

Badania sondażowe w sieci

Przypadek serwisu ebadania.pl

Opierając się na idei kolektywnej inteligencji, chcemy umożliwić wspólną pracę nad narzędziem badawczym, analizą danych oraz popularyzacją uzyskiwanych wyników. W procesie interpretacji użytkownicy będą mieli możliwość współdziałania, by wypracowywać możliwie najtrafniejsze wyjaśnienia badanych zjawisk.

Internet stanowi interesujące pole eksploracji dla badacza społecznego, antropologa czy kulturoznawcy, gdyż jest rezerwuarem cennych danych o charakterze społecznym i kulturowym. Intensywny rozwój technik i narzędzi badań przez internet przyczynił się do znaczących zmian tradycyjnego warsztatu badacza, stając się szansą, ale i wyzwaniem dla metodologii nauk społecznych (por. M. Szpunar, *Internet w procesie realizacji badań*, Toruń 2011). Spora grupa badaczy, zachęcona możliwościami badań internetowych, które niosą ze sobą szereg ułatwień i nowych perspektyw, spowodowała, iż zyskały one akceptację wielu empiryków, znajdując istotne miejsce w szerokim wachlarzu badań społecznych. Na obecnym etapie rozwoju badań online nie pytamy o to, czy prowadzenie badań w sieci ma sens, interesuje nas raczej to, w jaki sposób je prowadzić, by były one wartościowe poznawczo.

Obfitość narzędzi internetowych wykorzystywanych do badań online w znaczącym stopniu przyczyniła się do zainteresowania szerokiego grona badaczy, zarówno profesjonalistów, jak i amatorów, możliwościami aplikacji online we własnych projektach badawczych. Niestety nierzadko publikowane w internecie ankiety są niskiej jakości, zawierają szereg błędów metodologicznych, gdyż ich autorzy, kierując się łatwością konstruowania narzędzia (ankiety), wychodzą z założenia, że tego typu badania nie wymagają żadnej specjalistycznej wiedzy. Tym samym osoby decydujące się na prowadzenie badań sondażowych online są nieświadome wielu zagrożeń czyhających na badaczy, nieobeznanych nie tylko ze specyfiką badań online, ale z metodologią badań empirycznych w ogóle. Uczniowie czy studenci często są przekonani, że nie ma nic prostszego niż „zrobienie ankiety”. Po zakończeniu badań często się okazuje, że przeprowadzone badanie było nieprzemyślane, przygotowane pośpiesznie, nieprzetestowane, a tym samym odpowiedzi i czas respondentów stają się zmarnotrawione i bezużyteczne. Często wadliwość narzędzi jest tak istotna, że w ogóle

podaje w wątpliwość sensowność takich badań. Niefrasobliwi badacze stają wówczas przed trudnym dylematem powtórzenia lub nieuwzględniania wyników badań, które zostały przeprowadzone z pominięciem prawideł metodologii badań, a ich wartość poznawcza jest bardzo niska. Dlatego też należy mieć na uwadze, że nie wszystkie badania realizowane online mają sens i trzeba przemyśleć, czy w przypadku naszego projektu badawczego internetowe narzędzie – choć ułatwiające pracę – jest uzasadnione.

Internet umożliwia nie tylko realizację badań, ale także pozwala zbierać różnego rodzaju informacje, dane i treści. Badania niereaktywne (niewymagające zaangażowania uczestników, nie dochodzi w nich do reakcji między badaczami i osobami badanymi) pozwalają wykorzystywać na przykład analizę treści do badania dyskursu online, analizować wypowiedzi czy komentarze na stronach internetowych i w serwisach społecznościowych. Z kolei serwisy trackingowe umożliwiają zbieranie danych o użytkownikach, ich zachowaniach w sieci i sposobach nawigowania po niej (szerzej na ten temat: M. Szpunar, *Sieć ukryta a sieć widzialna. O zasobach WWW nieindeksowanych przez wyszukiwarki*, „Przegląd Kulturoznawczy”, 2014/1, s. 44-55). Analiza treści, obserwacja czy analiza logów pozwalają uzyskiwać wgląd w zachowania użytkowników, a badania o charakterze niereaktywnym nie wymagają świadomego i aktywnego zaangażowania internautów.

Badacze korzystający z możliwości środowiska online w swoich projektach badawczych wielokrotnie wykorzystują możliwości triangulacji, posiłkując się danymi zbieranymi przy użyciu różnych metod i technik badawczych, co pozwala uzyskiwać możliwie szeroki i kompleksowy wgląd w badane zjawiska. Wśród najważniejszych zalet badań prowadzonych online zwykle wymienia się znacznie niższe, a nawet zerowe koszty finansowe, możliwość dotarcia do różnorodnych czy trudno dostępnych grup, szybki czas uzyskiwa-

nia wyników, możliwość wzbogacania narzędzi o materiały audio czy wideo.

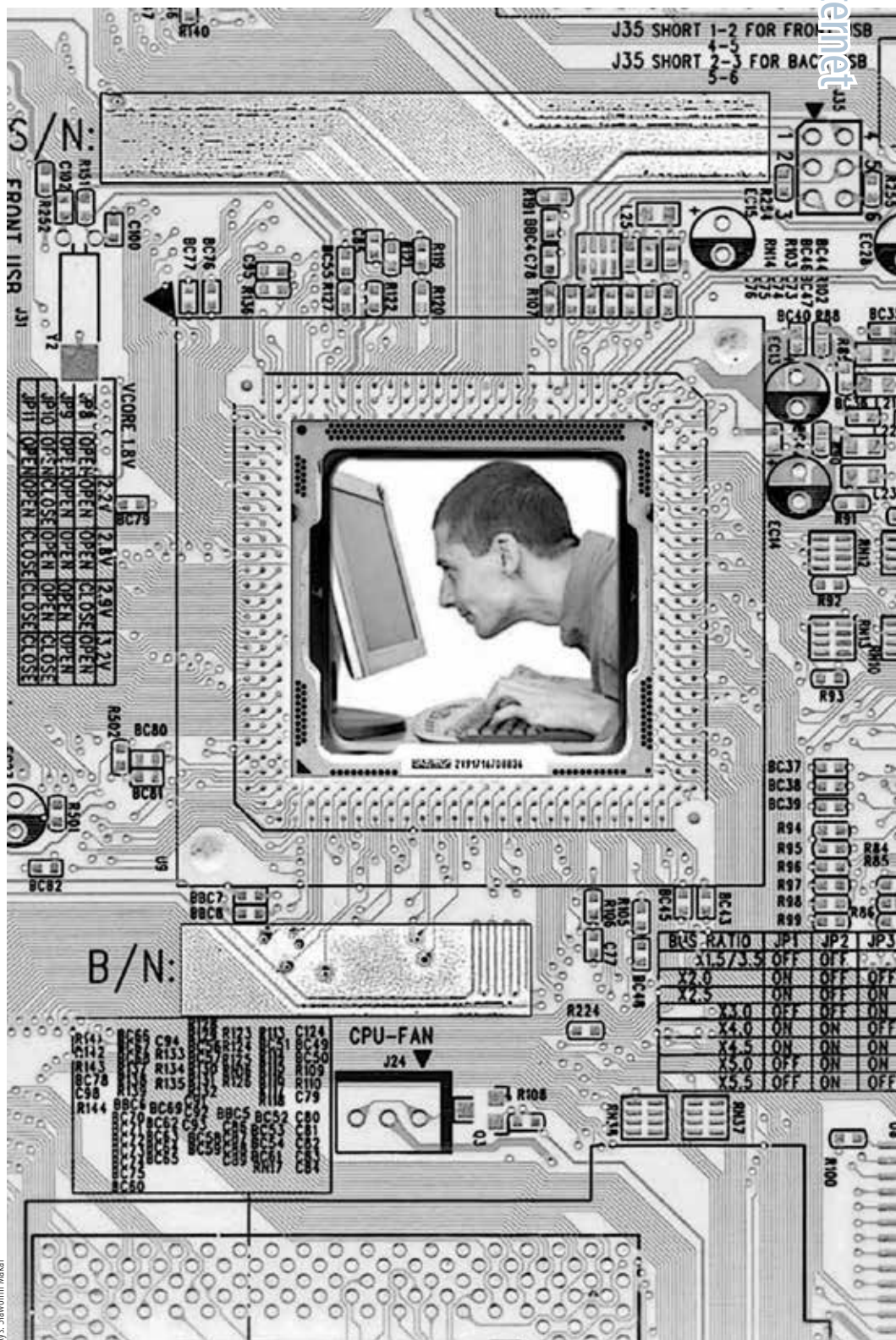
Błędne przekonania

Zdarza się tak, że w ogóle podaje się w wątpliwość sensowność prowadzenia badań w sieci, zarzucając badaniom internetowym niską jakość, nieprzestrzeganie standardów metodologicznych, niski stopień reprezentatywności, co w konsekwencji wiąże się z trudnościami ekstrapolacji uzyskanych wyników na populację generalną. Narzędzia badawcze uczniów, studentów czy młodych adeptów nauki obfitują w błędy metodologiczne, a autorzy ankiet online niejednokrotnie nie dbają o jakość publikowanych w sieci kwestionariuszy. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest łatwość tworzenia w internecie prostych narzędzi, czasem jednopytaniowych sond, które stwarzają złudne wrażenie, iż cały proces badawczy nie jest niczym skomplikowanym i nie wymaga jakiegokolwiek wiedzy metodologicznej. To błędne przekonanie, gdyż na przygotowanie ankiety internetowej trzeba poświęcić tyle samo czasu, a nierzadko więcej, co w przypadku projektowania badania realizowanego tradycyjną drogą. Trzeba przy tym podkreślić, iż badania realizowane drogą online mogą być tak samo wartościowe jak badania prowadzone offline, przy założeniu, że uwzględnia się określone standardy metodologiczne.

Mówiąc o badaniach internetowych, należy dokonać rozróżnienia na badania Internetu jako badania medium i jego zawartości oraz badania w Internecie, czyli badania realizowane drogą online. Badanie Internetu rozumiane jako badanie medium i jego zawartości można prowadzić w dwojaki sposób: przy pomocy tradycyjnych technik drogą offline, jak i za pomocą Internetu drogą online. Kluczowa decyzja dotyczy tego, co chcemy zbadać i jaka technika pozwoli uzyskać odpowiedź na interesujące nas pytania i hipotezy badawcze.

Niewiele mamy opracowań informujących o tym, z jaką skutecznością wypełnień mamy do czynienia w przypadku ankiet online. Spotkać się można z opracowaniami, które donoszą o kilku tysiącach wypełnień w ciągu kilku dni, a nawet godzin. Trzeba jednak przyznać, że tego typu sytuacje należą do rzadkości. Na początkowym etapie upowszechnienia ankiet online, kiedy stanowiły one swoiste novum, odsetki wypełnianych kwestionariuszy utrzymywały się na relatywnie wysokim poziomie, osiągając 50-70%. Obecnie,

gdymamy do czynienia ze spowszednieniem, a w związku z tym zmęczeniem różnego rodzaju ankietami, co zwykle się określa mianem oversurveyingu, odsetek wypełnień kwestionariuszy online zmniejszył się znacząco. Odsetek zwrotu wypełnionych kwestionariuszy internetowych jest porównywalny w przypadku zwrotów właściwych dla ankiet pocztowych, utrzymując się na poziomie 5-10%. Niski odsetek zwrotów nie jest jednakże stałą cechą badań prowadzonych drogą online, czasem nawet przewyższając odsetek wypełnień osiągnięty w badaniach offline. Przyczynia się do tego przede wszystkim sposób kon-



strukcji badania, który w znaczący sposób determinuje odsetki wypełnień. Znane są badania, w których przekracza on poziom 80%. Ponadto wyższe odsetki wypełnień są zawsze uzyskiwane na próbach jednorodnych pod jakimś względem, czyli na przykład wśród lekarzy, nauczycieli niż na zbiorowości generalnej. Podobnie jak w przypadku tradycyjnych badań sondażowych, procent uzyskanych odpowiedzi determinowany jest długością narzędzia i czasochłonnością jego wypełniania.

Wiele zależy od tego, jak przygotowane jest narzędzie badawcze, na ile profesjonalnie zostało przygotowane zaproszenie (preambuła) do jej wypełnienia, które może zachęcać albo wręcz przeciwnie – skutecznie zniechęcać potencjalnych respondentów. Preambuła ma duże znaczenie, gdyż to ona inicjuje kontakt z ankietowanym, tworząc pierwsze wrażenie o badaniu, jego istotności i samym badaczu. Niechętnie poświęcamy nawet kilka minut swojego czasu na wypełnianie ankiet, które wydają się nam mało wartościowe, nieistotne i niewiele wnoszące. Należy zadbać o formę preambuły, zawierając możliwie szczegółowe informacje o badaniu, jego celu, sposobie analizowania zebranych danych. Respondenci niechętnie wypełniają ankietę, które przygotowane zostają w plikach tekstowych i pojawiają się w formie załączników do wiadomości mailowych. Zazwyczaj tego typu maile traktowane są jako niepożądane, a internauci z dużą rezerwą podchodzą do otwierania załączników obcego pochodzenia, które mogą zawierać wirusy. Jak łatwo zatem zauważyć, każda nasza decyzja ma wpływ i znaczenie, warunkując decyzję o chęci wypełnienia ankiety.

Dropout i brak kontroli

Interesujących wniosków dostarczają prace badawcze dotyczące konstrukcji samego zaproszenia i jego wpływu na chęć wypełnienia ankiety. Okazuje się, że znaczenie mają dodatkowe informacje o osobie realizującej badanie, a nawet zdjęcie badacza. Tłumaczy się to tym, iż tego typu informacja dostarcza szerszego kontekstu o badaczu, a tym samym zwiększa chęć wypełnienia ankiety, która wydaje się nam w mniejszym stopniu bezosobowa i anonimowa. Co ciekawe, okazuje się, iż

chętniej wypełniamy ankiety przygotowane przez kobiety, co określa się mianem efektu Anity, a ów wpływ jest szczególnie widoczny, jeśli badana grupa jest nadreprezentowana przez mężczyzn. Badania pokazują również, że tak wydawałoby się nieistotne kwestie, jak spójność informacji o badaczu np. z jego adresem mailowym, mają znaczenie przy decyzji o zamiarze wypełnienia ankiety.

Dużym problemem w przypadku realizacji badań sondażowych online jest tak zwany dropout. Oznacza on porzucenie ankiety w trakcie jej wypełniania. Wiele narzędzi umożliwia zapisywanie odpowiedzi respondenta w czasie rzeczywistym, jednakże w wielu przypadkach na nic się to nie zdaje, gdyż niejednokrotnie pytania metryczkowe (dotyczące wieku, płci, miejsca zamieszkania, osiąganych dochodów, wykonywanej pracy etc.) są zamieszczane na końcu ankiety, a bez tych danych samo badanie staje się bezużyteczne. Ankiety wypełnione częściowo, niepełne, zwykle nie są uwzględniane na etapie analizy. Istotny wpływ na dropouty ma długość ankiety, warto korzystać z takich narzędzi internetowych, które zawierają pasek postępu bądź w inny sposób informują, na jakim etapie ankiety znajduje się respondent i ile pytań pozostało mu do końca. Trzeba przemyśleć kolejność pytań, jeśli nie jest to uzasadnione badaniem, nie dublować tych samych kwestii, zwrócić uwagę na stopień złożoności, ale i czytelności pytań. Jeśli naszą ankietę otwiera trudne, złożone, wielowątkowe pytanie, trudno oczekiwać, że respondent z chęcią podejmie wysiłek, by na nie odpowiadać. Wprowadzenie do ankiety powinno być nieobciążające respondenta, niewywołujące u niego już na samym początku frustracji wynikającej z niezrozumienia i konieczności intensywnego zaangażowania.

Dużym problemem w badaniach internetowych jest brak kontroli nad procesem przebiegu badania. Nigdy nie mamy pewności, czy osoba odpowiadająca na pytania jest rzeczywiście pożądanym przez nas respondentem, nie wiemy również, czy w trakcie wypełniania ankiety nie korzysta z innych źródeł. Pewnym sposobem na wyjście z tej sytuacji jest stosowanie unikalnych haseł, ale i one nie dają nam gwarancji, że odpowiada osoba, której oczekujemy i nie wspomaga się zewnętrznymi źródłami.

Należy wspomnieć o kwestiach etycznych związanych z badaniami nie tylko w sieci, ale w ogóle. Jeśli nie jest to uzasadnione tematyką badania, nie należy pytać o kwestie drażliwe, poruszać kwestii, które mogą być dla respondenta obciążające, pozostawiać go z uczuciem dyskomfortu. Żadne badanie nie może być dla osoby badanej dolegliwe. Jeśli wprowadzamy w badaniu jakąś formę manipulacji, na co etyka badań pozwala, zawsze po zakończeniu badania powinna ona zostać szczegółowo wyjaśniona wraz z celowością jej wprowadzenia. Ważne by respondent miał możliwość kontaktu z badaczem. Stąd tak istotne jest, by już w preambule pojawił się kontakt do badacza, co umożliwia wyjaśnienie wątpliwości czy też zgłoszenie możliwych błędów, niejasności, jakie pojawiły się w trakcie badania. W obszarze etycznym istotne są również kwestie związane z zapewnieniem anonimowości osoby biorącej udział w badaniu. Nawet wtedy, gdy nasze badanie ma charakter niereaktywny, a więc odbywa się bez udziału osoby badanej, konieczne jest takie operowanie materiałami dostępnymi online, by unie możliwić identyfikację konkretnej osoby. Możemy czerpać z bogactwa zasobów internetowych i publikowanych tam treści, ale trzeba pamiętać, iż powinno się to odbywać w sposób nienaruszający praw osób trzecich.

30 tysięcy użytkowników

Prowadzony przez nas serwis ebadania.pl służący do realizacji badań sondażowych w sieci powstał w 2007 roku. Wraz

ebadania.pl

Strona | Receptury | Logowanie / Rejestracja

SPOŁECZNE BADANIA ANKIETOWE

Łączymy ludzi, którzy dzielą się swoimi światłami i tych którzy chcą to badać

[Załącznik](#)

POSTACIE

Respondent

Przejrzyj ankiety jeśli chcesz podzielić się swoim punktem widzenia i pomóc innym w poznaniu twoich przekonań, idei. Załóż konto a wracając do serwisu, zobaczysz jak twoje odpowiedzi wyglądają na tle innych.

Ankieter

Załącz konto i twórz ankiety. Możesz również wzorować się na badaniach innych użytkowników, kopiować ich ankiety, modyfikować i publikować.

Analityk

Załącz konto i analizuj dane. Możesz analizować własne wyniki ankiet, jak również wyniki ankiet innych użytkowników. Wyciągaj trafne wnioski i twórz raporty.

Każdy może być zarówno Respondentem, jak i Ankieterem, czy Analitykiem.

ebadania.pl 2006 - 2022

0 dni | 1 miesiąc | 1 rok

Nowy layout serwisu ebadania.pl (wersja alpha)

z Tomaszem Szpunarem, współtwórcą serwisu, jego projektantem i programistą, postanowiliśmy udostępnić to narzędzie innym. Chcieliśmy w procesie badawczym wspomóc doktorantów, studentów i uczniów, których niejednokrotnie nie stać na opłacanie abonamentów w komercyjnych serwisach. Szybko okazało się, że nasze narzędzie stało się popularne nie tylko wśród nich, lecz także spotkało się ze sporym zainteresowaniem szerszego środowiska naukowego i badaczy niezwiązanych ze środowiskiem akademickim. Dzięki eBadaniom powstało kilkadziesiąt dysertacji doktorskich, kilkaset prac magisterskich, licencjackich i inżynierskich. Każdy, kto chce wykonać badania sondażowe do swojej pracy, może to w intuicyjny sposób uczynić przy wsparciu naszego serwisu. Został on zaprojektowany tak, by osoba, posiadająca jedynie podstawową wiedzę z zakresu metodologii badań, mogła stworzyć własne narzędzie badawcze i przeprowadzić interesującą ją badania.

Platforma ebadania.pl powstała w 2006 roku, a od początku jej istnienia skorzystało z niej prawie 30 tysięcy użytkowników (badaczy), zrealizowano ponad 40 tysięcy ankiet, które wypełniło ponad milion respondentów. Przez cały okres funkcjonowania aplikacja była dostępna całkowicie bezpłatnie, nie zawierając również płatnych ogłoszeń reklamowych. Główną ideą, która przyświecała tworzeniu tej aplikacji, było stworzenie środowiska umożliwiającego realizację badań sondażowych w sieci. Obecnie na rynku funkcjonuje wiele serwisów umożliwiających realizację tego typu badań, ich główna funkcja sprowadza się do dostarczenia narzędzia, które wspomaga badacza w przeprowadzaniu badań. W większości serwisów wygląda to tak, że ankietery pobierają zebrane przez siebie dane, potem analizują je i wykorzystują do własnych celów, np. prac dyplomowych. W wielu wypadkach zgromadzona przez nich wiedza staje się martwa, gdyż nie zostaje upowszechniona, a bywa tak, że społecznie doniosłe kwestie, choć przebadane, nie spotykają się z uwagą i zainteresowaniem szerszej opinii publicznej. Ankiety realizowane na potrzeby prac magisterskich, inżynierskich czy licencjackich niejednokrotnie poruszają ważne społecznie tematy, a w ich wypełnienie angażują się setki respondentów. Niestety rezultaty takich badań pozostają zwykle niedostępne, znane wyłącznie osobie realizującej badanie – studentowi, doktorantowi, pracownikowi naukowemu czy oceniającemu pracę. Wiedza uzyskana w ten sposób, choć wartościowa, nie jest upowszechniana, nie pozwalając na przykład innym badaczom weryfikować tego, co i w jaki sposób zostało przebadane, co w toku badań udało się ustalić, a co wymaga dalszej eksploracji. Nie ma również wymogu, by projekty grantowe finansowane z funduszy publicznych były publikowane w wolnym dostępie, co oznacza, że wiele kwestii, mimo że zostają przebadane, nie trafia do opinii publicznej, a tym samym cenne i wartościowe poznawczo dane są marnotrawione. Stąd bywa tak, że badania z tego samego zakresu są dublowane, a ustalenia badaczy nie podlegają intersubiektywnej sprawdzalności. To właśnie tę lukę zamierzamy wypełnić, wprowadzając na rynek nową wersję ebadania, opartą na aspekcie społecznościowym.

W związku z tym, iż obecnie rynek związany z aplikacjami do badań online koncentruje się na zapewnieniu narzędzi do przeprowadzania badań, stwarza to naszym zdaniem przestrzeń do zaistnienia nowej aplikacji, opartej na społeczności, służącej wymianie wiedzy o charakterze sondażowym. Aplikacja stawia sobie za cel możliwość dzielenia się całymi ankietami (narzędziami), poszczególnymi pytaniami bądź też uzyskanymi wynikami. Oferuje to możliwość wielokrotnego i wielowymiarowego analizowania problemów społecznych, z uwzględnie-

niem różnych optyk przez wielu badaczy zainteresowanych danym zjawiskiem.

Opierając się na idei kolektywnej inteligencji, chcemy umożliwić wspólną pracę nad narzędziem badawczym, analizą danych oraz popularyzacją uzyskiwanych wyników. W procesie interpretacji użytkownicy będą mieli możliwość współdziałania, by wypracowywać możliwie najtrafniejsze wyjaśnienia badanych zjawisk. Doświadczenia, związane ze zbiorową inteligencją czy tak zwanym smart mobs (mądrym tłumem), pozwalają przewidywać, iż współpraca w ramach społeczności ebadania przełoży się może na jakość prowadzonych badań oraz propagację uzyskanej w ten sposób wiedzy. Wzajemne korekty mogą stać się efektywnym sposobem na wypracowanie wartościowego projektu badawczego.

Dostęp do wiedzy społecznie użytecznej

Ciekawym doświadczeniem jest konfrontowanie osobistych punktów widzenia na tle grupy. Bywa, że jesteśmy przekonani, że nasze preferencje lokują się w obrębie średniej, podczas gdy mają charakter niszowy. Uczestnicząc w badaniach, a co ważniejsze uzyskując wgląd w ich wyniki, uzyskujemy dostęp do wiedzy na temat własnych przekonań, pozycjonowania naszych preferencji na tle badanej próby, co przyczynia się do uświadamiania kwestii nieświadomych czy też konfrontowania się z innymi, niedostrzeganymi wcześniej perspektywami.

Dzięki społecznościowej aplikacji badawczej uzyskujemy dostęp do wiedzy społecznie użytecznej. Bywa na przykład tak, że kilka miast pracuje równocześnie nad powiększeniem infrastruktury rowerowej. W związku z planowanymi inwestycjami często prowadzą badania w interesującym ich obszarze, by poznać opinie mieszkańców. W przypadku naszej aplikacji wyniki badań będą dostępne publicznie, a więc będzie istniała możliwość wykorzystania ich bezpośrednio, zmodyfikowania lub uwzględnienia opinii mieszkańców innego miasta w planowaniu jego rozwoju. Dotychczas zazwyczaj wyniki badań były niedostępne dla decydentów czy mieszkańców innych miast, tym samym cenne dane badawcze były dostępne wąskiej grupie. Współdzielenie i otwartość procesu badawczego pozwalają po wielu latach konfrontować zadowolenie mieszkańców z wprowadzonych rozwiązań i porównywać ich opinie z wypowiedziami sprzed wprowadzenia nowych zmian. To właśnie otwartość badań, którą proponujemy, pozwala uzyskiwać łatwy dostęp do narzędzi i wyników badań, rozwijać je i porównywać ze sobą.

Badania prowadzonych w sieci nie należy traktować jak gorszej siostry badań prowadzonych drogami tradycyjnymi. Wręcz przeciwnie, trzeba się do nich przygotować równie starannie, a nawet solidniej niż do badań offline. Brak bezpośredniego kontaktu z respondentem, brak możliwości dopowiedzenia czy wyjaśniania kwestii niejasnych, niezrozumiałych wymagają od badaczy jeszcze większej dokładności i precyzji w przygotowywaniu narzędzi badawczych. Warto prowadzić badania w sieci i korzystać z możliwości, które ze sobą niosą, jednocześnie jednak mieć świadomość trudności i pułapek, jakie czyhać mogą na niewytrawnego badacza.

Życzę wszystkim badaczom, zarówno doświadczonym, jak i dopiero rozpoczynającym swoją przygodę z badaniami, by prowadzone przez nich projekty badawcze były fascynującą przygodą intelektualną, pozwalającą dotrzeć do wiedzy o innych, ale i sobie samych. Aby tak jednak było, należy solidnie się do nich przygotować, by zebrane owoce były jak najbardziej wartościowe.

Dr hab. Magdalena Szpunar, prof. UŚ, socjolog, pracuje na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Instytucie Socjologii.