

<<性的消费主义>>

图书基本信息

书名：<<性的消费主义>>

13位ISBN编号：9787807456087

10位ISBN编号：7807456086

出版时间：2010-2

出版时间：上海社会科学院出版社有限公司

作者：杨柳

页数：271

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>

<<性的消费主义>>

前言

中华民族具有悠久的学术文化传统，两千年前儒家经典《大学》即倡言“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善”。

其意即蕴含着彰扬学术、探索真理。

而《中庸》论道：“博学之、慎思之、审问之、明辩之、笃行之。

”则阐释了学术研究的治学精神以及达到真实无妄境界的必由之路。

因此，从对世界历史进程的审视与洞察，社会发展、科学昌明、思想进步，从来离不开学术科研力量与成就的滋养与推动。

大学是国家与社会发展中一个不可或缺的重要力量，而科学研究的水平则又体现了大学的办学水平和综合实力，是一所现代大学重要的标志。

因此，一个大学的学术气氛，不仅在很大程度上影响和引导着学校的科研状态，而且渗透和浸润着这个大学追求真理的精神信念。

这正如英国教育思想家纽曼所言，大学是一切知识和科学、事实和原理、探索与发展、实验与思索的高级力量，它态度自由中立，传授普遍知识，描绘理智疆域，但决不屈服于任何一方。

大学的使命应是人才培养、科学研究和服务社会；高等教育发展的核心是学术和人才。

因此，大学应成为理论创新、知识创新和科技创新的重要基地，在国家创新体系中应具有十分重要的地位和意义。

上海政法学院是一所正在迅速兴起的大学，学院注重内涵建设和综合协调发展，现已有法学、政治学、社会学、经济学、管理学、语言学等学科专业。

学院以“刻苦、求实、开拓、创新”为校训。

这既是学校办学理念集中的体现，也是学术精神的象征。

<<性的消费主义>>

内容概要

本书共分为八章，叙述逻辑如下：第一章，理论准备与研究设计。

介绍与本书相关的理论观点与研究成果。

本书从概念、理论和经验事实三个层面，对文献资料作了较为系统的梳理、归纳和分析，指出了它们和本项研究的关系，以及为本书所留下的学术空间。

在文献述评的基础上，对本书中涉及的核心概念进行了界定，进一步明确了本书的研究方法和研究的代表性问题。

第二章和第三章，性的消费主义现象的具体表现的描述，这是本书的核心部分。

本书在更为具体的、经验的层面细致地从性的消费主义现象的两个维度——性的消费化和消费的性化倾向来展开对现象的描述。

性的消费化倾向的现象，即存在于私人领域中欲望性的实体状态的性。

具体而言，对一夜情、以权谋性、以性谋利的行为从性态度的随意性、性行为的交换性、性意义的多元性分析了其消费属性的确立，对卖淫嫖娼这一得到最普遍认同的性消费进行分析，说明其在消费社会所呈现的新特点；消费的性化倾向的现象，即存在于公共空间中功用性的符号形态的性，展现了作为消费手段和消费内容的性符号的运用。

第四章和第五章，对性的消费主义现象的分析。

人类行为是复杂而多侧面的，单一理论视野远远不能涵盖其所有的方面。

以消费社会和性化社会作为分析工具，运用性与社会的相互建构理论，以及哈贝马斯的“生活世界的殖民化”，分析性在消费社会中的变化和呈现。

具体而言，在社会层面上，从消费社会和性化社会的背景分析性与消费缘何相关联；在文化层面上，从消费文化、性别文化角度分析女性身体的性化，消费主义意识形态对性符号的利用，以及性本身的消费现象；在性的变迁层面上，从性本身的特点和性作为社会的存在，并在消费社会和性化社会的背景下的变迁中，分析“性”（不是其他）何以能够成为消费主义的优先选择；最后，从权力和金钱对性的渗入现象出发，说明性的社会演变中其背后的控制或影响的两种机制。

第六章，性的消费主义现象对人的主体性、性的本质、两性平等、婚姻家庭以及对社会秩序等的影响。

通过以上分析，可见社会文化等结构性的因素和微观因素如何建构了性，得出性的消费主义现象的本质究竟是什么，由此延伸出去，考察该现象对社会的各个领域的积极或消极的影响，从而展现性对社会的建构和塑造。

第七章，应对性的消费主义现象的挑战。

可以说消费主义是现代社会的病态，性的消费主义现象在与文化、经济和社会的互动中，存在诸多负向影响。

因此，笔者针对各个不同性质和领域的现象，提出了相应的对策性建议。

第八章，本书的研究总结。

主要对本书中得出的主要结论进行梳理和总结，并在此基础上提出了进一步探讨的问题。

<<性的消费主义>>

作者简介

杨柳，女，博士，吉林长春人，2007年毕业于上海大学文学院社会学专业，上海政法学院社会学与社会工作系副教授。

主要研究方向为性社会学、婚姻家庭及其社会性别研究。

多次参加国内外学术报告和交流活动，主持或主要参与各种相关研究项目6项，在各类学术期刊上发表论文20余篇。

<<性的消费主义>>

书籍目录

导论第一章 理论准备与研究设计 第一节 理论准备及相关研究述评 一、概念：性、消费及相关研究述评 二、理论：性的本质主义与建构主义相关研究述评 三、经验事实：几类现象的相关研究述评 四、文献总评 第二节 研究设计 一、基本概念界定 二、研究方法第二章 性的消费主义现象维度之一：性的消费化 第一节 “一夜情”等非婚性行为消费属性的确立 一、性态度的随意性 二、性行为的交换性 三、性意义的多元性 第二节 卖淫嫖娼现象在消费社会的新呈现 一、娼妓的起源及在中国的发展脉络 二、卖淫嫖娼现象在消费社会的新呈现 第三节 性的消费化的定义、特征及其分类 一、性的消费化的定义 二、性的消费化的特征 三、性的消费化的分类 本章小结第三章 性的消费主义现象维度之二：消费的性化 第一节 作为消费手段的性符号 一、性符号的含义 二、作为消费手段的性符号 第二节 作为消费内容的性符号 一、文化消费的含义 二、作为消费内容的性符号 第三节 消费的性化的含义、特征及分类 一、消费的性化的定义 二、消费的性化的特征 三、消费的性化的分类 四、性的消费化和消费的性化倾向的关系 本章小结第四章 性的消费主义现象的原因多维分析(一) 第一节 社会层面：性与消费缘何相关联？ 一、性的消费化与消费社会 二、消费的性化与性化社会 第二节 文化层面：为何是“女人的身体，男人的目光”？ 一、消费文化 二、性别文化 第三节 性的变迁层面：“性”何以成为消费主义的优先选择？ 一、性本身所具有的特点 二、性作为社会存在的变迁 三、实例分析：广告中何以包含大量的性符号？ 本章小结第五章 性的消费主义现象的原因多维分析(二) 第一节 生活世界的殖民化 第二节 从性的政治化到性的市场化 一、政府机关对性的控制：权力 二、市场体系对性的侵扰：金钱 三、权力与金钱对性的控制的交融与更迭 本章小结第六章 性的消费主义现象的影响 第一节 对人的主体性的影响 一、作为个体的身体的情欲自主性提高 二、性的重要性提高，人的主体地位降低 三、人的属性单维化，“关系”意义丧失 第二节 对性的本质的反思 一、性与商品、物品构成同质符号网 二、金钱、利益、利润等非本质因素成为其本质的一部分 第三节 对两性平等的反思 一、平等说 二、不平等说 第四节 对婚姻家庭的影响 一、家庭依然十分重要并不可替代 二、个体对家庭需求内涵的变化 三、家庭危机时有发生 四、道德焦虑感的困扰 第五节 对社会秩序的影响 一、性交易与腐败现象的产生 二、对社会道德伦理的冲击 本章小结

<<性的消费主义>>

章节摘录

插图：私人性行为在中国传统文化的社会控制中一向十分严格，在20世纪80年代以前，婚外性、婚前性不但在行为上是被严格禁止的，而且在道德上也是被人质疑的，婚姻外的任何性行为都被人鄙视，甚至冠以污名化的称呼。

但随着社会的转型，到了90年代以后，网络影响的扩大、社会流动的加大、陌生社会的形成以及人们性观念的改变，非婚性行为越来越多，商业性交易也十分普遍。

一夜情、网络性爱、午间婚外情等初露端倪，中国开始出现所谓的“性革命”。

过去人们普遍认同的“爱情-婚姻-性”三位一体的行为模式，在一些人的性观念和性行为中已不能得到实现。

某些人对待性的态度，开始变得就像“一个寂寞的午后上街购买一件商品那样简单和随意”；性对于某些人的意义，就好像“今天要打保龄球，明天要打高尔夫球”那样休闲和娱乐。

曾亲耳听到一位发生婚外性的男士对他的妻子说，“那事和你没关系，和家庭没有关系，我还是会对你好，对这个家负责的，在外面只是玩玩而已”。

可见，过去发生非婚性行为的负罪感、愧疚感、压力感，在“爱情-婚姻-性”的联系遭到系统抹杀的情况下被逐渐稀释，性与精神、情感的联系在一些人中变得松弛。

总之，在性的领域，性的物化的倾向在一部分人那里开始出现。

另一方面，在消费领域中性符号作为拉动人们消费欲望的手段频频出场，而且越来越多的文化传媒产品正在偏离自身的属性而染上色情化的倾向，性成为文化消费的一个重要的内容。

性爱成为娱乐和商业的工具，电视和广告成为表现“性”的最普及的媒体。

如广告中性符号的大量使用以及诗歌、小说、电影、绘画、雕塑、舞蹈中的涉性内容；再如日常生活中的黄色笑话、黄色短信息以及餐饮文化中的人乳宴、女体盛，等等。

可见，性的“非性”目的的消费频频亮相。

通过以上两类现象的描述，不难看出性与消费已日益纠缠在一起，而且有进一步紧密的趋势。

<<性的消费主义>>

编辑推荐

《性的消费主义》：上海政法学院学术文库。

<<性的消费主义>>

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>