

УДК 303.4

*С. С. Марачковский, А. В. Михаленко*

## **СБОР ДАННЫХ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ**

**Аннотация.** В последнее десятилетие наблюдается огромный рост использования интернета. Поскольку через эту новую среду происходит все больше коммуникативной деятельности, то наблюдается значительный рост первичных исследований виртуальных сообществ, онлайн-отношений и множества других аспектов компьютерного общения. Изучение пользователей интернета привело к увеличению онлайн-опросов, что поставило перед исследователями новые задачи с точки зрения внедрения новых методов исследований с использованием онлайн-опросов. Цель данной работы состоит в том, чтобы помочь исследователям определить, получают ли они пользу от использования онлайн-опросов, а также помочь им в выборе методов онлайн-опросов.

**Ключевые слова:** сбор данных, онлайн-опрос, интернет-опрос, метод исследования.

Эмпирические исследования, осуществляемые с помощью сети Интернет, обладают определенной привлекательностью для исследователей различных научных направлений – социологов, психологов, экономистов, политологов и др. Это, разумеется, обусловлено рядом их неоспоримых преимуществ по сравнению с традиционными формами таких исследований.

Сбор данных – неотъемлемая часть исследовательского процесса, поскольку он позволяет собирать информацию, относящуюся к теме исследования, которую можно анализировать и интерпретировать. Данные помогают понять тему и предоставляют достаточные доказательства, чтобы помочь доказать (или опровергнуть) определенную точку зрения [1].

Использование сбора данных онлайн стало более популярным за последнее десятилетие и отражает текущие изменения в исследовательском процессе. До широкого использования анкет и данных опросов, доставляемых по почте, участники либо приходили в исследовательские лаборатории, либо исследователи ездили к своим участникам. С повсеместным распространением интернета стал доступен новый способ сбора исследований. Сегодня интернет-исследования стали обычным явлением, а онлайн-опросы считаются более дешевыми, быстрыми и удобными способами доступа к участникам. Действительно, благодаря онлайн-возможностям исследователи имеют доступ к обширным, разнообразным выборкам и к заинтересованным в ответах на опросы [2].

Исследователи в различных гуманитарных дисциплинах могут найти в интернете плодотворную область для проведения опросов. Поскольку стоимость компьютерного оборудования и программного обеспечения продолжает снижаться, а популярность интернета растет, все больше слоев общества используют интернет для общения и получения информации.

Одним из преимуществ виртуальных сообществ как площадок для исследований является то, что они предлагают механизм, с помощью которого исследователь может получить доступ к людям, которые разделяют определенные интересы, взгляды, убеждения и ценности в отношении вопроса, проблемы или деятельности, с которыми было бы трудно, если не невозможно, связаться по другим каналам. Во многих случаях сообщества и группы существуют только в киберпространстве. Например, было бы трудно найти большую, концентрированную группу людей, ведущих личное обсуждение таких тем, как киберпреследование, онлайн-торговля акциями, а также плюсы и минусы виртуальных знакомств. Также сюда можно отнести людей с непопулярными политическими взглядами, людей с такими заболеваниями, как ВИЧ и СПИД, расстройством пищевого поведения, физическими недостатками, людей, связанных с употреблением наркотиков и незаконной деятельностью [1].

Подход онлайн-опроса обеспечивает удобство несколькими способами, например: а) участник может ответить в удобное время; б) участник может уделять столько времени, сколько ему необходимо для ответа на вопросы; в) участник может пройти опрос за несколько сеансов. Аналогично бумажному опросу, онлайн-опросы-анкеты позволяют разнообразить вопросы (например, вопросы с несколькими вариантами ответов, шкалы), пропускать нерелевантные вопросы для подгрупп в выборке (например, вопросы о беременности для мужчин отсутствуют) и даже собирать открытые вопросы (качественные данные) через свободное текстовое поле. Структура онлайн-вопросника может быть построена таким образом, чтобы повысить процент ответов по каждому пункту. Например, респонденты должны ответить на вопрос, прежде чем перейти к следующему вопросу. Это, однако, может создать неблагоприятную ситуацию для некоторых участников исследования, если они не захотят отвечать на деликатные вопросы. В отличие от бумажного почтового опроса, благодаря этому подходу можно было бы легко следить за ответами по электронной почте, что увеличивает скорость ответов [3].

Еще одно преимущество заключается в том, что исследования, проводимые в интернете, могут сэкономить время исследователям. Как уже отмечалось, онлайн-опросы позволяют исследователю охватить тысячи людей с общими характеристиками за короткий промежуток времени, несмотря на большие расстояния между ними. Исследователь, заинтересованный в опросе труднодоступных групп населения, может быстро получить доступ к большому количеству таких людей, разместив приглашения для участия в группах новостей, чатах и сообществах. В среде исследования лицом к лицу потребовалось бы значительно больше времени, если бы вообще было возможно найти эквивалентное количество людей с определенными качествами, интересами и установками в одном месте. После того как приглашение принять участие в опросе размещено в интересующем сообществе, отправлено людям по электронной почте через

службу рассылки или распространено через исследовательскую службу онлайн-опросов, ответы на онлайн-опросы будут передаваться исследователю по электронной почте или размещены в базе данных. Это позволяет исследователям проводить предварительный анализ собранных данных, ожидая, пока накопится желаемое количество ответов. В последнее время пакеты программного обеспечения для создания онлайн-опросов предоставляют различные шаблоны для более простого создания и проведения онлайн-опросов, а также для экспорта данных в статистическое программное обеспечение. Кроме того, ряд сервисов онлайн-опросов предоставляют помощь в разработке опросов, генерируют выборки, а также анализируют и интерпретируют данные [4].

Исследователи онлайн-опросов также могут сэкономить деньги, перейдя с бумажного формата на электронный носитель. Бумажные опросы, как правило, обходятся дорого даже при относительно небольшой выборке, а затраты на традиционное широкомасштабное обследование с рассылаемыми по почте вопросниками могут быть огромными. Использование онлайн-опросов позволяет обойти эту проблему, устраняя необходимость в бумаге и других затратах, таких как почтовые расходы, печать и ввод данных. Проведение онлайн-интервью либо по электронной почте, либо в формате «чата» обеспечивает экономию средств. Затраты на записывающее оборудование, проезд и телефон также снижаются. Кроме того, можно избежать затрат на расшифровку, поскольку онлайн-ответы документируются автоматически [2].

Как обсуждалось выше, онлайн-опросы имеют много преимуществ по сравнению с традиционными опросами. Однако есть и недостатки, которые следует учитывать исследователям, рассматривающим возможность использования методологии онлайн-опросов. Хотя многие из проблем, приведенных ниже, также присущи традиционным исследованиям в области опросов, некоторые из них уникальны для компьютерной среды.

Хотя интернет-исследования явно приносят пользу исследователям, достоверность собранных данных остается неясной. Предполагается, что онлайн-сбор данных обеспечивает анонимность и поэтому участники с большей вероятностью ответят откровенно и искренне. Есть данные, свидетельствующие о том, что это не всегда так. Существует ряд факторов, влияющих на качество предоставляемых данных. Физическое отстранение от исследователя может увеличить вероятность небрежного ответа. Присутствие исследователя в комнате с участником играет важную роль в восприятии и отношении исследуемого, о чем свидетельствуют данные исследования, в котором участников случайным образом распределяли в комнату с исследователем и в комнату без исследователей. Результаты этого исследования показывают, что участники отвечают более внимательно, когда находятся в одной комнате с исследователем [5].

К следующей проблеме можно отнести проблему выборки. Например, о характеристиках людей в интернет-сообществах может быть известно отно-

сительно немного, за исключением некоторых основных демографических переменных, и даже эта информация может быть сомнительной. Ряд служб веб-опросов предлагают доступ к специализированным группам населения на основе данных предыдущих опросов. Однако, если данные сообщались самостоятельно, нет гарантии, что участники предыдущих опросов предоставили точную демографическую информацию или информацию о характеристиках.

Вышеизложенное необязательно представляет собой исчерпывающий обзор преимуществ и недостатков проведения онлайн-опросов, хотя он отражает опыт, с которым столкнулись многие исследователи, и указывает на факторы, которые следует учитывать при принятии решения об использовании и разработке онлайн-опроса.

При разработке и проведении онлайн-анкетирования следует учесть следующие методологические компоненты, которые имеют решающее значение для успешного проведения онлайн-опроса.

**Дизайн и макет.** Формат анкеты должен быть удобным для участников, а для ее заполнения потребуются лишь минимальные навыки работы с компьютером. Элементы опроса должны быть короткими, четкими и легко читаемыми для участников. Например, пожилым людям может понадобиться более крупный шрифт. Также участники исследования становятся более открытыми для обмена конфиденциальной или личной информацией после ответа на другие вопросы, поэтому такие вопросы должны быть помещены в конце. Кроме того, поскольку онлайн-опросы, как правило, проводятся самостоятельно, инструкции по ответам должны быть предельно четкими [4].

**Отбор участников опроса.** Легкий доступ к опросам для всех участников имеет важное значение в любом онлайн-анкетном опросе, поэтому онлайн-анкета может быть уместна только для определенных возрастных групп. Например, онлайн-исследование среди пожилого населения было бы неуместным, т. к. доля пожилых людей среди пользователей интернета невелика. Если ссылка на опрос продвигается через социальные сети (например, Twitter, Facebook), она может не учитывать мнения других людей, которые не используют социальные сети. В таких обстоятельствах опрос следует продвигать по другим каналам или использовать другие возможные стратегии сбора данных (например, телефонный или бумажный опрос следует сочетать с онлайн-опросом) [5].

**Оценка полученных результатов.** Крайне важно, чтобы исследователи могли обнаруживать потенциально недействительные данные, чтобы уменьшить шум в анализе. Существует множество методов обнаружения проблем такого типа, включая проверки противоречивости и контроль времени выполнения. При проверке противоречивости оценивается согласованность ответов. Например, в тесте может быть несколько одинаковых по смыслу вопросов. Если человек отвечает на них по-разному, то его ответы можно считать ложными.

Эта стратегия является более эффективной, когда между этими вопросами проходит мало времени. Следующий метод исключают участников с очень коротким временем завершения. Эта стратегия основана на предположении, что те, кто заканчивает тест очень быстро, с большей вероятностью бегло просмотрели инструкции, нетщательно обдумывали свои ответы или отвечали случайным образом, чтобы заполнить анкету как можно быстрее. Тем не менее исследователям трудно определить, что можно считать «слишком быстрым, чтобы быть недостоверным» временем завершения. Независимо от используемых стратегий исследователи также должны проявлять осторожность при удалении данных об участниках из исследования. Просеивание набора данных может значительно повлиять на результаты. Исследователи также могут ошибочно исключить участников, представляющих разнообразие в выборке [3].

Технология проведения онлайн-опросов молода и развивается. Такой подход к сбору данных позволяет собирать как качественные, так и количественные данные. Проведение онлайн-опроса дает возможность получить доступ к большим и географически распределенным группам населения. При тщательном планировании и выполнении результаты онлайн-опроса могут ничем не отличаться от результатов опроса на бумаге, но при этом могут демонстрировать преимущества благодаря более низким затратам и быстрому распространению. При разработке онлайн-опроса исследователи должны учитывать ряд принципов, таких как простота включенных элементов, осуществимость, уместность онлайн-опросов для целевых участников, полнота и нейтральность. Соблюдение этих принципов обеспечит методологическую обоснованность онлайн-опроса.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Чугунов, А. В.** Социология Интернета: методика и практика исследования интернет-аудитории: учебное пособие / А. В. Чугунов. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2007.
2. **Иванченко, Д. А.** Специфика применения интернет-технологий в социологических исследованиях / Д. А. Иванченко // Интернет и современное общество. – 2008.
3. **Докторов, Б. З.** Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. – 2000. – № 4. – Режим доступа: [http://www.pseudology.org/Gallup/On\\_line\\_Polls.htm](http://www.pseudology.org/Gallup/On_line_Polls.htm). – Дата доступа: 20.05.2022.
4. **Couper, M. P.** Web surveys: a review of issues and approaches / M. P. Couper // The public opinion quarterly. – 2000. – № 4. – P. 464–494.
5. **Bryman, A. V.** E-research: using the Internet as object and method of data collection / A. V. Bryman // Social research methods. – 3th ed. – Oxford: University Press, 2008. – P. 627–659.