

УДК 316.354

**Осипова Алла Анатольевна**

доктор психологических наук,  
кафедра общей и педагогической психологии,  
Академия психологии и педагогики,  
Южный федеральный университет  
[aaosipova@sfedu.ru](mailto:aaosipova@sfedu.ru)

**Абдулкадир Юнис Рашид**

аспирант,  
Академия психологии и педагогики,  
Южный федеральный университет  
[youns7959@gmail.com](mailto:youns7959@gmail.com)

**Марголис Ольга Викторовна**

учитель,  
Школа 31883№ «Бутово»  
[margolis\\_ov@mail.ru](mailto:margolis_ov@mail.ru)

**Alla A. Osipova**

Doctor of Psychology,  
Department of General and Educational Psychology Academy of Psychology and  
Pedagogy; Southern Federal University  
[aaosipova@sfedu.ru](mailto:aaosipova@sfedu.ru)

**Younis R. Abdulkadir**

graduate student of the Academy of Psychology and Pedagogy;  
Southern Federal University  
[youns7959@gmail.com](mailto:youns7959@gmail.com)

**Olga V. Margolis**

Teacher,  
"School 31883№" Butovo "  
[margolis\\_ov@mail.ru](mailto:margolis_ov@mail.ru)

**ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОНЛАЙН-ОПРОСОВ В  
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

**FEATURES OF USING ONLINE SURVEYS IN PSYCHOLOGICAL  
AND PEDAGOGICAL RESEARCH**

***Аннотация.***

*В настоящее время в сети Интернет существует значительное количество специализированных интернет-сервисов (Kinesis Survey, Survey Galaxy, Qualtriks, SurveyGizmo SurveyMonkey, VirtualExS и др.), позволяющих конструировать и проводить различные опросы. В статье рассматривается возможность использования онлайн-опросов в качестве инструмента*

получения эмпирических данных в психолого-педагогических исследованиях. Анализируются позитивные и негативные стороны использования онлайн опроса для целей исследования. В статье обозначены методические особенности использования онлайн-опросов на специализированных интернет-сервисах.

**Ключевые слова:** *Онлайн-опрос, онлайн-анкета, интернет-сервис, метод сбора данных.*

**Abstract.** *Currently, there are a significant number of specialized Internet services on the Internet (Kinesis Survey, Survey Galaxy, zualtriks, SurveyGizmo SurveyMonkey, VirtualExS, etc.) that allow you to design and conduct various surveys. The article discusses the possibility of using online polling as a tool for obtaining empirical data in psychological and pedagogical research. Analyzes the positive and negative aspects of using the online survey for research purposes. The article outlines the methodological features of using online surveys on specialized Internet services.*

**Key words:** *Online survey, online survey, internet service, data collection method.*

Современные информационные технологии предоставляют исследователю целый спектр разнообразных возможностей для проведения исследований в онлайн-среде (опросы по E-mail, Forms-сервисы, мобильные приложения для организации опросов в интернет-форумах, в социальных сетях, мессенджерах блогах или телеконференциях, на Web-сайтах, самозагружающиеся опросники, онлайн фокус-группы) [1; 2; 3]. И если в маркетинговых, социологических и медиа-исследованиях онлайн-опросы используются достаточно давно и накоплен определенный методический опыт [4; 5; 6; 7], то применение онлайн-опросов как метода сбора эмпирических данных в психолого-педагогических исследованиях находится еще на начальной стадии разработки и внедрения.

В настоящее время в сети Интернет существует значительное количество специализированных интернет-сервисов (Kinesis Survey, Survey Galaxy, Qualtriks, SurveyGizmo SurveyMonkey, VirtualExS и др.), позволяющих конструировать и проводить различные опросы [8].

В большинстве интернет-сервисов, предназначенных для проведения онлайн-опросов, существует возможность выбора дизайна анкеты из имеющихся шаблонов или создания своего собственного авторского дизайна анкеты, при этом необходимо понимать, что формат онлайн-анкеты отличается от формата бумажной анкеты или очного анкетирования (интервьюирования). Также, интернет-сервисы позволяют настраивать шрифты (стиль, размер, цвет), добавлять в анкету изображения, аудио- и видеофайлы. Аналогично офлайн-опросу, в онлайн-анкету можно включать вопросы, которые предполагают один или несколько вариантов ответов, а также, есть возможность добавления в онлайн-анкету вопросов с открытой формой ответа.

Респондент может использовать при прохождении онлайн-опроса различные технические устройства: смартфон, ноутбук, планшет, персональный компьютер, Smart TV. Если планируется проведение опроса, включающего более 10 вопросов, то формат онлайн-опроса может быть двух видов: «длинный формат анкеты» или Online-Quiz.

«Длинный формат анкеты» позволяет разместить все вопросы на одной странице, что дает возможность респонденту увидеть все вопросы, на которые предстоит ответить. Необходимо отметить, что комфортный для пользователя масштаб изображения таких технических устройств как смартфон, планшет, ноутбук позволяет отобразить только часть онлайн-страницы, поэтому пользователю потребуется выполнить прокрутку страницы, что может оказать влияние на уровень внимания респондента.

Online-Quiz позволяет разместить на странице один вопрос или группу вопросов, объединенных общей темой. Опросы в формате Online-Quiz удобно использовать на любом техническом устройстве. Если проводится короткий опрос (1-3 вопроса), то формат анкеты может быть любой.

Автоматический экспорт результатов онлайн-опросов позволяет представлять полученные данные в виде диаграмм, графиков, таблиц, а также, проводить анализ результаты по заданным критериям. Настройки интернет-сервисов для проведения онлайн-опросов позволяют отображать и скрывать диаграммы и таблицы данных, настраивать цветовую гамму и вид для каждой диаграммы. Результаты можно анализировать и экспортировать в любое время по заданным критериям (фильтрам), включая промежуточные, индивидуальные и групповые результаты. Результаты онлайн-опросов можно сохранять в любом удобном формате (PDF, XLS, CSV, SPSS) или распечатать на принтере.

Автору онлайн-опроса доступно редактирование, добавление, удаление фильтров для выборки необходимых результатов опроса. Как правило, участие в онлайн-опросах является анонимным, однако, если необходимо персонализировать результаты, то это может быть осуществлено двумя способами: добавлением в анкету обязательного вопроса о персональных данных, либо созданием персонализированной ссылки для участия в онлайн-опросе.

Одним из наиболее дискуссионных является вопрос о репрезентативности данных, полученных с помощью метода онлайн-опроса. Так, С.И. Некрасов и Д.В. Шкурин полагают, что «результаты продуманного и качественно реализованного онлайн-опроса не отличаются от данных, полученных при помощи привычных нам бумажных опросов», а значит «возможны только случайные, а не систематические искажения результатов» [9; 10; 11; 12].

Вместе с тем, ряд исследователей высказывают аргументированные сомнения в достоверности данных онлайн-опроса [14]. Очевидно, что при проведении онлайн-опросов необходимо учитывать как позитивные, так и негативные аспекты (таблица 1) [14; 15; 16].

*Таблица 1. Позитивные и негативные аспекты онлайн-опросов*

Позитивные аспекты	Негативные аспекты
Организационные и технические параметры	

Экономия времени и финансовых затрат на печать и распространение опросников, сбор, обработку и оценку данных.	Создание онлайн-формы для опроса требует определенного времени и возможно финансовых затрат на техническое оборудование и программное обеспечение.
Автоматизация ввода данных позволяет сократить случайные искажения результатов опроса. Отсутствие эффекта интервьюера.	Возможно частичное заполнение анкеты из-за отсутствия возможности задать уточняющий вопрос в случае проблемы с пониманием текста анкеты.
Возможность охвата большего количества участников онлайн-опроса, чем офлайн-опроса (более высокая дисперсия выборки участников)	Высокий уровень систематической ошибки вследствие проблемы репрезентативности. Исключение из поля исследования респондентов с отсутствием Интернета. Отсутствие надежных данных о генеральной совокупности
Быстрота проведения опроса (возможность одномоментного охвата нескольких тысяч респондентов по всему миру)	Значительное количество не полностью заполненных анкет
Возможность создания промежуточного анализа данных до окончания опроса	Базы данных исследований должны быть надежно защищены от утечки данных
Оперативное реагирование (возможность видоизменять вопросы в ходе опроса)	Затруднения при фиксации времени ответов
<b>Коммуникативные и респондентские параметры</b>	
Анонимность и отсутствие непосредственного контакта с исследователем значительно повышает уровень искренности ответов	Высокий уровень подвижности социального пространства в Интернете. Возможно намеренное искажение данных респондентом
Возможность широкого охвата различных предметных полей (воспитание детей, семейные проблемы, отношение к изменениям и т.п.)	Стихийный характер формирования выборки
Высокий уровень организационной гибкости – возможность заполнения анкет в удобное респонденту время, в комфортных условиях	Проблемы, связанные с установлением факта уникальности участия респондента в опросе
Строгая процедура проведения опроса	Ограниченность опросников по объему. Если опросник содержит более 20-25 утверждений респонденты теряют интерес и прекращают заполнять анкету
Возможность опроса труднодоступных категорий респондентов (девианты, знаменитости, коллекционеры и т.д.)	Возможно несовпадение смысловых полей исследователя и респондентов

Высокий уровень информатизации современного общества ведет к повышению уровня использования онлайн-опросов и онлайн-анкетирования. Удобство, доступность, и другие особенности интернет-сервисов позволяют исследователям существенно расширить круг психолого-педагогических исследований. Социальные сети, мессенджеры, Forms-сервисы создают особые условия и возможности психолого-педагогической исследовательской практики.

### **Литература:**

1. Девятко И.Ф. *Онлайн исследования и методология социальных наук: новые горизонты, новые (и не столько новые) трудности // Онлайн исследования в России 2.0. Сборник статей. М., 2010. С. 17 – 30.*
2. Давыдов С.Г. *Онлайн анкетирование с использованием мобильных телефонов: результаты методического эксперимента // Онлайн исследования в России 2.0. Сборник статей. М., 2010. С. 95 – 111.*
3. Мартышенко С. Н. *Методы повышения эффективности онлайн-опросов, используемых для анализа социально-экономических процессов / С. Н. Мартышенко, Н. С. Мартышенко // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2017. Том 3. № 4. С. 71-85.*
4. Turkle Sh. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. 1995. P. 324.*
5. Alessi E. J. *Conducting an Internet-Based Survey: Benefits, Pitfalls, and Lessons Learned / E. J. Alessi, J. I. Martin // Social Work Research. 2010. Vol. 34. No 2. Pp. 122-128. DOI: 10.1093/swr/34.2.122*
6. Hohwü L. *Web-Based Versus Traditional Paper Questionnaires: a Mixed-Mode Survey with a Nordic Perspective / L. Hohwü, H. Lyshol, M. Gissler, S. H. Jonsson, M. Petzold, C. Obel // Journal of Medical Internet research. 2013. Vol. 15. No 8. DOI: 10.2196/jmir.2595*
7. Васьков М.А., Ковалев В.В., Гафиатулина Н.Х. *Онлайн-образование в высшей школе России: основные акторы институционализации и социальные последствия // Гуманитарий Юга России. 2020. Т. 9. № 3. С. 45-57.*
8. Thielsh M. T., Weltzin S. *Online-Umfragen und Online-Mitarbeiterbefragungen // Praxis der Wirtschaftspsychologie II. Themen und Fallbeispiele für Studium und Anwendung, 2012. S. 109 – 127.*
9. Некрасов С.И. *Сравнение результатов онлайн- и оффлайн-опросов (на примере анкет разной сложности) // Социология: 4. М. 2011. № 32. С. 53 – 74.*
10. Шкурин Д.В. *Сравнительная оценка качества данных офлайн- и онлайн-опросов // Дискуссия. 2015. № 8 (60). С. 101 – 104.*
11. Мусеев С. П. *Выборка, направляемая респондентом, в онлайн-опросе: к вопросу о динамике и качестве // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6 (124). С. 43-50.*
12. Насонова Н. А. *Пример создания репрезентативного интернет-опроса при социологических исследованиях / Н. А. Насонова, Т. В. Кожевникова // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2013. Т. 2. С. 311-319.*
13. Schrepp, M. *Datenqualität bei Online-Fragebögen sicherstellen // Gesellschaft für Informatik, 2016. P. 1 – 8.*
14. Wagner P., Hering L. *Online-Befragung // Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden, 2014. S. 661 – 673.*

15. Nimmerfroh M.-C. *Online-Befragungen von Teilnehmenden. Der DIE-Wissensbaustein für die Praxis // Online-Erstveröffentlichung, 2016. URL: <https://www.die-bonn.de/wb/2016-online-befragungen-01.pdf> (дата обращения: 15.01.2021 г.)*

16. Гафиатулина Н.Х., Абдулаева Э.С., Самыгин С.И. Специфика онлайн-обучения в российском образовательном пространстве высшей школы // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. № 6. С. 24-28.*

17. Gafiatulina N.K., Makadey L.I., Gluzman I.V., Lozhechkina A.D., Volkova L.A., Bandurin A.P. *The role of health-saving technologies in the process of students educational and professional socialization. EurAsian Journal of BioSciences. 2019. T. 13. № 2. С. 1557 - 1563.*

#### **Literature:**

1. Devyatko I.F. *Online research and methodology of social sciences: new horizons, new (and not so much new) difficulties // Online Research in Russia 2.0. Digest of articles. M., 2010. P. 17-30.*

2. Davydov S.G. *Online survey using mobile phones: results of a methodological experiment // Online research in Russia 2.0. Digest of articles. M., 2010. P. 95 - 111.*

3. Martyshenko SN *Methods of increasing the efficiency of online surveys used for the analysis of socio-economic processes / SN Martyshenko, N. S. Martyshenko // Bulletin of the Tyumen State University. Socio-economic and legal research. 2017.Vol. 3.No. 4. P. 71-85.*

4. Turkle Sh. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. 1995. P. 324.*

5. Alessi E. J. *Conducting an Internet-Based Survey: Benefits, Pitfalls, and Lessons Learned / E. J. Alessi, J. I. Martin // Social Work Research. 2010. Vol. 34.No 2.Pp. 122-128. DOI: 10.1093 / swr / 34.2.122*

6. Hohwü L. *Web-Based Versus Traditional Paper Questionnaires: a Mixed-Mode Survey with a Nordic Perspective / L. Hohwü, H. Lyshol, M. Gissler, S. H. Jonsson, M. Petzold, C. Obel // Journal of Medical Internet research. 2013. Vol. 15.No 8. DOI: 10.2196 / jmir.2595*

7. Vaskov M.A., Kovalev V.V., Gafiatulina N.Kh. *Online education in higher education in Russia: the main actors of institutionalization and social consequences // Humanitarian of the South of Russia. 2020.Vol. 9.No. 3.P. 45-57.*

8. Thielsh M. T., Weltzin S. *Online-Umfragen und Online-Mitarbeiterbefragungen // Praxis der Wirtschaftspsychologie II. Themen und Fallbeispiele für Studium und Anwendung, 2012. P. 109 - 127.*

9. Nekrasov S.I. *Comparison of the results of online and offline surveys (on the example of questionnaires of varying complexity) // Sociology: 4. M. 2011. No. 32. P. 53 - 74.*

10. Shkurin D.V. *Comparative assessment of data quality of offline and online surveys // Discussion. 2015. No. 8 (60). P. 101 - 104.*

11. Moiseev S. P. *The sample directed by the respondent in the online survey: on the issue of dynamics and quality // Monitoring of public opinion: economic and social changes.* 2014. No. 6 (124). P. 43-50.

12. Nasonova N. A. *An example of creating a representative Internet survey in sociological research / N. A. Nasonova, T. V. Kozhevnikova // Scientific, technical and economic cooperation of the Asia-Pacific countries in the XXI century.* 2013, T. 2. P. 311-319.

13. Schrepp, M. *Datenqualität bei Online-Fragebögen sicherstellen // Gesellschaft für Informatik,* 2016. P. 1 - 8.

14. Wagner P., Hering L. *Online-Befragung // Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung.* Springer VS, Wiesbaden, 2014. P. 661 - 673.

15. Nimmerfroh M.-C. *Online-Befragungen von Teilnehmenden. Der DIE-Wissensbaustein für die Praxis // Online-Erstveröffentlichung,* 2016. URL: <https://www.die-bonn.de/wb/2016-online-befragungen-01.pdf> (date accessed: 15.01.2021)

16. Gafiatulina N.Kh., Abdulaeva E.S., Samygin S.I. *The specifics of online education in the Russian educational space of higher education // Humanitarian, socio-economic and social sciences.* 2020. No. 6. S. 24-28.

17. Gafiatulina N.K., Makadey L.I., Gluzman I.V., Lozhechkina A.D., Volkova L.A., Bandurin A.P. *The role of health-saving technologies in the process of students educational and professional socialization. EurAsian Journal of BioSciences.* 2019. T. 13. № 2. C. 1557 – 1563.