

# 《消费社会与消费认同》

## 书籍信息

版次：1

页数：218

字数：203000

印刷时间：2009年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787509708255

## 内容简介

本书吸收了国内外研究成果，详细辨析认同概念的多重含义，厘清认同的哲学根源与社会基础，并针对现实提出认同建构的意义创造模式，深入分析现代社会中消费如何成为建构认同及形成消费者共同体的重要方式，同时对此进行批判性的反思，为全面而深入地理解当代消费社会中的认同、审视中国的消费现实提供了一个基本的理论平台。

## 作者简介

伍庆，2007年于中山大学哲学系获哲学博士学位，现在广州市社会科学院从事研究工作。在多家刊物发表论文和评论十余篇，目前主要研究兴趣和方向是消费社会理论、发展哲学与发展社会学。

## 目录

### 引言

### 第一章 认同及其哲学根源与社会基础

#### 一 同一性：认同的哲学根源

#### 二 身份：认同的社会基础

#### 三 认同的含义与特性

### 第二章 认同的建构与认同危机

#### 一 认同建构的紧迫任务

#### 二 认同建构的关键

#### 三 认同的结构

#### 四 辨析认同危机

#### 五 同一性的冲突与断裂

### 第三章 消费社会中的认同建构

#### 一 劳动者与消费者的分离

#### 二 从劳动到消费

#### 三 消费建构认同的价值创造模式

### 第四章 消费认同与消费者共同体

#### 一 商品符号价值及其形成机制

#### 二 符号价值的特性

#### 三 占有性方式

#### 四 存在性方式

#### 五 消费者共同体的意义

### 第五章 反思消费认同

- 一 消费认同作为意识形态
  - 二 差异与相同的幻象
  - 三 反讽的认同
  - 四 认同的终结：同一性的悖谬
- 结语 认同的未来
- 参考文献

## 在线试读部分章节

### 第一章 认同及其哲学根源与社会基础

认同是一个复杂的概念，对应英文文献中通常使用的Identity也是一个内涵丰富的词，因此学者们在将它翻译为中文时就有了“同一性”、“身份”、“认同”等不同的译法，这正是对应于它本身所具有的多重含义。我们只有先探讨Identity在不同语境中所强调的不同侧重点，以及它们之间的关系，才能真正把握这个概念的丰富内涵。

#### 一 同一性：认同的哲学根源

Identity的本意“同一性”源自拉丁词Identita，它描述和界定了存在自身的两个特性：其一是Semperidem，即同(the same)，它不为时间的流变性所改变；另一个特性是Semperunum即一(the one)，它不为空间的多重性所改变(Fumaroli, 1999)。一同一性问题是哲学历史上源远流长的主题，经常与运动和静止、一与多等范畴的讨论同时出现。据称是西方第一位哲学家的泰勒斯(Thales)说“水是一切的始基”时，就开始了追溯万物本原的哲学思考，即在不同存在差异中的同一性的问题。……

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)