

УДК 316:303

Современные методы социологических исследований: миф или реальность для провинциальных социологов?



Вайсбург А.В.

Кандидат социологических наук,
доцент кафедры социологии и социальных технологий
Тверского государственного технического университета

В статье рассмотрены основные направления использования информационных технологий при проведении исследований. Выявлены проблемы и трудности, возникающие с их использованием в региональных исследовательских центрах. Рассмотрены достоинства и недостатки интернет-исследований для регионов.

Ключевые слова: социологические исследования, социолог, интернет, информационные технологии, регион, методы, проблемы.

В XXI в. бурное развитие информационных технологий, сети интернет, автоматизация и роботизация многих процессов проникли и в сферу рынка социологических исследований. В настоящее время автоматизация и интернет используются практически на всех этапах проведения исследований. Начиная от разработки социологической документации (автоматизированный заказ исследования через личный кабинет на сайте исследовательской компании, создание технического задания и калькулятор расчёта стоимости исследования, выборочной совокупности, формирование анкет на базе различных платформ, использование планшетов при опросах и т.д.) до анализа результатов исследований (программы для подсчета и графического представления данных).

По данным *ESOMAR*, онлайн-исследования составляют 23 % в общей совокупности исследований, проведенных в мире в 2015 г. При этом в некоторых странах, например, в Японии и Швеции этот показатель достигает 45-46 % [1]. Наблюдается возросший интерес и самих социологов к новым возможностям. Современным методам и методикам посвящено достаточно много публикаций, ведущими авторами передовых исследований в данной сфере являются И.Ф. Девятко, А.В. Шашкин [2], Ю.К. Кормушина [3], А.М. Мавлетова [4]. На ежегодных мероприятиях «Российская исследовательская неделя» регулярно проводятся круглые столы или мастер-классы, посвященные проблемам и передовому опыту ис-

пользования интернет-исследований в социологии, политике и маркетинге. Публикуется специализированный сборник «Онлайн-исследования в России», в котором практикующие социологи из ведущих социологических центров России и зарубежья делятся опытом своих компаний в экспериментировании, тестировании и применении новейших методов. 18-19 апреля 2018 г. прошла VIII Международная социологическая Грушинская конференция «Социолог 2.0: трансформация профессии», на которой также бурно обсуждались электронные исследования. Все это свидетельствует об огромной популярности и появлении целого нового спектра «электронной» прикладной социологии.

В настоящее время, согласно докладу генерального директора компании *OMI* А.В. Шашкина на Грушинской конференции 2017 г., в мире огромными темпами происходит развитие современных методов исследований. Исследовательские компании используют различные методы онлайн- и офлайн-исследований в следующих объемах: онлайн-сообщества – 60 %; исследования *Mobile first* – 50 %; онлайн-интервью (через веб-камеру) – 47 %; анализ текстовых данных – 46 %; качественные исследования на мобильных устройствах – 44 %; аналитика социальных сетей – 43 %; Big Data аналитика – 38 %; мобильная этнография – 35 %; микро-исследования – 34 %; *eye-tracking* – 34 %; поведенческие экономические модели – 29 %; геймификация – 25 %; прикладная нейронаука – 21 %; анализ ми-

мики лица – 20 %; предсказательные рынки – 19 %; краудсорсинг – 15 %; интернет-вещей – 12 %; биометрия – 12 %; виртуальная реальность – 11 %; анализ телеметрических данных – 11 %; анализ данных носимых устройств – 9 % [5].

Однако в России складывается достаточно двоякая ситуация с применением интернет-исследований и информационных технологий в прикладной социологии. Хотелось бы отметить, что автор анализирует трудности с позиции среднестатистического регионального практикующего социолога, проживающего не в самом удаленном городе – Твери, преподающего много лет в академической сфере.

Одной из первых проблем необходимо назвать проблему недостаточности подготовки будущих социологических кадров в сфере интернет-исследований. Возможно, и сами преподаватели недостаточно владеют всеми современными достижениями и работками. Ведь для этого необходимо постоянно учиться, читать специализированные публикации в сфере новых методов и методик, обмениваться опытом с коллегами и вообще, быть «практикующим» социологом. А такие, как мы, к сожалению, знаем, встречаются достаточно редко, особенно в провинциальных вузах. Конечно же, у столичных исследователей и социологов из крупных городов гораздо больше таких возможностей. Однако при анализе учебных планов многих учебных заведений, ведущих подготовку социологов, видно, что отдельные курсы «Методы онлайн-исследований», «Онлайн-методы в исследованиях коммуникаций» читаются только в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Следовательно, можно говорить о недостаточной подготовке социологов в сфере электронных исследований.

Также целый ряд проблем для социологов, проживающих в различных регионах, связан с использованием современных методов (даже при наличии огромного желания применять данные методики и методы на практике). В последние годы наблюдается и так достаточное снижение количества заказов на социологические исследования на рынке исследований. При этом для региональных центров достаточно большую конкуренцию представляют компании, занимающиеся исследованиями на базе интернет-панелей. Рекрутирование происходит различными современными методиками. Например, при помощи технологии «роутинга». Здесь респондентам, готовым к заполнению анкеты в данный момент времени, но не подходящим по каким-либо квотам, предлагают поучаствовать в другом исследовании. Это ведет к увеличению емкости панели и привлечению большего числа респондентов. В США практикуется использование концепции «модульных опросов». Ее суть состоит в том, что анке-

та состоит из определенных модулей и респонденты могут заполнить только часть из них. Получение денежного вознаграждения или призов за участие в исследовании достаточно хорошо стимулирует региональных респондентов для участия в исследованиях на базе онлайн-панелей. При этом такие исследования позволяют компаниям значительно экономить время, средства, трудовые ресурсы. Открываются широкие возможности использования большего количества визуальных стимулов (фото, видео, аудио-материалов, визуальных шкал, 3D моделирования, клик-тестов, методики *eye-tracking* и т.д.). Происходит автоматическая фиксация данных, создание базы данных и статистическая обработка результатов исследования. В среднем онлайн-проекты на 40-50 % дешевле холл-тестов, уличных или телефонных опросов [6]. Все это ведет к тому, что крупные заказчики, столичные исследовательские центры и институты, работающие по системам субподряда с мелкими региональными исследовательскими организациями, зачастую предпочитают запускать именно интернет-панели. Конечно же, при этом возникает необходимость уменьшения объемов анкеты, усиление контроля заполнения анкеты. Среди инновационных подходов к уменьшению объемов электронной (да и бумажной) анкеты в настоящее время предлагаются следующие возможности: пересмотр анкеты в «очках респондента»; проведение пилотного тестирования анкеты; удаление близких по смыслу вопросов и вариантов ответов; отказ от использования большого списка вариантов ответов (лучше оставлять ключевые и вводить графу «иное»); устанавливать квоты на количество ответов респондентов; группировка вопросов; изменение формулировок вопросов на более простые; применение ранжирования для выбора наиболее значимых ответов; использование геймификации и инфографики.

Контроль за заполнением электронных анкет также модифицирован за счет внедрения различных технологий. Технологии «*Timing control*» – это функция контроля времени при заполнении онлайн-анкеты, когда кнопка «далее» загорается только через определенный интервал времени. Функция «*Карча*» выводит текст вопроса при заполнении онлайн-анкеты голосовым прочтением постепенно, со скоростью 250 слов в минуту. Проведение аудиозаписи интервью и GPS-контроля с места опроса при заполнении анкет на планшетах интервьюерами.

Но даже при использовании всех перечисленных технологий одной из самых главных проблем для проведения интернет-исследований посредством панелей в регионах остается смещенность и неясная репрезентативность выборки. Это продиктовано, конечно же, в первую очередь уровнем проникновения самой сети интернет в средних и мелких городах России. Об охвате сельского населения уже и

говорить не приходится. Поэтому для региональных исследовательских компаний основными заказами от крупных столичных исследовательских центров выступают сейчас, как правило, проведение «полевых» этапов исследований в регионе.

Появление возможностей создания и внедрения анкеты в сети интернет посредством бесплатных и платных платформ (типа *google*-форм, *testograf.ru*, *simpoll*, *survio*, *MyServeyLab*, анкетолог 2.0, *servey monkey*, *getcourse.ru*, *oproso.ru*), создание специализированных приложений в различных социальных сетях (например, сервис «Опросы 2.0» в социальной сети «ВКонтакте») также составило значительную конкуренцию региональным исследователям. Конечно же, все перечисленные разработки существенно облегчают деятельность и самих региональных социологов. Однако тут на первый план выходит первая рассмотренная автором проблема – недостаточная развитость навыков и умений работать с перечисленными продуктами и разработками.

Зачастую столичные заказчики хотят проведения исследований в регионах при помощи автоматизации опроса за счет внедрения планшетов. Для региональных исследовательских компаний это также влечет за собой целый ряд проблем. Конечно же, благодаря внедрению планшетов в процесс опроса исследование на любую тематику становится более простым. «Полевой» этап исследования значительно сокращается, экономия времени составляет от 6 до 24 часов. Проблема контроля работы интервьюеров решается благодаря контролю аудиозаписи интервью и *GPS*-контролю места опроса. Однако применительно к Тверской области, в отдаленных сельских поселениях это преимущество нереализуемо. Во многих деревнях не работает даже сотовая связь. По этой же причине могут возникнуть проблемы и с автоматическим вводом данных в итоговую базу через сеть. Использование планшетов позволяет и автоматически проверять непротиворечивость ответов респондентов, что снижает риск самозаполнения анкет интервьюерами.

Однако при этом необходимо учитывать издержки при переходе опросов на планшеты и затраты на обучение интервьюеров. По данным компании ВЦИОМ, по причине перехода на планшеты, а со-

ответственно, усиленной форме контроля данных был обновлен интервьюерский корпус в среднем на 40 %. При этом большинство крупных исследовательских центров России в настоящее время при проведении опросов работает на планшетах.

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#/ (дата обращения: 29.02.2016)
2. Девятко И.Ф. От «виртуальной лаборатории» до «социального телескопа»: метафоры тематических и методологических инноваций в онлайн-исследованиях // *Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко. – М.: Изд-во МИК, 2016. – С. 19-34.
3. Кормушина Ю.К. Проект «РИК-2018» как коллаборативный проект сообществ региональных исследователей общественного мнения // VIII Грушинская социологическая конференция «Социолог 2.0: трансформация профессии». – URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/prezplen_shashkin.pdf (дата обращения 04.06.2018).
4. Мавлетова А.М. Мобильные веб-опросы // *Онлайн исследования в России 3.0.* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. – М.: Издат. дом «Кодекс», 2012. – С. 59-84.
5. Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18-19 апреля 2018 г. / Отв. ред. А.В. Кулешова. – М.: АО «ВЦИОМ», 2018. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/prezplen_shashkin.pdf (дата обращения 05.05.2018)
6. Тинчурин А.Т., Мамян Н.С. *Онлайн исследования в России: «реакция совмещения»* // *Онлайн исследования в России 2.0* / Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. – URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=1876>

Modern Methods of Sociological Research: Myth or Reality for Provincial Sociologists?

A.V. Vaisburg
Tver State Technical University

The article deals with the main directions of the use of information technology in research. The problems and difficulties arising from their use in regional research centers are revealed. The advantages and disadvantages of Internet research for the regions are considered.

Key words: sociological research, sociologist, Internet, information technology, region, methods, problems.