

Социологический опрос как метод социологического исследования

Презентацию выполнил
Студент первого курса
БЭУ-15-ПБ
Александров Андрей

Определение

Социологический опрос — метод социологического исследования, заключающийся в сборе и получении первичных эмпирических сведений об определённых мнениях, знаниях и социальных фактах, составляющих предмет исследования, путём устного или письменного взаимодействия исследователя (интервьюера) и заданной совокупности опрошиваемых (интервьюируемые, респонденты).



Виды опросов

По способу получения информации и ее интерпретации:


- 1) анкетный опрос
- 2) социологическое интервью
- 3) экспертный опрос




По степени охвата генеральной совокупности:

1) сплошные опросы

2) выборочные опросы

- 
- По процедуре проведения:
 - 1) индивидуальные опросы
 - 2) групповые опросы


- 
- По форме проведения:
 - 1) устные опросы
 - 2) письменные опросы



По способу коммуникации социолога и респондента:

1) контактные опросы

2) бесконтактные опросы

- 
- По частоте проведения:
 - 1) разовые опросы
 - 2) повторные

Интервью

- **Интервью** (англ. *interview*) — разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы. В некоторых случаях это происходит в эфире.



Виды интервью

- Информационное интервью
- Оперативное интервью
- Интервью-расследование
- Интервью-портрет
- Беседа
- Флеш-интервью


Анкетирование

- **Метод анкетирования** — психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета.



Виды анкетирования

- По числу респондентов
- - Индивидуальное анкетирование (один респондент)
- - Групповое анкетирование (несколько респондентов)
- - Массовое анкетирование (от сотни до тысяч респондентов)

- 
- **По полноте охвата**
 - Сплошное — опрос всех представителей выборки.
 - Выборочное — опрос части представителей выборки.

- По типу контактов с респондентом
- - Очное (в присутствии исследователя-анкетёра)
- - Заочное (анкетёр отсутствует)
- - Рассылка анкет по почте
- - Публикация анкет в прессе
- - Публикация анкет в интернете
- - Вручение и сбор анкет по месту жительства, работы и т. д.

Список литературы

- 1. Америкромби Н., Хилл С., Теренр Б. Социологический словарь. Казань, 2003
- 2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. уч.пособие – М.: Финансы и статистика, 2001
- 3. Добренъков В. И., Кравченко А. И. Социология. Краткий курс. – М., 2002
- 4. Кравченко А.И. Социология – М.: Проспект, 2003
- 5. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко – М.: 2003
- 6. Яковлев С.И. Опрос – М., 2004



Спасибо за внимание!