好小伙子或好姑娘。  
随后，我们又开始体验并不断体验内心的性冲动。  
我们接着又恋爱、结婚、生儿育女，直到老来相伴、相濡以沫、白头偕老。  
但是，在这漫漫人生路上，有谁曾告诉过我们，性究竟是怎么回事？  
我们心底一直潜藏着无数的好奇、疑问甚至困惑，又有谁给我们细细地解释过呢？  
古代的圣人孔子说：“食色性也。”  
他实际上告诉我们：性只是一种本能，一件不必细问的事情。  
于是我们一信就是两千多年。

## <<性社会学>>

### 内容概要

本书是作者在美国匹兹堡大学读书期间社会学专业本科生的教科书，全面涉及了性方面的诸多问题，包括性问题的起源、性目的、性评价、性认同与性角色、青春期、性刺激与性反应、手淫、异性恋、同性恋、双性恋、卖淫、性犯罪、性少数群体、性环境等等。

书中所述事实有相当的权威性，相比前辈的同类著作，多了大量新时期新环境中的新材料，可以算作一种“踏在巨人肩膀上”的工作，对于专业研究人员和一般读者都具有参考价值和启发意义。

## <<性社会学>>

### 作者简介

李银河，1952年生于北京，山西大学历史系学士，美国匹兹堡大学社会学系硕士、博士，现为中国社会科学院研究员、教授、博士生导师。

李银河是当代中国最富社会影响力的学者之一，主要研究领域是妇女社会学、家庭社会学、性别研究、性社会学。

她的许多理论对中国社会学的发展和中国人民的进步起到了推动性作用。

1999年，被《亚洲周刊》评为中国50位最具影响的人物之一。

2004年，被《南方人物周刊》评为“影响中国公共知识分子50人”之一。

2008年，入选“中国改革开放30年30名社会人物”。

## &lt;&lt;性社会学&gt;&gt;

## 书籍目录

序言 译者的话第一章 性问题的起源 第一节 本书的重点 第二节 现今美国社会中的性 第三节 变迁的后果 第四节 性脚本 第五节 性脚本的跨文化差异 第六节 仓促的判断：维多利亚时代 第七节 性脚本的历史差异 第八节 生物学、达尔文与性脚本 第九节 人的生命周期与性脚本 第十节 小结第二章 性目的的改变 第一节 立法的历史 第二节 许可的与不许可的 第三节 性目的的多样化 第四节 性行为模式与社会控制 第五节 性研究者的作用 第六节 结论：科学与目的第三章 对性研究的评价 第一节 理论与数据 第二节 对数据和解释的评价 第三节 历史：我们何时知道的 第四节 地点：我们从哪里知道的 第五节 对象：参加研究的是哪些人 第六节 方法：我们能知道些什么 第七节 科学与意识形态：为何言性第四章 性认同与性角色 第一节 定义 第二节 性发展理论 第三节 性认同与社会变迁 第四节 男孩与女孩的社会化过程 第五节 游戏世界中的性别差异 第六节 学校与传播媒介对性发展的影响 第七节 儿童读物 第八节 电视 第九节 各种传播媒介的效果 第十节 有关两性区分的科学发现第五章 性的早期学习 第一节 传统观念 第二节 童年期性感的意义 第三节 性与游戏 第四节 信息来源 第五节 结论第六章 青春期第七章 性刺激与性反应第八章 手淫第九章 异性恋的习得第十章 婚姻性关系第十一章 非婚性行为第十二章 同性恋第十三章 双性恋第十四章 卖淫第十五章 性犯罪与性罪犯 第十六章 性少数群体 第十七章 性环境 跋 参考文献

## &lt;&lt;性社会学&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章性问题的起源 很多人都会感到在性的问题上难以启口，即使在美国这样的社会，性的自由——有关它的希望、恐惧、成功与失败——也是很少见的，甚至对同居者和爱人也不例外。人们不是不谈这个问题，而是不说实话。

男人们在一起谈到性问题时会一味胡吹；女人们在一起谈起性问题时又不免飞短流长。

这类谈话中包含的欲望与忧虑的成分，大量地反映在传播媒介中。

这一难以启口的希望与想象为音像节目提供了素材，音像节目中夹杂着广告，广告又靠撩拨情欲来刺激消费。

有时人们能够比较诚实地谈及性问题，在这种情况下，谈话对象多为可靠的朋友或自身：感叹、快活或失望、抱怨。

抱怨的调子跟谈起自己的汽车、音响或化妆品相似：它不像广告上说的那么美好！

人们得到的结论往往是：性的感觉远远比想象中复杂。

重要的不是行为本身，而是行为带来的感觉。

对性行为规范的研究有多种方式，提纲挈领的问题是：人们做的是什麼（What）？

和谁一起做（Who）？

什么时间做的（When）？

什么地点做（Where）？

还有最重要的：为什么要这样做（Why）？

在上述各项w上，都有可能触发冲突，它不仅包括人与人之间的冲突，还会引起人们内心的冲突。

<<性社会学>>

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>