

消费社会学



[消费社会学_下载链接1](#)

著者:王宁

出版者:社会科学文献出版社

出版时间:2011-7

装帧:平装

isbn:9787509723203

《消费社会学(第2版)》简介：消费涉及每一个人，人们在消费过程中

面临许多与社会和文化有关的问题。《消费社会学(第2版)》作者王宁认为，消费是联结经济与文化的社会活动，是经济生活、文化生活与社会生活的联结点 and 汇聚地。消费既是经济领域与日常生活领域进行交换和沟通的渠道，也是资本与日常生活实践相结合的领域。因此，消费不仅具有经济和营销意义，而且具有重要的文化和社会意义。消费生活向我们显示了，人们不但通过自己的“生产者”角色，而且也通过自己的“消费者”角色，与他人结成一定的分工、合作、交换和互动的社会关系。消费不但是经济学意义上的消费者追求个人效用最大化的过程，而且也是社会学意义上的消费者进行“意义”建构、趣味区分、文化分类和社会关系再生产的过程。

作者介绍:

王宁，英国谢菲尔德大学博士，中山大学社会学与人类学学院社会学与社会工作系教授、博士生导师。

目录: 目 录

绪 论	1
第一章 消费社会学的研究对象	7
一 问题的提出	7
二 从学科属性的原则看研究对象	10
三 从学科目标的原则看研究对象	15
四 从学科视角的原则看研究对象	17
第二章	
消费与需要	21
一 需要的性质	21
二 需要的区间	26
三 需要的二重性	28
四 影响消费需要的因素	30
第三章	
消费与认同	43
一 认同作为社会学概念	44
二 个体认同与消费活动	49
三 社会认同与消费群体	56
第四章	
消费与生活方式	65
一 消费选择的分类	66
二 消费选择是对生活方式的选择	74
三 消费选择的后果：产品生命周期问题	78
第五章	
消费与情感	81
一 情感社会学回顾	82

二 情感的社会宣泄方式与消费享乐主义·····	83
三 情感的社会沟通方式与营销沟通中的情感诉求·····	88
四 情感的社会表达方式与服务行业·····	97
第六章	
消费与文化·····	100
一 文化的概念·····	100
二 文化作为符号系统·····	105
三 消费作为文化·····	112
第七章	
物质消费文化·····	115
一 物的符号功能和符号价值·····	116
二 商品的符号化过程·····	119
三 商品的空间符号·····	125
四 物的符号转换·····	128
第八章	
规范消费文化·····	132
一 家庭消费规范·····	134
二 交际消费规范·····	139
三 消费习俗与消费规范·····	144
四 意识形态、消费规范与消费禁忌·····	148
第九章	
表现消费文化·····	152
一 消费的表现功能·····	153
二 象征消费·····	157
三 衣食住行与消费象征·····	164
第十章	
消费与时间·····	172
一 时间：从社会学角度看·····	172
二 休闲时间作为消费的条件和诱导·····	174
三 休闲作为消费的对象·····	179
第十一章	
消费与空间·····	189
一 空间化实践·····	189
二 消费空间的社会发生·····	192
三 公共消费空间的社会建构·····	194
四 家庭消费空间的社会建构·····	203
第十二章	
公共消费方式·····	212
一 关于公共消费的几个基本概念·····	213
二 社会公共消费的社会功能·····	215
三 公共消费作为一种消费方式·····	220
四 公共消费方式的变迁·····	224
第十三章	
可持续消费问题·····	229
一 关于可持续消费的探讨·····	230
二 “不可持续”消费模式的价值基础·····	233
三 “不可持续”消费模式产生的社会、文化和市场机制·····	235
四 环境问题的全球化与后消费主义·····	242
第十四章	
消费者权益问题·····	245
一 交易关系中的消费者弱势·····	245
二 消费者权益受损现象的宏观社会学分析·····	249
三 消费者权益的保护问题·····	259
结束语·····	

263
参考文献.....
268
再版后记.....
283
· · · · · (收起)

[消费社会学_下载链接1](#)

标签

社会学

消费社会学

王宁

消费

消费主义

消费社会

符号学

社会工作

评论

到现在我越来越对社会学失去兴趣的原因是，各种分支课程似乎只提出一些概念来解释现代社会的一些现象，试图用无所不包的理论去解释一个现象同时结论也更为常识。涉及过多领域也使得理论显得冗杂而失去意义。

王宁要是按照他课堂讲义来编书的话会比这本好看很多吧……

竟然出了第二版

内容丰富，行文条理清晰，相对一些学术专著，这本书读起来不算艰难。读完这本书，深感社会学这门学科的研究范围之广。

为写论文而看，甚是枯燥。

作导论很全，谈文化主要看2-9章。题外话，后面有段写中国房价为什么畸形的高，和暑假回家我爸我叔叔说得一模一样，帮无知的我补了一个常识吧…

沒有學過社會學的，沒有接觸過符號學的，可以作為啟蒙教材。。

写论文用的

这个教材好像讲的更新潮一些。

读拉松第一天 读一本社会学的书（第一天就有点偷懒
这是为了完成我的社会学概论作业）

已读059，三星半。就，还是中文课本的那些老特点吧：全面而无趣，可以当导论看，但是整本书没有灵魂。如果我是个对社会学一无所知的人，大概翻了三页就会把书扔掉。如果我学过社会学，但对这个议题兴趣一般，可能会看个一两章再把书扔掉。推荐3、5、7、10、11章

国内消费社会学书籍论文还存有大片空白，王宁有好几本消费社会学的书籍但是感觉没有突破。。

绪论关于消费概念的演变还不错 其余就简单看了下 论文需要

基本概念都有介绍，拿来当入门书棒棒的

读的第一本关于消费的书 是个不错的导论 更新了对消费的理解
理论背景交代的也比较全

消费社会学领域比较新，对于2001年第一版的书来说，是开拓性的，前沿性的。第二版在2011年出，现在读起来很多内容仍然不过时，这也是理论的魅力，揭示了底层规矩，能为未来做研判依据。但第二版没有把2001-2011这十年的变化做补充，是遗憾。而2011到现在，消费领域又发生了很大变化，2011年，还没有微信，没有微商，淘宝直播，没有现在那么多互联网公司，社群营销还不兴旺。这些内容，仍是消费社会学可以研究的领域，希望能持续跟进。

初步印象看完第一章觉得挺有逻辑的，比彭华民那一版好一些
为了论文终于读完了！总的来说理论条理脉络还是很清晰的，如果有案例分析更好了

[消费社会学_下载链接1](#)

书评

我是从什么时候开始关注消费主义的呢？或许是从买了很多瓶瓶罐罐、看了很多关于科学护肤的知识的文章，结果却发现大部分皮肤问题无法通过护肤品解决的时候。又或许是在发现去过好几个国家，却逐渐觉得各处风景都趋于雷同的时候。于是我逐渐开始反思：在每次买买买的行为背后，...

这版与01年的第一版有什么不同？发现页码变少了，原来380多页，现在280多页。王教授跨社会学与管理学两个学科，问题研究的框架很好。其实我希望第二版能把一些新的趋势问题加入进去，可惜作者没有，为什么国内的不像国外那样一个版本，然后不断完善呢？

[消费社会学_下载链接1](#)