

Кравченко А. И.

Социология в схемах и определениях: учеб. пособие.— Москва : Проспект, 2015. — 368 с.

Оглавление

ГЛАВА 1	
Социология как система научного знания.	3
§ 1. Место социологии в системе научного знания	3
§ 2. Система научного знания в социологии	14
ГЛАВА 2	
Исходные понятия социологии: статус и роль.	39
§ 1. Предмет и объект социологии - исходные понятия науки	39
§ 2. Содержание статуса и роли	41
§ 3. Типы и виды статусов	48
§ 4. Статусный портрет	52
§ 5. Социальные роли	56
§ 6. Статусное несовпадение	60
ГЛАВА 3	
Статика и динамика общества.	62
§ 1. Статика общества	62
§ 2. Исторические типы структуры общества (примеры)	67
§ 3. Социальные институты	71
§ 4. Типология обществ	78
§ 5. Динамика общества	89
§ 6. Глобализация и модернизация	95
ГЛАВА 4	
Социальная онтология.	102
§ 1. Социальное пространство	103
§ 2. Социальная структура	И°

§ 3. Социальное поле	113
§ 4. Социальные сети	117
§ 5. Социальные отношения	120

ГЛАВА 5

Социальная стратификация 123

§ 1. Социальное неравенство	123
§ 2. Бедность и богатство	131
§ 3. Параметры социальной стратификации	148
§ 4. Исторические типы и формы стратификации	156
§ 5. Социальные классы	161
§ 6. Средний класс	168
§ 7. Глобальные аспекты стратификации	176
§ 8. Региональные аспекты стратификации	184
§ 9. Социальная мобильность	189

ГЛАВА 6

Социология личности 203

§ 1. Личность и ее внутренний мир	203
§ 2. Мотивы и потребности	213
§ 3. Поведение и взаимодействие	226
§ 4. Социальное действие	235
§ 5. Социальный контроль и санкции	238
§ 6. Отклоняющееся поведение	244
§ 7. Социальные конфликты	248
§ 8. Возраст человека	252

ГЛАВА 7

Социальная среда и социализация 266

§ 1. Социальная среда и индивид	266
§ 2. Социальные группы и общности	271
§ 3. Малая группа	279
§ 4. Семья и брак	286
§ 5. Социализация	307

ГЛАВА 8	
Социологическое исследование	320
§ 1. Программа эмпирического исследования	320
§ 2. Измерение и шкалы	327
§ 3. Методы социологического исследования	330
§ 4. Опрос	331
§ 5. Анкетирование	333
§ 6. Выборочный метод	337
§ 7. Интервью	340
§ 8. Анализ документов	342
§ 9. Наблюдение	346
§ 10. Маркетинговые исследования	354