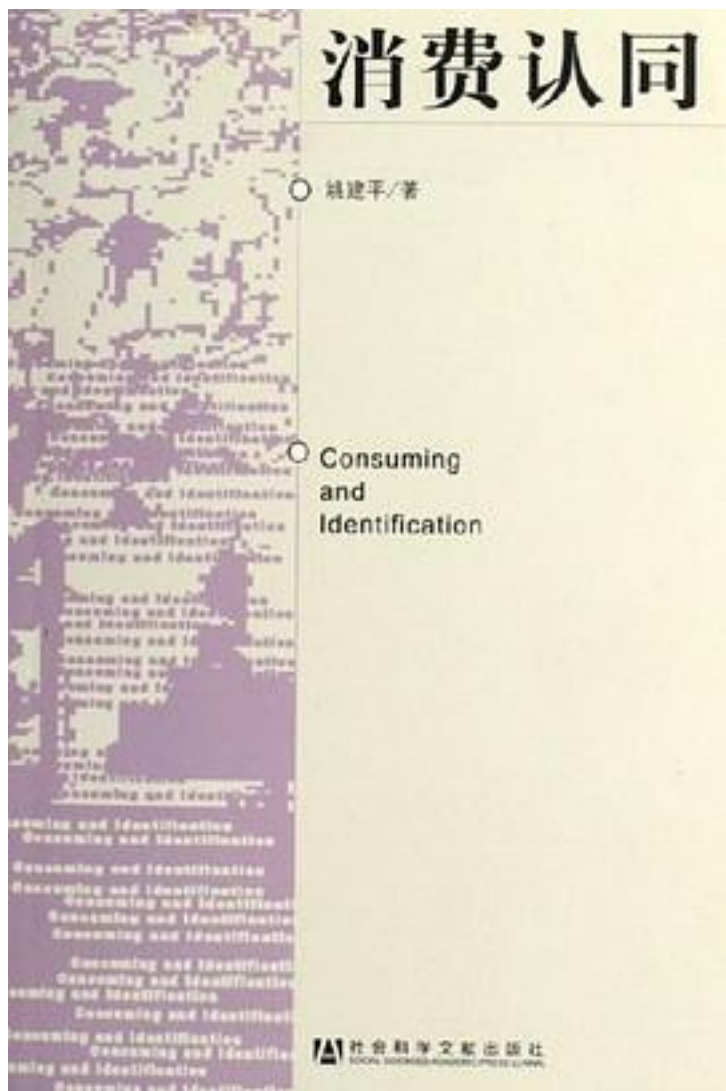


消费认同



[消费认同_下载链接1](#)

著者:姚建平

出版者:社会科学文献出版社

出版时间:2006-3

装帧:简装本

isbn:9787801909237

消费方式的身份认同主要包括两个互逆的过程：一是群体归属感，它是通过消费方式将个人融入某个阶级、阶层和群体来定位身份，强调群体间的差异。二是自我感，自我感的本质是一种群体疏离感，通过消费方式强调自己不属于任何群体和阶层（只属于自己）来定位身份，所表达的是个体间的差异。

作者介绍:

目录: 序	(1)
导言	(1)
一 问题的提出	(1)
二 研究的理论意义及现实价值	(12)
三 研究方法	(17)
第一章 消费方式身份认同的理论基础	(20)
第一节 物的社会意义	(20)
第二节 消费方式身份认同分析的两种视角	(28)
一 个体层次的身份认同	(29)
二 群体层次的身份认同	(38)
第二章 消费方式的等级与阶级差异	(43)
第一节 等级消费方式与等级身份	(44)
一 欧洲古代社会的等级消费方式	(44)
二 中国古代社会的等级消费方式	(52)
第二节 消费方式竞争与阶级身份区分	(62)
一 等级与阶级的区别	(62)
二 工业社会早期的消费方式竞争	(65)
第三章 消费社会以来消费方式及身份认同的变化	(81)
第一节 品味差异与社会分类	(84)
一 审美与品味	(85)
二 社会性格与品味	(91)
三 资本与品味	(94)
第二节 个性化、自我实现与身份认同	(103)
一 消费与自我想象	(106)
二 符号消费理论	(108)
三 社会结构的变迁与消费方式的自我意识	(113)
第四章 实证研究程序及主要技术指标	(124)
第一节 研究地点的选取与问卷调查的分析框架	(125)
一 研究地点的选取	(125)
二 问卷调查的基本思路和分析框架	(126)
第二节 问卷的形成与数据处理	(129)
一 样本的确立	(129)
二 主要技术指标	(132)
第三节 入户访谈与实地观察	(146)
第五章 消费方式的身份认同感强弱分析	(148)
第一节 消费认同的综合强度	(148)
第二节 消费认同的单项强度	(152)
第六章 社会分层与消费方式的选择	(163)
第一节 经济资本与消费方式的阶层区分	(164)
一 亚贫困阶层的消费方式与身份意识	(164)
二 经济资本对身份建构的主动性	(173)
第二节 受教育程度与消费方式的身份认同	(184)
一 受教育程度对消费方式选择的影响	(184)
二 文化资本对于身份的主动构建	(188)
第三节 职业与消费认同的关系	(204)

- 一 职业与消费方式的选择(204)
- 二 消费方式对职业身份的主动构建(212)
- 第四节 经济资本、文化资本和职业对品牌解释的不足(219)
- 第五节 三类特殊群体的消费方式“理想型”(224)
 - 一 三类群体的消费方式(224)
 - 二 情境因素对他人消费方式描述的影响(233)
- 第六节 消费主义价值观与消费认同的关系(235)
 - 一 消费主义价值观的项目综合强度(236)
 - 二 消费主义价值观与消费认同的关系(241)
- 第七章 阶级、自我与消费认同(245)
 - 第一节 消费认同实证研究的基本结论(245)
 - 一 收入、受教育程度、职业与消费认同(246)
 - 二 消费主义与消费认同(248)
 - 第二节 阶级、自我与社会转型(249)
 - 一 消费方式的阶级差异与阶级身份认同(249)
 - 二 个性化消费方式与社会转型(258)
- 参考文献(262)
- 附录A 消费认同及消费主义价值观调查问卷(272)
- 附录B 访谈提纲(276)
- 后记(280)
- • • • • [\(收起\)](#)

[消费认同_下载链接1](#)

标签

社会学

身份认同

消费

消费者行为

认同

消费社会

身份

管理学

评论

[消费认同_下载链接1](#)

书评

[消费认同_下载链接1](#)