

УДК 316:303.6:004.9

Использование электронных интервью (*electronic interview*) в современных социологических исследованиях: возможности, проблемы и перспективы**Вайсбург А.В.**

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

В статье проведен анализ использования и основных барьеров распространения современных методов исследований в сети интернет в России. Описаны возможности проведения электронных интервью на базе различных программ и приложений. Проанализированы основные проблемы и перспективы использования интервью по электронной почте, с помощью систем мгновенных сообщений, интервью посредством видеоприложений. Рассмотрены основные недостатки и преимущества использования e-интервью для различных тематик исследований.

Ключевые слова: интервью, электронное интервью, интернет, социологические исследования, электронная почта, видеоприложения.

В настоящее время все большую популярность приобретают политические, социологические, маркетинговые и управленческие исследования с использованием Сети интернет. Несомненно, данная популярность продиктована новыми возможностями, открывающимися перед исследователями посредством сети. За рубежом в связи с большей распространенностью Сети интернет и компьютеризацией подобные исследования уже давно пришли на рынок и заняли на нем определенную нишу.

Достаточно большой интерес среди современных авторов вызывают интернет-исследования. Им посвящены труды многих зарубежных и российских исследователей: И.Ф. Девятко [1], А.В. Шашкина [2], П. Дима [3], Ю.К. Кормушиной [4], А.М. Мавлевой [5], П.В. Колозари [6].

Однако на российском исследовательском рынке существует целый ряд барьеров, препятствующих развитию интернет-исследований. Среди них можно назвать: недостаточную распространенность компьютеров и интернета в малых городах и сельской местности; нестабильную скорость интернета для передачи видеосигнала (особенно при организации видеоконференций); недоверие населения к интернет-исследованиям; неясную репрезентативность выборочной совокупности в некоторых интернет-

исследованиях; изначальную смещенность выборки из-за неравных шансов доступа в интернет разных социально-демографических слоев населения.

Так как в настоящее время лидирующее положение в России занимают все равно количественные исследования, на долю которых приходится около 90 % всех проводимых исследований, соответственно, они являются лидерами и среди интернет-исследований. Конечно же, наибольшее распространение среди интернет-исследований в настоящее время получили интернет-панели, исследования на базе бесплатных платформ (типа *google*-формы), *e-mail*, *web-research*, исследования при помощи социальных сетей [7, с. 66-83]. При этом качественные исследования также нашли свое отражение и приобрели множество модификаций при помощи использования электронных каналов связи, Сети интернет и видеоприложений.

Одним из направлений качественных исследований являются индивидуальные интервью в сети интернет. По-другому их принято называть электронное интервью (*electronic interview*) или e-интервью (*e-interview*). Они представляют собой нечто среднее между фокус-чатом или опросом по *e-mail*. Чаще всего для их проведения используют пейджинговые программы. Раньше e-интервью про-

водились на базе ICQ. В настоящее время функции построения индивидуального диалога предоставляют социальные сети, *skype*, мобильные приложения типа *WhatsApp*, *Viber* и другие. Большинство из них предоставляют возможность не только построения электронного диалога, а также и опосредованного общения с поддержкой видео для наблюдения невербальной реакции информанта. Для видеointервью с использованием приложений чаще используется название «скайп-интервью» (*Skype interview*), или «видеоинтервью» (*video interview*) [6, с. 419].

П.В. Колозари выделяет несколько типов интервью в Сети интернет [6, с. 428]: интервью по электронной почте, с помощью систем мгновенных сообщений, интервью посредством видеоприложений.

Интервью по электронной почте – наиболее подходящий вариант для *e*-интервью и тех исследований, где самостоятельный нарратив респондента является ценностью. Такие интервью могут проводиться с большими временными задержками и во многом зависят от загруженности и желания информанта участвовать в исследовании. При его проведении должны четко оговариваться сроки возврата заполненных бланков интервью. Они сопровождаются, как правило, личной договоренностью об участии в исследовании и подробным письмом с объяснениями целей и задач исследования. Однако исследователь должен реально рассчитывать на достаточно низкий отклик респондентов. И, конечно же, ни о какой фиксации невербальной реакции информантов речи идти не может. При этом в итоге такого *e*-интервью у исследователя будет готовый транскрипт интервью, что существенно сократит сроки его обработки и анализа.

Интервью с помощью систем мгновенных сообщений подходит для общения с молодой аудиторией, особенно – в случае анонимности – для общения на сензитивные темы. Трудно исследуемые тематики *face-to-face* (лицом к лицу) из-за стеснения, неприязни общественностью данной группы респондентов или же щепетильности исследуемой области могут быть достаточно подробно и откровенно изучены путем применения таких *e*-интервью. При этом следует понимать, что такие интервью будут отличаться большей краткостью ответов и меньшей продолжительностью по времени. Однако в них можно рассчитывать на минимальную фиксацию невербальной реакции информантов при помощи смайликов в тексте. Такая разновидность электронных интервью может проводиться как с использованием компьютеров, ноутбуков, планшетов, так и с применением смартфонов с установкой специальных приложений. Такой вид *e*-интервью позволит иметь подобие набранного транскрипта интервью для дальнейшей обработки и анализа.

При проведении интервью по электронной почте и с помощью систем мгновенных сообщений

обязательно необходимо перед началом интервью предупреждать информантов по поводу требований к набору текста. Нужно отмечать, что не стоит обращать внимание на грамматические ошибки в написании слов, следует стараться писать ответы более краткими предложениями и т.д. Не стоит забывать об использовании и трактовке сетевого этикета (сетикета). Согласно ему, например, набор текста только заглавными буквами воспринимается как аналог крика [3, с. 283].

Интервью посредством видеоприложений во многом заменяют в настоящее время интервью *face-to-face* (лицом к лицу). Они позволяют фиксировать невербальную реакцию информантов, производить запись и пересматривать интервью повторно. Однако наличие камеры неизменно повлечет за собой более «ожидаемые» ответы и поведение людей. Поэтому уровень откровенности при исследовании интимных тематик заметно снизится. При этом подобные *e*-интервью практически аналогичны личным интервью, стирая при этом расстояния, географические границы, часовые пояса. Они позволяют значительно экономить при проведении исследования на проезде и размещении интервьюеров. Для проведения данных *e*-интервью не требуется дорогостоящей техники. Достаточно стабильного канала интернет-связи для передачи звука и изображения, а также наличия камер у интервьюера и информанта. При этом исследования могут проводиться как при помощи стационарного компьютера, ноутбука, планшета, так и с использованием смартфонов, вне помещений. Однако следует помнить, что использование такого вида *e*-интервью потребует все равно создания дальнейшего транскрипта.

Следует отметить, что для *e*-интервью характерны свои достоинства и недостатки. Среди недостатков можно отметить следующие. Во время проведения *e*-интервью принято использовать более достойное поощрение за участие в исследовании. Иногда сумма вознаграждения в 10 раз должна превышать размер, предполагаемый за участие в количественном исследовании. Достаточно трудным при проведении *e*-интервью является сложность контроля над респондентами, особенно при отсутствии видеосопровождения. Для исследования методом *e*-интервью не подходят очень сложные и «скучные» тематики. Огромной проблемой при проведении видеointервью могут стать низкая скорость и нестабильность сигнала интернета. В целом следует отметить, что *e*-интервью требуют большей технической оснащенности и, соответственно, подготовленности интервьюера в данном аспекте.

Главным достоинством метода электронного интервью являются возможность контакта с физически удаленным информантом, экономя при этом значительную часть бюджета исследования. В среднем онлайн-проекты на 40-50 % дешевле холл-тестов,

уличных или телефонных опросов [8, с. 200]. Участие в электронных интервью происходит в удобное время и в любом месте, указанном информантом. При *e*-интервью возрастает объективность ответов из-за снижения взаимного личностного влияния между интервьюером и информантом. При проведении подобных интервью по *e-mail* или при помощи служб мгновенных сообщений существенно повышается скорость обработки результатов исследования, так как транскрипт (стенограмма) беседы уже автоматически готов. Дополнительные возможности при проведении электронных интервью предоставляются в виде возможности демонстрации макетов продуктов, упаковок, этикеток; проведения сайт-тестингов и интернет-рекламы. Также *e*-интервью дают возможность достичь труднодоступные определенные целевые группы и проводить исследование более сфокусировано. Например, с привлечением экспертных групп. Для обеспечения качества *e*-интервью необходимым является формирование базы данных (интернет-панели) о своих потенциальных информантах. Данные собираются через специально организованный сайт. С использованием конференций в режиме онлайн или *e-mail* по базе данных осуществляются экспертные *e*-интервью.

Таким образом, *e*-интервью имеют несколько разновидностей при своем проведении в Сети интернет и через мобильные приложения. Они открывают возможности более глубокого исследования сенситивных тематик, достижения труднодоступных и экспертных целевых аудиторий. Данный метод исследования требует большей технической поддержки, чем классическое интервью, однако, достаточно экономно сказывается на бюджете проекта. По мнению автора, подобные методики исследования будут все чаще использоваться исследователями, учитывая их достоинства и возможности, и в ближайшее время они займут достойное место в арсенале каждого российского социолога.

Литература:

1. 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.: МИК, 2016. – С. 20-27.
2. Шашкин А.В. Исследователь 2.0. – URL: <https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/prez/1/Shashkin.pdf> (дата обращения: 30.06.2018).
3. Дим П. Качественные онлайн исследования // *Онлайн-исследования в России 2.0* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. – М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. – С. 151–169.
4. Кормушина Ю.К. Оперативная безбумажная обратная связь: некоторые технологические решения (на примере использования в Астраханской области) // *Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными: материалы VI Международной социологической Грушинской конференции*, Москва, 16–17 марта 2016 г. / Отв. ред. А.В. Кулешова. – М.: ВЦИОМ, 2016. – С. 726–728.
5. Мавлетова А.М. Мобильные веб-опросы // *Онлайн-исследования в России 3.0* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. – М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. – С. 59–84.
6. Колозари П.В. Проблема способа проведения качественных интервью: скайп, онлайн, лицом к лицу // *Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко. – М.: МИК, 2016. – С. 417–433.
7. Вайсбург А.В. *Современные методы социологических исследований: учебное пособие*. – Тверь: Тверской государственный технический университет, 2019. – 204 с.
8. Тинчурин А.Т., Мамян Н.С. *Онлайн исследования в России: «реакция совмещения»* // *Онлайн-исследования в России 2.0* / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. – М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. – С. 197-215.

Using Electronic Interviews in Modern Sociological Research: Opportunities, Problems, and Prospects

Vaisburg A.V.
Tver State Technical University

The article analyzes the use and main barriers to the spread of modern research methods on the Internet in Russia. The possibilities of conducting electronic interviews based on various programs and applications are described. The main problems and prospects of using e-mail interviews, instant messaging systems, and video interviews are analyzed. The main disadvantages and advantages of using e-interviews for various research topics are considered.

Key words: interview, e-interview, Internet, sociological research, e-mail, video applications.