第一图书网, tushu007.com

<<社会学导论>>

图书基本信息

书名：<<社会学导论>>

13位ISBN编号：9787563811113

10位ISBN编号：7563811117

出版时间：2004-2-1

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：孙立平

页数：289

字数：372000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《高等院校素质教育系列教材：社会学导论（修订第3版）》包括，社会学的学科性质，社会学的视野，社会学的由来与发展，社会学与社会学的想象力，社会学的基本理论与方法，社会学的基本理论，社会学研究的基本方法，文化，文化的含义与特征，文化的构成与功能，文化的变迁，中国传统文化的基本特点等内容。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

孙立平，1955年生，曾长期在北京大学社会学系任教，现为清华大学社会学系教授。
博士生导师。
20世纪80年代，主要研究方向为社会现代化。
其间，提出现代化的时序模式、后发外生型现代化等理论。
特别是后发外生型现代化理论，在学术界产生了广泛影响。
90年代后，研究兴趣转向中国社会结构变迁，提出了“总体性社会”、“总体性资本”、“自由流动资源”与“自由活动空间”等重要概念和理论。
目前的研究方向主要是转型社会学和口述社会史。

应星，1968年生，先后毕业于北京大学社会学系（硕士）和中国社会科学院研究生院（博士）。
现为中国政法大学社会学院教授。

吕新萍，1969年生，博士毕业于中国人民大学社会学系。
现为首都经济贸易大学劳动经济学院副教授。

第一图书网, tushu007.com

<<社会学导论>>

书籍目录

第一章 社会学的学科性质
第一节 社会学的视野
第二节 社会学的由来与发展
第三节 社会学与社会学的想象力
第二章 社会学的基本理论与方法
第一节 社会学的基本理论
第二节 社会学研究的基本方法
第三章 文化
第一节 文化的含义与特征
第二节 文化的构成与功能
第三节 文化的变迁
第四节 中国传统文化的基本特点
第四章 社会化
第一节 人的生物性与社会性
第二节 社会化的环境因素
第三节 生命历程中的社会化
第四节 转型中国社会中的社会化问题
第五章 社会关系与社会结构
第一节 社会角色与社会关系
第二节 社会互动
第三节 社会资本与社会网络
第四节 社会结构
第六章 社会群体与社会组织
第一节 社会群体概述
第二节 群体结构与群体运行过程
第三节 社会组织概述
第四节 组织过程和组织变迁
第五节 转型社会中的群体与组织现象
第七章 社会制度
第一节 社会制度概述
第二节 主要的社会制度
第三节 中国单位制度分析
第八章 社会分层与社会流动
第一节 社会分层与流动
第二节 改革前后中国的社会分层
第三节 20世纪90年代以来中国社会分层的新趋势
第四节 市场转型与社会分层结构
第九章 农村社区与城市社区
第一节 社区的含义和类型
第二节 城乡关系与二元结构
第三节 从农村到城市：城市化
第四节 中国城市化道路探讨
第十章 社会问题与社会控制
第一节 社会问题概述
第二节 若干社会问题分析

第一图书网, tushu007.com

第三节 社会控制概述
第四节 越轨与社会控制
第十一章 集合行为与社会运动
第一节 集合行为的形成机制
第二节 集合行为的主要类型
第三节 社会运动
第十二章 社会现代化
第一节 社会现代化的含义
第二节 西方国家的现代化进程
第三节 后发外生型现代化
第四节 转型社会学与中国经验
第十三章 全球化与本土化
第一节 全球化的发展趋势
第二节 本土化的含义
第三节 中国社会学研究的本土化问题
参考文献
第三版后记

章节摘录

问题的关键是，成本的承载者与收益的获得者不是一个主体。
获得这个企业利润的是企业的所有者或企业主，获得企业提供的税收的是政府，而污染代价的承担者则可能是普通民众，比如周围的农民，特别是河流下游的农民。
分析一下我们就可以知道，在中国目前的情况下，企业收益获得者与污染代价承载者的社会力量是不一样的。
作为企业收益获得者的政府和企业是强有力的，而污染代价承载者的力量往往是很软弱的。
特别是在决定某个企业是否应该因为污染而关闭这样的问题上，两者力量和影响力的悬殊是显而易见的。
正因为如此，许多这样的企业仍然在我们的社会中存在着。
这就是社会学看待环境污染问题的一个视角。
其实，对于社会生活中的许多事情，社会学都可以提供一种独特的观察视角。
用社会学的视角观察和分析社会现象，无疑可以深化我们对社会现象的认识和了解。
比如，喝咖啡是我们日常生活中很普通的一种现象。
对这一现象，人们往往都习以为常，很少去深究其背后更多的内涵。
英国著名社会学家安东尼·吉登斯却运用社会学理论对咖啡和喝咖啡的现象进行了饶有兴味的分析：　第一，咖啡并不只是一种让人精神焕发的东西。
作为日常社会活动的一部分，咖啡还具有象征价值。
有时候，与喝咖啡相关的仪式比喝（消费活动）更为重要。
举例来说，早上喝咖啡在许多西方人的日常生活中标志着一天的开始。
在白天，人们常常是与其他人一起喝咖啡，此时，喝咖啡就更多地表现为一种社会仪式了。
第二，咖啡含有咖啡因，而咖啡因是一种毒品，对大脑有刺激性作用，许多人喝咖啡就是为了提神，熬过自己难熬的时光。
不过，人们并不把嗜好喝咖啡的人看成是吸毒的人。
但是，如果你只是要咖啡因（吸毒），情况就不同了，大多数社会并不容许人们吸毒。
不过，也有社会容许消费大麻甚至可卡因，但却反对消费咖啡。
为什么这样呢？
这是社会学家有兴趣探讨的问题。
第三，喝一杯咖啡使一个人卷入到了全球一系列复杂的社会与经济关系中。
咖啡生产地大多数是贫穷国家，而消费地大多数在一些富裕国家。
在国际贸易中，咖啡是仅次于石油的最有价值的商品，是许多国家最大的外汇来源。
咖啡的生产、加工、运输和销售，为许多人提供了就业机会，也为国家之间的交往提供了机会。
由于现代社会没有一个社会能够置身于桃花源中，研究这种全球化的贸易，也是社会学的一项重要任务。
……

第一图书网, tushu007.com

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