

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра социальной информатики

ИНТЕРНЕТ КАК РЕСУРС ДЛЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 451 группы
направления 09.03.03 - Прикладная информатика
профиль подготовки - Прикладная информатика в социологии
Социологического факультета
Ершова Никиты Витальевича

Научный руководитель

кандидат философских наук, доцент

_____ А.И. Завгородный
подпись, дата

Зав. кафедрой

кандидат социологических наук, доцент

_____ И.Г. Малинский
подпись, дата

Саратов 2016

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы. Интернет с каждым днём всё прочнее вливается в жизнь людей. С его помощью в мире осуществляются покупки, договоры, общение и тому подобные вещи, обычно осуществляемые людьми в реальной жизни. Данная работа посвящена вопросу об использовании интернета в научных целях, а конкретно, в социологических исследованиях.

Когда-то давно учёными умами были придуманы различные способы сбора социологической информации, сначала это были почтовые анкетные опросы, затем телефонные и вот сейчас в новом веке, опросы трансформировались в интернете. Но насколько сильно изменилась методика опросов, сколько людей используют интернет в исследованиях, можно ли верить информации, полученной таким способом, ответы на эти вопросы вы получите в данной работе.

Оптимизация продуктивности жизнедеятельности людей всегда была приоритетна для человечества, люди постоянно придумывают новшества, как технические, так и нет, чтобы облегчить себе жизнь. Чтобы не заниматься вспахиванием земель самому, человек придумал запрягать животных и плуг, чтобы создавать предметы не вручную – мануфактуры и фабрики, теперь же гораздо упростили жизнь людям современные интернет-технологии.

Социология изучает общество людей, для раскрытия механизмов его строения и развития структурных элементов, таких как социальные институты, общности, организации и группы, а также закономерности их поведения и отношения между этими группами и отдельными индивидами. Как фундаментальная наука, социология собирает информацию о людях, обрабатывает её, и интерпретирует результаты, чтобы дать понять людям что они, возможно, делают не так, а что является правильной тенденцией. Как прикладная наука социология может прогнозировать различные социальные явления и управлять ими.

Нас в контексте данной работы интересует эмпирическая социология, которая занимается исследованиями, основанными на методических и технических приёмах и методах сбора информации, её обработки и анализа.

Краткая характеристика материалов исследования.

Степень изученности. Многие социологи обращали внимание на глобальный рост сети интернет, но первой среди них была Шерри Тёркл. Она увидела в новых возможностях интернета то, что он позволяет получить новый канал доступа к гражданам для проведения исследований, и рассмотрела появление социальных сетей и различных других форм взаимодействия.

Обычно, революционные начинания в науке, воспринимаются исследователями с недоверием. Не является исключением и эмпирическая социология. Как правило, по мере развития различных методов сбора данных на западе, каждая новая методика, появлявшаяся с течением времени, рассматривалась с осторожностью.

В России же новшества вообще воспринимаются с особой осторожностью, по общей статистике даже на сегодняшний день интернетом постоянно и часто пользуется чаще молодёжь, не говоря уже о людях, занимающихся наукой. Социологические опросы не так популярны в наше время, а интернет используется в развлекательных целях. В основном опросы имеют маркетинговый характер и не направлены на изучение общества. Даже если социолог использует интернет как ресурс для своих исследований, результаты обычно не становятся общедоступны на первом попавшемся сайте или статье. Такая же практика и на сайтах опросниках, где некоторые результаты есть, но необходима регистрация и подписка для просмотра.

«А.А. Иванов» в интернет конференции «Социология и Интернет: перспективные направления исследования» отметил несколько важных аспектов в создании онлайн опроса: Во-первых, исследование должно быть, достаточно репрезентативно в отношении ко всей интересующей генеральной совокупности и целевой группе. Во-вторых, дизайн онлайн

анкеты программными средствами должен обеспечить респонденту понимание ее логики и удобство в выборе ответов. В-третьих, продолжительность онлайн опроса должна быть короче, чем в личных интервью. В-четвертых, из-за снижения контроля, за ходом полевых работ, увеличивается процент отказа от заполнения анкеты и вероятность получения от респондентов сознательно искажаемой информации. В-пятых, онлайн опрос, как и почтовый опрос, требует разработки единой анкеты, одинаково приемлемой для опроса разных групп пользователей интернета.

Использование интернета в исследованиях, никогда не было первостепенной целью для исследователей но всё же «Джеймс Питков и Маргарет Рекер» из Georgia Institute of Technology, в январе 1994 года провели первый опрос пользователей электронной паутины. В октябре того же года опрос был повторен. Указывается, что в 1994 году основными потребителями интернета были студенты, жившие в университетских кампусах. В 1995 этот вывод нашел подтверждение в исследовании The SRI International. Были найдены две группы пользователей сети: первая группа – академические ученые и профессионалы, участвующие в разработке новых технологий, вторая – студенты и недавние выпускники университетов.

Пит Комлей в докладе для ESOMAR отмечал, что первые сравнения рабочих характеристик почтового и сетевого опросов появились в 1995 году в Journal of the Market Research Society. Ричард Коттлер, выступая в 1997 году на одной из научных конференций, сказал, что «примерно два – три года назад небольшое число компаний, чутко чувствующих новое, начали проведение сетевых опросов».

В начале 1996 года исследователи попробовали использовать сеть для сбора данных. К середине того же года они стали делиться своим опытом с некоторыми другими смельчаками. Начался 1997 год, и уже большее число практиков проводили сетевые опросы и при этом заработали. И только начался 1998 год, а специалисты уже обсуждают этические и

технологические проблемы обоснованности и продуктивности онлайн-исследований.

Цель: Выявить ресурсный потенциал интернета и, возможность его использования в ходе социологических исследований.

Задачи:

1. Рассмотреть структуру ресурсов интернета.
2. Выявить, динамику востребованности интернет ресурсов, которые можно задействовать в ходе проведения социологических исследований.
3. Оценить научный потенциал сайтов-опросников способных помочь в сборе социологической информации.

Осуществить сравнительный анализ традиционных методов сбора информации и методов, находящихся в интернете.

Тем не менее, все признали перспективность онлайн-опросов.

Объект исследования: Интернет, как информационная система ресурсов.

Предмет исследования: Социально-информационные ресурсы интернета.

Значимость данной работы состоит в изучении ресурсов интернета, и возможности применения этих ресурсов в социологических исследованиях.

Бакалаврская работа состоит из: введения, трёх глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Основное содержание работы. В первой главе рассматриваются ресурсы сети интернет, и качественные характеристики информационных ресурсов. Благодаря анализу ресурсов можно выявить для социологов необходимые типы и виды ресурсов, программ и иных средств для сбора и обработки социологической информации. Протокол передачи гипертекста HTTP (Hyper Text Transfer Protocol). При записи протокола после его имени следует двоеточие и две наклонные черты «http://». Данный протокол в марте 1991 года предложил для общего пользования «Тим Бернерс-Ли». Самая

ранняя версия этого протокола HTTP/0.9 была впервые опубликована в январе 1992 года. Использование протокола упорядочила правила взаимодействия клиент-сервер и определила функции между ними.

Каждое HTTP сообщение состоит из трёх частей: стартовой строки, заголовка и тела сообщения. Строка определяет тип сообщения, заголовки характеризуют тело сообщения, параметры передачи и прочие сведения, тогда как само тело содержит непосредственно сообщение для передачи. Обязательно разделение тела и заголовков пустой строкой.

Наибольшее распространение получили социальные сети и блоги. Самой популярной на сегодняшний день социальной сетью является «Facebook». В России широкую популярность имеет социальная сеть «Vkontakte», постоянно появляются все новые сети такого типа. Блоги - также распространенный инструмент не только социального общения, но и маркетинга. Любая крупная и успешная компания ведет свой блог, не говоря уже о многочисленных пользователях интернета, которые делают это не ради выгоды, а как правило ведут блог как дневник. Также существует множество различных форумов, похожих на реально существующие рынки и базары, где администратором сайта и модератором создается тема для обсуждения, и любой пользователь интернета зайдя на этот сайт и зарегистрировавшись на нём может спокойно оставить свой комментарий или целое сообщение. В зависимости от аудитории и тематики форма, на таких обсуждениях часто появляются пользователи-эксперты в определённых вопросах. Как пример можно привести сайт All-Forum, где по заверению авторов общаются на совершенно любые темы.

У интернета нет определённых «хозяев», он состоит из множества различных сетей, объединенных в одно целое. Объединяются они при помощи сети высокоскоростных каналов, объединения отдельных опорных сетей в разных странах. Каждая из опорных сетей отвечает за поток сообщений, который циркулирует внутри ее. Каждая опорная сеть несет ответственность за соединение с другими опорными сетями и отвечает за

собственное финансирование. Таким образом, опорные сети являются независимыми компонентами, составляющими основу существования интернета.

Узлами опорной сети являются шлюзы (gateway) – это суперкомпьютеры, которые обеспечивают очень быструю передачу данных. Благодаря шлюзам, локальные сети подключаются к глобальным, а глобальные сети, в свою очередь, к опорной сети интернет. Глобальная сеть состоит из компьютерных узлов, объединенных между собой каналами информационной связи. Каждый узел имеет связь с множеством других узлов, этим обеспечивается устойчивость работы сети, так как маршруты, по которым поступает информация на узел, могут быть разными. Узел содержит один или несколько мощных компьютеров, которые постоянно подключены к сети. Это хост-компьютеры или серверы. К узлам подключены персональные компьютеры пользователей, эти компьютеры называются терминалами.

Провайдер – организация-владелец узла глобальной сети. Пользователи заключают договор с провайдерами. Сети в интернете неограниченно коммутируются друг с другом, потому что все компьютеры, участвующие в передаче данных, используют единый протокол коммуникации TCP/IP. На самом деле протокол TCP/IP — это два разных протокола, определяющих различные аспекты передачи данных в сети.

Протокол TCP (Transmission Control Protocol) — протокол управления передачей данных, использующий автоматическую повторную передачу пакетов, содержащих ошибки; этот протокол отвечает за разбиение передаваемой информации на пакеты и правильное восстановление информации из пакетов получателя. Протокол IP (Internet Protocol) — протокол межсетевого взаимодействия, отвечающий за адресацию и позволяющий пакету на пути к конечному пункту назначения проходить по нескольким сетям.

С научной точки зрения Интернет представлен как совокупность статей, поисковых систем, учебников и специальных книг. Многие учёные выкладывают научные труды и журналы, выкладываются в сеть и газеты с новостями и документальные фильмы. Всё это легко можно найти на сайтах с помощью поисковых систем.

Поиск – наиболее распространенный способ найти информацию в интернете. Поисковые системы представляют собой программное обеспечение, созданное для того, чтобы пользователи могли получать самые популярные результаты. По сути, поисковые системы – это одни из наиболее часто посещаемых сайтов. Они обладают способностью осуществлять поиск в интернете быстрее и с намного большей точностью, чем любой человек. Но в то же время поисковики обычно выдают очень большое количество ресурсов по запросу, из которых только небольшая часть является действительно полезной. Понимание того, как работают поисковые системы, поможет вам получать только необходимые результаты, избавив от огромного количества ненужных и нерелевантных.

Во второй главе рассматривается анализ динамики использования ресурсов для социологического исследования, с опорой на исторические аспекты. В 1936 году было придумано новое направление сбора информации. Интервьюирование на базе относительно небольших выборок, идеологами которого были «Джордж Гэллап, Арчибальд Кроссли и Елмо Ропер». В то время интернет существовал как нечто далёкое от людей, и мало кто пользовался им постоянно. Такое интервьюирование подразумевало собой расчёт некоторой выборки, создание анкет и рассылка их респондентам по почте. Но, как и в наше время, мало кто соглашался проходить анкетирование. Плюс к тому чтобы опрос был успешным, необходимо было не просто пройти опрос, а ещё и вернуть заполненную анкету исследователям, что составляло дополнительные трудности. Помимо прочего, существовали некоторые сложности в виде придирчивости людей к самим анкетам или даже конвертам. Такой опрос очень похож на

современные онлайн-опросы. По сути, многие люди не проходят опросы по схожим причинам или банально не замечают анкеты, присланные на почту и сразу либо выбрасывают (в случае почтового опроса) или удаляют как спам (в случае электронного анкетирования).

24 октября 1995 г. FNC единодушно приняла резолюцию, определяющую термин «Интернет». Это определение было разработано в ходе консультаций с членами сообществ интернета и обладателей прав на интеллектуальную собственность. Федеральная комиссия по сетям (FNC) пришла к единому мнению, что термин «Интернет» раскрывает следующее определение. Под «Интернетом» понимается глобальная информационная система, которая является логически связанной с помощью глобального уникального адресного пространства.

В России и странах СНГ в последнее время стали популярны различные интернет сервисы, такие как социальные сети, видео-хостинги, игровые форумы и программы и т.д. В большинстве своём у нас интернет использует молодёжь, и часто в развлекательных целях. Если взять простейший и самый популярный видео-хостинг YouTube, то на нём можно увидеть множество русских, и преимущественно молодых, занимающихся созданием различного «контента» для просмотра. Это и «стримеры», как правило люди, играющие в компьютерные игры и записывающие видео либо создающие потоковые записи своих прохождений игр, и молодёжь, занимающаяся составлением видео-блогов, не подробных записей повседневной жизни, или же популярные обзоры на видеоигры, ролики на самом хостинге и тому подобное. Люди среднего возраста не пользуются так часто интернетом, оправдываясь тем что в современной жизни, когда у маленьких детей есть доступ к интернету и планшету/компьютеру, у них в детстве подобного не было и они выше всего этого, не говоря о людях старше среднего и пожилого возраста. Хоть и есть в интернете люди разных возрастов, всё же преимущественно там «обитает» молодёжь, ведь это новая современная сеть для общения, ведения дневников и записей или просто способ разбогатеть.

Если рассматривать научную часть интернета, то можно отметить, что популярность использования интернета в России как источника научных знаний крайне мала. Кому со всеми этими шутками и «мемами» нужна наука и продвижение новых исследований, развлекаться то лучше всё же.

Русский интернет или Рунет, как его называют пользователи, обладает очень низкой фильтрацией контента в отличие от Китайского интернета, с его большим онлайн и бешеной статистикой использования поисковых серверов. Рунет ориентирован больше на зарубежный рынок интернет индустрии и у нас преобладают в использовании иностранные компании и их сервисы как Google, YouTube, Facebook и Twitter.

На сегодняшний день интернет в России используют очень часто, многие люди просыпаясь первым делом заходят во ВКонтакте или на другие сайты. По итогам весны 2010 года в России насчитывалось 43,3 млн интернет-пользователей (тех, кто выходил в интернет хотя бы раз за последний месяц), недельная аудитория 39,2 млн человек, а ежедневная — 29,4 млн. Динамика роста российской интернет-аудитории с 2000 по 2010 годы составила 1826 %.

В третьей главе рассматривались традиционные методы сбора социологической информации и интернет ресурсы способные осуществить аналогичный сбор.

Анализ документов. Данный метод подразумевает изучение документов, содержащих в себе факты, события, результаты деятельности, авторские позиции и оценки относительно этих событий. Документ в социологии – любой носитель информации (даже виртуальный), предполагающий хранение, изменение и передачу информации. Это может быть изучение книг, материалов в интернете, чтение статей и т.д.

Наблюдение. Процесс наблюдения в социологии -это направленное и систематическое отслеживание и фиксация действий и явлений, и оно не только служит способом сбора информации, но и само может быть

подвержено проверке. Фиксация может происходить при помощи различных средств, специальных бланков, блокнота, диктофона или видеокамеры.

Основными типами наблюдения являются включённое и невключённое наблюдения, последнее подразумевает собой анонимное присутствие исследователя в обследуемом объекте и иногда участие в собственном проекте. Такой метод применяется для, так сказать, оживления «холодных» цифр и скучной статистики количественных опросов. Наблюдение незаменимо для изучения активности населения на митингах или различных акциях.

Опрос .Вербальный метод, заключающийся во взаимодействии между интервьюером и респондентами, посредством получения ответов на заранее сформулированные вопросы. Опрос – самый распространённый в социологии метод сбора информации о субъектах. Его сущность состоит в том, что респонденту задают определённые вопросы, ответы на которые дадут исследователю сведения по интересующему его вопросу. Особенностью данного опроса является его массовость, вызываемую спецификой задач, которые им решаются. А массовость обуславливается тем, что обычно требуется получение сведений о группе индивидов, а не об одном человеке.

Анкетирование. Анкетный опрос – метод сбора информации при помощи созданного самим исследователем документа, содержащего в себе определённое количество упорядоченных вопросов по теме интересующей социолога.

Интервью.«Интервью предполагает иной вид контакта социолога с респондентом, опосредуемого не анкетой и анкетёром, а интервьюером.»Процесс сбора информации путём личного или опосредованного (в случае видеосвязи) общения с респондентом или группой лиц, и доскональной фиксации речи и ответов на вопросы на какой либо носитель. Обычно процесс интервью вы можете увидеть на телевидении, где люди отвечая на заранее подготовленные вопросы, общаются таким образом с телевизионной компанией. Задача интервьюера, зафиксировать всю

полезную информацию от опрошенного и интерпретировать её в удобный вид, с последующей оглаской результатов.

Экспертный опрос. Опрос, необходимый в исследовании особых проблем, или вопросов, связанных с определённой тематикой. Для проведения экспертизы, самого процесса сбора информации, приглашаются люди, являющиеся экспертами, то есть имеющие достаточно опыта и знаний, в том вопросе, который интересует социолога.

Методы сбора информации в интернете. Сайты-опросники. Помимо статистических пакетов, существуют различные сайты для создания и прохождения опросов. В их структуру уже установлены некоторые обработчики данных, позволяющие осуществить простой анализ и составить результаты в процентах от большего к меньшему. Таких сайтов уже сконструировано очень много, и их можно разделить на сайты социологических, общих и маркетинговых опросов. Помимо сайтов, существуют различные программы, способствующие сбору информации. Это программы для осуществления видео и аудио связи в реальном времени с другим человеком. С помощью таких программ можно провести интервью тет-а-тет, или же собрать видеоконференцию. Большинство людей пользуются для этого программой Skype, но есть и другие не менее удобные программы для этого – ooVoo или Viber. Данные программы отлично работают не только на ОС Windows, а теперь и на мобильных устройствах. Существует два основных типа видеоконференций - персональная и групповая.

Теперь же сравним описанные выше методы для выявления эффективности их применения в различных случаях.

Как уже было упомянуто, метод анкетирования можно сравнивать с аналогичным анкетированием в интернете, но рассмотрим поподробнее:

1. Составление анкет. Совершенно идентично традиционному методу, можно лишь добавить, что в последнее время анкеты не пишутся от руки, а печатаются на компьютере и тиражируются принтером.

2. Расчёт выборки. Также аналогично, если вам не надо опрашивать именно контингент интернета, то в этом пункте для вас ничего нового.

Опрос. Здесь есть небольшая разница. В случае традиционного опроса, анкетёр лично видит каждого респондента (если анкетирование не почтовое или телефонный опрос) и может задавать наводящие или уточняющие вопросы и давать пояснения к анкете. Также анкетёр может фиксировать реакцию респондентов на вопросы и отмечать пропуски, что считается большим плюсом. В случае интернет-опроса такие плюсы недоступны, зато заметно повышается скорость сбора, ведь на анкету в интернете человек может отвечать, занимаясь параллельно чем угодно, в отличие от личного опроса где респондент, сославшись на занятость, может вам отказать в прохождении опроса.

Метод анализа документов. Как было ранее указано документ - это любой носитель, предназначенный для хранения, фиксации и передачи информации. И поэтому, анализировать с компьютера его также просто, как и обычную рукопись, единственным минусом является то, что вы длительной работой за компьютером можете посадить себе зрение. В реальности документы хранятся в различных рукописях, в интернете же на серверах или на личных носителях информации (флэшка, жёсткий диск). При этом если рукопись может быть слишком старой и текст может не поддаться распознаванию, или просто потеряться, на сервере информация будет неподвластна времени. Однако ни в реальности, ни в виртуальности информация в документе не может быть достаточно защищена от умышленной порчи и уничтожения, но это вопрос безопасности и защиты информации, и всё же это существенный минус и там, и там.

В случае проведения экспертного опроса через интернет правила практически такие же, как и при традиционном опросе. Нужно лишь выбрать как вы будете его проводить. В реальной жизни вы соберёте контингент людей, имеющих опыт и знания, для оценки определённого вопроса, интересующего вас, и будете опрашивать. В интернете такой метод можно

реализовать в социальных сетях, с помощью видеоконференций или же снова на форуме. В первом и третьем случае это чисто текстовое общения лишённое эмоциональной окраски и личного общения, фиксации реакций, да и банально человек, назвавший себя экспертом в интернете, может оказаться не тем, кем нужно. В случае видеоконференции, вы видите эксперта, но связь может прерываться, вы можете не слышать друг друга, ну и как в реальности просто устроить из конференции «базар». Однако плюсом в том, что люди все в равных условиях и могут находиться где угодно.

Заключение. В своём быстром прогрессе интернет открывает перед пользователями массу возможностей, однако далеко не все ими пользуются. Автор работы проанализировал множество различных сайтов, которые, по предположению автора, могут помогать в сборе социологической информации. Однако не все социологи пользуются этими сайтами. Это обусловлено тем, что традиционные методы сбора информации гораздо понятней и привычней, чем методы доступные в интернете. Не всякий анализ можно сделать с помощью интернета, несмотря на наличие программ, осуществляющих видео и аудио связь между людьми, личное общение нельзя так просто заменить этими технологическими новшествами.

Говоря об инструментарии предложенных методов, можно заметить, что в принципе, используя традиционные и современные методы сбора социологической информации, добиться можно одного и того же результата. И в том и в другом случаях есть свои минусы: интернет не даёт гарантий точности и правильности ответов респондентов, а в ходе личного опроса или интервью, даже «тет-а-тет» респондент, отвечая на различные вопросы, возможно будет их пропускать, причиной тому может быть просто каверзность вопросов. В интернете же люди, как правило, более открыты, потому что за профилем страницы может быть кто угодно, можно выставить любую фотографию, и никто не будет знать, кто на самом деле отвечает на вопросы и комментирует записи.