

<<消费社会与消费认同>>

图书基本信息

书名：<<消费社会与消费认同>>

13位ISBN编号：9787509708255

10位ISBN编号：7509708257

出版时间：2009-9

出版时间：社会科学文献出版社

作者：伍庆

页数：218

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>

<<消费社会与消费认同>>

前言

坚持马克思主义哲学研究与中国现代化建设相结合，这既是在中国推进马克思主义哲学研究的必然要求，也是中国进行现代化建设的需要。

如果说1840年鸦片战争以来，外国列强用枪炮使中华民族第一次直面他们所输出的“文明”——一种扭曲的和以野蛮的形式表现出的现代文明的话，那么洋务运动、戊戌变法和辛亥革命等则是中国人自觉地进行自己的现代化运动的尝试。

这些尝试不论涉及的是新的物质文明生产方式还是社会制度层面上的变革，都先后以失败告终。

在深重的历史灾难和民族危机面前，中国共产党人作为民族的先锋队和无产阶级的先锋队自觉地选择了马克思主义，从文化层面上为中国现代化奠定了基础。

从这个时候开始，中国人民才真正地开始自己气势磅礴、创造历史的现代化进程。

马克思主义不仅成为中国共产党人领导中国现代化运动的指导思想，而且成为主导中国现代化运动的文化基础的核心和理论支柱。

从这个意义上说，中国的现代化运动是与中国共产党人对于马克思主义这一指导思想的选择分不开的。

中国共产党人选择了马克思主义，由此开创了中华民族迅猛地迈向现代文明的崭新历史时代。

中国共产党人以马克思主义思想为指导，带领中国人民所进行的革命和建设，应该从中华民族走向现代文明的历史高度来理解。

如果从这个角度来理解，那么马克思主义中国化的历史也就是中国共产党人把马克思主义和中国现代化的实践结合起来的历史。

<<消费社会与消费认同>>

内容概要

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。

<<消费社会与消费认同>>

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。

<<消费社会与消费认同>>

书籍目录

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

<<消费社会与消费认同>>

章节摘录

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，对应在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 Identiv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。

<<消费社会与消费认同>>

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>