

СОЦИОЛОГИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

ФИЛИПОВА Татьяна Витальевна - старший преподаватель кафедры гуманитарных наук Университета г. Переяславля.

Современные компьютеры активно используются исследователями как вспомогательный инструмент в научной деятельности. Но с появлением Интернета, к которому во всем мире подключено более 100 млн. человек (в России - 100 тыс. человек), компьютер стал необходимым атрибутом современного исследования. Именно в период преобразования системы общественных отношений в России, становления нового информационного порядка у российских ученых появилась возможность заглянуть во всемирную электронную сеть - Интернет - и ознакомиться с ее ресурсами [1]. А вскоре очень остро встала проблема наполнения российских структур Интернета серьезной научной информацией по всем направлениям, в частности - по социологии. Несмотря на почти десятилетнюю практику существования этих структур в России, оно до сих пор остается очень низким по качеству. Надо отметить, что российскими социологами уже предприняты первые шаги по освоению Рунета (русской части Интернета), и можно уже говорить о формировании социологического информационного сообщества.

Как найти социологию в российском Интернете

Поиск социологических сайтов в российском Интернете - весьма сложное и трудоемкое занятие. Прежде всего возникает вопрос, какие сайты считать социологическими? Как быть с теми сайтами, которые отражают политические процессы или специализируются на маркетинговых исследованиях? Ведь здесь нередко используются элементы методологии и исследовательские методы социологии. В результате длительного и кропотливого поиска "социологии в Интернете" я пришла к выводу, что соответствующих научных сайтов в Рунете фактически нет. Большинство интернет-ресурсов выполняет ознакомительную функцию: немного информации о данной орга-

низации, ее сотрудниках, направлениях и методах работы. Но, несмотря на сложившиеся ныне взаимоотношения социологии и Интернета, стоит попытаться проанализировать те шаги, которые уже сделаны российскими социологами на пути освоения всемирной электронной сети.

Прежде всего, к социологическим стоит отнести: сайты базовых академических структур; научно-исследовательских, аналитических организаций, занимающихся прикладными социологическими исследованиями; профессиональных журналов; вузовские сайты и др. Интернет-ресурсы, представляющие исследования политических и экономических преобразований в посттоталитарном обществе, политическую конъюнктуру России и результаты исследований современного рынка потребительских товаров и услуг, здесь мы рассматривать не будем.

Сегодня более 100 российских социологических организаций имеют свои сайты, они очень разные по структуре, наполненности информацией и ее содержанию. Некоторые заслуживают внимания, т.к. представляют все больше значимой для социологов информации. Именно они к концу 1999 г. сформировали основной массив социологической информации в Рунете. Попробуем представить адреса их страничек в Интернете по рубрикам с комментариями по отдельным из них.

Сайты базовых академических структур:

Отделение Российской Академии наук (ОФСПП) (<http://www.che.nsk.su/RANAVIN/STRUCT/DIVISION.HTM>);

Институт социологии РАН (<http://www.isras.rssi.ru>);

Институт социально-политических исследований (<http://www.ispr.ras.ru>).

Сайты аналитических организаций:

Фонд "Общественное мнение" (<http://www.fom.ru>). Стоит заметить, что данный сайт разработан вполне профессионально, четко структурирован и эффективно представляет социологическую информацию пользователям сети. Он обеспечивает свободный доступ к ней, постоянно обновляет странички, которые содержат описание методики проведения исследований и результаты, анализ опросов общественного мнения за несколько лет, дает возможность целенаправленного поиска информации и имеет линки (ссылки) с другими социологическими организациями.

ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) (<http://www.wciom.ru>). На этом сайте публикуются информационные и аналитические материалы по социологическим, социально-политическим и маркетинговым исследованиям, проводимым на базе регулярных массовых опросов населения. Дано описание методики и техники стандартных и специальных (в сфере политики и бизнеса) исследований. Есть доступ в уникальный архив данных, где хранятся результаты более чем 2000 исследований. Содержится информация о важнейших процессах трансформации социальной и экономической жизни общества, динамике настроений населения, потребительских стандартах, стилях жизни.

Московский общественный научный фонд (<http://www.mpsf.org/indexr.html> и). Здесь также немало полезной для социологов информации. Предлагаются интересные сообщения по социальным и политическим проблемам, публикации полных текстов научных статей и сборников, изданных МОНФ.

Служба PR (<http://www.prserve.ru/>). Сайт этой аналитико-консультативной службы с трудом можно отнести к социологическим. Но здесь есть газета "Будильник Депутата", в которой публикуются материалы по электоральным исследованиям.

Меркатор (<http://www.mercator.ru/>). На сайте данной аналитической группы даются результаты изучения социальной и политической жизни в России, главным образом, в региональном аспекте.

Центр независимых социологических исследований (<http://www.indepsores.spb.ru/>).

Центр социологических исследований Министерства высшего и профессионального образования (http://www.informika.ru/windows/goscom/cinorgan/socio/first_pg.html)

Центр социологических исследований МГУ (<http://www.opinio.msu.ru/>)

Gallup Ltd. Петербург (<http://www.gallup.spb.ru/rus/default.htm/>). Сайт представляет организацию, занимающуюся прикладными социологическими исследованиями. Предлагаются результаты опросов общественного мнения, медийные и маркетинговые исследования.

Петерлинк (<http://www.infopro.spb.su/survey/>)- На сайте этой провайдерской компании расположена так называемая "Социологическая витрина". Она содержит около десяти простых анкет, на вопросы которых можно ответить в режиме on-line. Блокнот анкет постоянно обновляется, а результаты опросов регулярно публикуются и всегда доступны для просмотра. Принимаются заявки на проведение сетевых социологических опросов по определенной теме.

7 статей (<http://7st.ru/index.phtml>). Этот сайт-дайджест представляет собой коллекцию опубликованных в разных изданиях статей по социологии.

Сайты профессиональных журналов:

1. *Социологические исследования (Социс)* (http://www.isms.rssi.ru/R_SocIs.htm);
1. *Социологический журнал* (<http://win.www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm>);
3. *Журнал социологии и социальной антропологии* (<http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/>);
4. *Новое поколение: экономисты, политологи, философы* (<http://www.newgen.org/>).

Сайты ведущих вузов, имеющих факультеты социологии:

Московский государственный университет им. Ломоносова (<http://www.socio.msu.ru/>; неофициальный сайт: <http://www.nir.ru/socio/>);

Санкт-Петербургский государственный университет (<http://www.soc.pu.ru/>);

Европейский университет в Санкт-Петербурге (<http://www.eu.spb.ru/socio/index.htm>).

Отдельные социологические сайты:

"Социология от А до Я" (<http://www.glasnet.ru/~asch/sociology/>). Здесь вы найдете все, что вам необходимо по теории и истории социологии, методике социологических исследований. Это своего рода электронная мини-энциклопедия по социологии. Множество ссылок, размещенных на сайте, дает возможность получить информацию о вузах, в которых ведется подготовка социологов и преподается эта дисциплина, о ведущих исследовательских организациях, научных журналах. Здесь же расположена и коллекция ссылок на зарубежные социологические сайты.

Национальная служба новостей (<http://www.nns.ru/elects/president/opros.html>). Страницка публикует отдельные результаты социологических (предвыборных, 1996 г.) опросов ВЦИОМ, РОМИР, Института социологии парламентаризма, Фонда "Общественное мнение". К сожалению, все эта информация очень давно не обновлялась. Такое впечатление, что сайт "умер".

РЕНЕТ КОМ (<http://www.renet.ru/question/>). На этой страничке проводится мини-опрос (состоящий из одного вопроса), предоставляется возможность ознакомиться с результатами текущего опроса и с архивом подобных, проведенных компанией РЕНЕТ КОМ. Страницка производит впечатление полуразвлекательного электронного СМИ.

УПП (<http://u-pereslavl.botik.ru/~isys/Socio/>). Здесь также проводится мини-опрос, но из нескольких вопросов. Страницка очень свежая и многообещающая.

Интернет как средство коммуникации

Использование возможностей Интернета российскими социологами в их профессиональной и научной деятельности может вестись по нескольким направлениям. Сеть может использоваться не только как эффективный источник необходимой информации, но и как уникальное средство профессионального общения, а ее возможности позволяют трансформировать технологии социологических исследований. До сих пор малоисследованной остается проблема применения информационных и телекоммуникационных технологий в гуманитарных науках. Они открывают новые техники

работы и для социологии. Особенно это актуально для эмпирических исследований, где важно адекватно реагировать на требования реальности, пересматривая традиционные методы и подходы.

Бурное развитие Интернета кардинально меняет образ жизни миллионов людей. Электронная сеть развивается быстрыми темпами, а количество ее пользователей с каждым годом увеличивается. Доступ к информации постоянно расширяется и дает возможность каждому получать ее в любое время, когда это необходимо. Процесс информатизации дал импульс к открытости общественного устройства, действительности феномена общественного мнения. Возникло так называемое *киберпространство*, а в нем - *комьюнитис* - группы, сообщества людей, которых связывает некий общий интерес и которые установили прочные связи между собой благодаря Интернету. Это и новая форма общественных отношений, и продукт новейших информационных технологий [2]. Через Интернет происходит свободное, без всякого подавления, вовлечение личности в опосредованный коммуникативный процесс. По сути, Интернет вовлекает человека в новые формы существования и, в определенной мере, может формировать личность. Правда, виртуальные реальности могут быть использованы в целях манипулирования сознанием людей, поэтому этот процесс не должен оставаться бесконтрольным. Развитие технологий использования киберпространства в научных целях и привлечение быстро формирующихся комьюнитис к исследованиям, возможно, в какой-то мере предотвратят негативные социально-психологические последствия бурного развития информатизации общества. Анализируя темпы роста информационных ресурсов российского сектора Интернет, можно вполне оптимистически смотреть в его будущее [3]. Но решение многих вопросов остается за российским социологическим сообществом.

Интернет-опросы - новая техника работы

К концу XX столетия Интернет и электронная почта все в большей степени стали использоваться социологами для проведения массовых опросов. Интернет дает социологам возможность проведения глобальных исследований по актуальным проблемам. Собирается информация из разных стран, разных континентов, по всему миру.

Мировая практика проведения таких опросов существует около десяти лет. Интернет-технологии помогают ускорить сбор первичной социологической информации для исследования стремительных социальных процессов. Становятся возможными персональные интервью, экспертные опросы, проведение виртуальных фокус-групп, через Интернет.

И все же социологические исследования, организованные через Интернет, достаточно редки. Даже за рубежом такие исследования проводятся нечасто, хотя число пользователей Интернета значительно больше, чем в России [3]. В то же время сетевые социологические исследования вызывают научный и практический интерес у социологов. Он обусловлен рядом преимуществ по сравнению с традиционными формами.

Прежде всего, исследования через Интернет позволяют экономить время, деньги, человеческие ресурсы, а также повысить качество собираемых данных. В условиях информационного общества фактор экономии ресурсов в социологическом исследовании становится решающим. И уже сейчас в принятии решения по проведению исследования в сети Интернет он достаточно значим [4].

Говоря о сборе качественной социологической информации от респондентов, необходимо отметить, что при проведении традиционных социологических опросов исследователь довольно часто испытывает трудности в этом деле. Современный человек не находит ничего привлекательного в том, чтобы отвлекаться от текущей работы (традиционно опросы проводятся в рабочее время), читать и отвечать на вопросы социологической анкеты со стандартным текстом на нескольких страницах, тратить на это личное время и интеллект и при этом не иметь возможности узнать хотя бы промежуточные результаты опроса (нет возможности получить обратную связь).

Благодаря интернет-технологиям, существует возможность предоставления *индивидуальной обратной связи* непосредственно после заполнения анкеты, что может стимулировать респондента к постоянному участию в интернет-опросах и формировать у него положительный имидж такой формы социологических исследований, а также служить фактором привлечения других респондентов [5]. Традиционные методы проведения массовых опросов не позволяют респондентам получать обратную связь от исследователя сразу же после ответа на вопросы. Человек проделывает серьезную работу, отвечая на вопросы, тратит на это время и силы, а взамен ничего не получает. Кроме, в редких случаях, некоторых поощрительных слов или мелких сувениров. Это усугубляет то обстоятельство, что респондент зачастую выступает в опросах как объект манипуляции со стороны исследователя [6]. Проблематика обратной связи обычно выходит на первый план в кризисные моменты общественной жизни. Недостаточное внимание к проблеме обратной связи исследования чревато искажением его результатов, а порой даже его "провалом" (из-за низкого процента возврата анкет).

Интернет-технологии позволяют *легче и быстрее проводить пилотаж*, и, следовательно, изменять анкету (вопросы) [7]. Интернет-опросы позволяют *обеспечить высокую степень* так называемой *экологической валидности*. Условия заполнения анкеты (интервьюирования) ближе к естественным, привычным для респондента условиям жизни. Особенно надо подчеркнуть, что человек, отвечая на вопросы в таком режиме, находится в комфортной для него ситуации. Это максимально приближает условия проведения исследования к полевым. Человек дает свои ответы на вопросы электронной анкеты, выбирая время, когда ему никто не мешает и нет стремления побыстрее отделаться от "приставучего интервьюера". В методике интернет-опроса отсутствует прямой визуальный контакт социолога с респондентом, и это способствует созданию совершенно иной коммуникативной ситуации, которая часто позволяет снизить психологический дискомфорт и повысить уровень искренности ответов.

В интернет-опросах *в меньшей степени сказывается влияние интервьюера*. У респондента не возникает ощущений принуждения, неловкости, стеснения, нервозности, часто наблюдающихся в ситуации, когда интервьюер, мотивируя к участию в исследовании, невольно просит сделать одолжение, а человеку трудно отказать и невозможно как следует ответить.

Интернет располагает респондента к *более откровенным ответам*, что имеет большую ценность в реализации исследований по острым и деликатным проблемам. В последние годы актуализировались "сенситивные" проблемы, такие как употребление и распространение наркотиков, СПИД, аборты и использование средств контроля над рождаемостью, употребление алкоголя и здоровье, самоубийства и т.п. Исследовать их становится все труднее, т.к. современный человек не приветствует "вторжение" социологов в свою индивидуальную практику и частную жизнь. Изучение отмеченных проблем требует большего обеспечения анонимности респондентов. Этого не всегда удается достичь при проведении опросов традиционными методами.

"Открытость" респондентов позволяет получать не искаженные данные. Человек не стремится давать социально желаемые ответы, что часто наблюдается при непосредственном контакте с интервьюером. В ответах на открытые вопросы по электронной почте респонденты дают более подробные и развернутые ответы, чем в традиционном опросе "ручкой на бумаге". Об этом свидетельствуют результаты зарубежных исследований интернет-опросов и интернет-тестинга [8].

Использование Интернета как инструмента исследования открывает новые возможности для эмпирической социологии. Вместе с тем, есть много технических и методологических проблем в применении интернет-технологий для социологических исследований. Эти проблемы, прежде всего, связаны с тем, что доступ в Интернет имеет ограниченное число людей (особенно это важно для России), недостаточное для проведения глобальных опросов [9]. С другой стороны, некоторые особенности Интернета могут приводить к специфическим проблемам, справиться с которыми программными средствами пока невозможно. Например, респондент может давать произвольные

ответы на вопросы с целью посмотреть, что из этого получится; велика вероятность намеренного искажения информации о себе. Ответы, которые даются по Интернету, могут быть вполне правдоподобными, и поэтому их сложно контролировать с помощью программного обеспечения. Это может привести к искажению результатов исследования, хотя следует заметить, что такие же негативные явления происходят и при традиционных методах опроса, особенно опосредованных (почтовый, телефонный опросы). Беспокоит и то, что некоторые респонденты могут принимать участие в исследовании неоднократно [4]. Это особенно вероятно, если за участие в исследовании полагается материальное вознаграждение (например, так называемые электронные деньги)*.

Survey-site и электронная анкета

Первое условие - минималистический дизайн сайта и отсутствие на нем баннеров. Это необходимо для того, чтобы не отвлекать респондентов от заполнения анкеты, что требует вдумчивого осознания и сосредоточенности.

Вводная информация по проводимому опросу с кратким описанием проблемы, цели исследования, периодом (датами начала и конца сбора данных) предоставляется респонденту в наиболее доступной форме (дизайн текста - "перевернутая пирамида").

Особое место в электронной анкете отводится **инструкции** для респондента. Ее необходимо составлять таким образом, чтобы у респондента не возникало сложности в понимании. Нечеткая инструкция может привести к угасанию интереса к исследованию и неверному пониманию вопросов, а, следовательно, искажению результатов или полному отсутствию таковых. Инструкция должна иметь привлекательный дизайн и форму подачи текста, заинтересовывать смыслом и четкостью изложения сути задания — и тогда она сможет привлечь человека к участию в исследовании.

Перед тем как респондент приступит к ответам на вопросы, желательно информировать его о том, сколько времени займет заполнение анкеты, сколько в ней вопросов, надо ли что-то "набивать" самому или только "поставить галочки".

Для большего удобства респондента каждый вопрос должен выводиться в отдельное окно. Это дает возможность сосредоточить внимание на сути данного вопроса, не отвлекаться, "забегая вперед", и не "застрывать" на уже пройденных вопросах. При этом пользователь должен иметь возможность в любой момент получить информацию о том, на какое количество вопросов ему еще предстоит ответить и на какое он уже ответил (благодаря специальному счетчику, результаты выводятся в окне каждого вопроса). Респонденту необходимо также дать возможность вернуться к предыдущему вопросу, если он не уверен в правильности своего ответа, или перейти к следующему, если он не хочет (или не может) отвечать на данный вопрос. Однако могут быть такие вопросы, на которые он должен обязательно ответить, программа не "пропустит" такие незаполненными. О том, что данный вопрос является таковым, сообщается в диалоговом окне. Существуют многоуровневые анкеты. Заполнять их на бланке очень сложно. А электронная версия позволяет применить методику гипертекста, и техника заполнения анкеты становится удобной и понятной человеку. В конце анкеты респондент просит внести свои личные данные (если опрос не анонимный) и адрес электронной почты для обратной связи.

Сбор информации производится при помощи различных форм. В зависимости от вводимой информации и типов вопросов могут быть использованы различные элементы ввода данных: ввод нескольких строк текста, выбор нескольких ответов из списка, выбор одного из нескольких возможных значений, использование списка с "прокруткой" и "выпадающим" меню. После заполнения всех вопросов респондент оповещается об успешном завершении работы и получает благодарность за участие в

При желании принять участие в интернет-опросах лучше всего воспользоваться сайтом <http://www.infopro.spb.su/survey/>, который предлагает различные темы опросов и их результаты.

исследовании. Ему предоставляется возможность познакомиться с промежуточными результатами данного опроса, данными предыдущих и высказать свое мнение об исследовании в целом. Для этого указывается адрес электронной почты администратора интернет-опроса.

Заключение

Несмотря на существующие в настоящее время ограничения, исследования в Интернете как новый метод привлекают и будут привлекать социологов удобством и методологической перспективностью. Сегодня число таких исследований очень невелико, особенно в России. Самый яркий пример: с 1994 г. ассоциация РЕЛАРН совместно с факультетом психологии МГУ проводит по электронной почте интернет-опросы пользователей сети по проблемам развития самого Интернета (<http://testology.psychology.ru/anketa99.htm>).

Россия существенно отстала от США и западных стран в применении интернет-технологий для исследований. Отечественная социология делает лишь первые попытки использования Интернета в научно-исследовательских целях, особенно это касается интернет-опросов. Сбор и анализ социологической информации тормозятся нехваткой специалистов, занимающихся изучением информационных сообществ, которые обладали бы как социологическими знаниями, так и владением новейшими информационными технологиями. С другой стороны, низкая обеспеченность современной вычислительной техникой, сложность и дороговизна подключения к Интернету, а порой просто неумение целенаправленно пользоваться ресурсами сети приводят к тому, что большинство социологов продолжают работать в рамках традиционных методов проведения социологических исследований. Но, если верить лозунгу "Информационная дорога к каждому дому - и по доступной цене!", можно надеяться, что социологические интернет-технологии в скором будущем широко распространятся во всем мире, в том числе и в России. Проблемы информационного общества всесторонне можно изучать только с использованием тех возможностей, которые нам дает Интернет, а он сам по себе - реальность информационного общества.

Исследователи, осознающие неизбежность и необходимость повсеместного вхождения в нашу действительность Интернета и сами пользующиеся сетью в научных целях, в дальнейшем будут развивать методологию и практику применения интернет-опросов по разным направлениям. И, вероятно, таким образом изменится сама технология социологического исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Шадрин А.* Трансформация политических и социально-экономических институтов и переход к информационному обществу. <http://www.ieie.nsc.ru:8101/parinov/artem1.htm>
2. *Чураков А.Н.* "Информационное общество" и эмпирическая социология // Социол. исслед. 1998. № 1.
3. *Жичкина А.* Методология, теория и практика психологических исследований в сети Интернет. <http://flogiston.df.ru/news/archive/frameset.html>
4. *Ромек В., Сатин Д.* Надежность тестов при тестировании в Интернете // Междисциплинарный семинар "Виртуальная коммуникация в сети Интернет", <http://www.virtual.ru/vculture/seminar/index.html>
5. *Schmidt W.C.* World-Wide Web Survey Research: Benefits, Potential Problems, and Solutions // Behavior Research Methods, Instruments & Computers. 1997. 29. http://www.mohsho.com/s_ware/survey_research.html
6. *Романович Н.А.* Ситуация опроса глазами респондента // Социол. исслед. 1999. № 2.
7. *Reips U.-D.* The web experiment method [WWW document]. URL. 1995. <http://www.psych.unizh.ch/genpsy/Ulf/Lab/WWWExpMethod.html>
8. *Krantz J.H.*, Validity of Web-based Psychological Research. 1999. <http://psychlab1.hanover.edu/index.htm>
9. *Залесский П., Спектор М.* Сколько нас? Какие мы? Портрет российской интернет-аудитории // Мир Internet. № 7-8 (34-35). Июль-август 1999. (http://www.iworld.ru/magazine/7-8_34-35_1999/business_7.shtml)