

La consommation et ses sociologies

Titre(s) : La consommation et ses sociologies

Auteur(s) : Heilbrunn, Benoît (1969-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Singly, François de (1948-....) (Directeur de publication)

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, 2005

Description matérielle : 1 vol. 127 p. ; 18 cm

Collection : 128. Sociologie 1637-6897

ISBN : 978-2-200-34039-1

Appartient à la collection : 128. Sociologie 1637-6897

Classification décimale Dewey : 306.3

Résumé ou extrait : - La consommation comme système de diffusion de sens, de croyances et de pratiques
- La consommation sous l'angle de l'échange et de la valeur - La consommation comme système classificatoire - La consommation comme système d'interactions - La consommation et le processus de construction identitaire A un degré inédit dans l'histoire des sociétés, la consommation s'est aujourd'hui dé耦lée de la stricte réponse aux besoins naturels; elle s'offre désormais comme un " territoire " aux frontières sans cesse étendues au sein duquel groupes et individus manipulent sens et valeurs et mobilisent une part croissante de leurs ressources (en temps, effort et énergie psychique). La consommation implique la domination de croyances et de pratiques transmises à travers des systèmes d'échange et d'influence et fonctionnant via des processus adaptés de construction et de manifestation de l'identité individuelle. Ce livre éclaire cette question majeure pour la compréhension de nos sociétés. Il met en lumière les différentes facettes des pratiques de consommation en synthétisant l'apport des approches sociologiques, anthropologiques et sémiotiques, et donne à réfléchir en cernant avec précision les enjeux liés à l'extension de la consommation à l'ensemble de la vie sociale. [4ème de couv.]

Sujet(s) : Consommation Sociologie Consommateurs Comportement

Sujet - Nom commun : Sociologie et anthropologie