

непосредственно с данной группой населения, значительно отличается. Также и количество мероприятий, качество предоставляемых услуг, востребованность их на уровне большого города резко отличается. Значение и роль специальных организованных усилий, направленных на обеспечение полноценного отдыха, в современных условиях становятся все более ощутимыми. Отдых, организуемый на основе точного знания психологии и физиологии пожилого человека и учета соответствующих психофизиологических закономерностей, позволяет решать физкультурно-оздоровительные задачи с гораздо большей эффективностью. Каждый раз, когда человек становится участником совместных развлекательных занятий, у него, так или иначе, возникает чувство общности с другими. Такие занятия всегда основаны на обязательной координации усилий, взаимной помощи и взаимной выручке. Это помогает решить одну из главных проблем пожилых людей – чувство отрешенности, ненужности обществу.

Сложившаяся практика действующих в течение ряда лет в нашей области физкультурно-оздоровительных групп показывает, что, как правило, на их основе создаются клубы по интересам, самодеятельные художественные коллективы, осуществляются коллективные выезды на природу, экскурсии. Общность интересов и жизненных устремлений пробуждают у пожилых людей творческие способности. Разнообразные и нужные дела, в которых участвуют члены групп здоровья, дают устойчивое ощущение своей причастности к общественной жизни. Таким образом, физкультурно-оздоровительная работа с лицами престарелого возраста позволяет воздействовать на все аспекты здоровья пожилых людей – физического и духовного, способствует активному долголетию.

УДК 303.1:004-053.81

О. М. Богайчук

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ВЕБ-ТЕХНОЛОГИЙ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРНЕТ-ИССЛЕДОВАНИЙ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ

Профессор Массачусетского технологического института Шерри Теркл еще в 1995 г. заметила тенденцию широкого распространения Интернета среди масс и в своей работе «Identity in the Age of the Internet» рассмотрела Глобальную сеть как новые возможности для исследователей. Интернет в рамках социологической мысли, по мнению Теркл, стоит рассматривать как новый канал доступа к объекту для проведения традиционных количественных и качественных исследований. Кроме того, появление новых форм взаимодействия внутри сети заставляет задуматься о разработке методологии их изучения: «Виртуальная реальность бросает исследователям новый методологический вызов: каким образом, и в каких целях можно использовать методы онлайн-интервью, и стоит ли вообще это делать» [1, с. 71–72].

В настоящее время многие исследовательские компании действительно используют интерактивные возможности интернет-технологий и проводят онлайн-исследования различных форм [2, с. 34]. Приведем краткое описание некоторых из них.

Опрос через электронную почту применялся в исследованиях с самого начала распространения Интернета и в наше время практически утратил свою актуальность в связи с низкой возвращаемостью анкет.

Онлайн-опросы (опросы на сайтах) – это широко распространенное направление интернет-исследований как в России, так и за рубежом. Сегодня опросы на сайтах ведутся по

нескольким направлениям. Во-первых, с целью изучения сетевого поведения и отношения пользователей к технологическим и социокультурным аспектам развития Интернета. Во-вторых, по направлению изучения потребительских установок и поведения на различных рынках товаров и услуг. В-третьих, изучение социальных и политических установок, в том числе электоральных [6, с. 22–30].

Анкетирование с помощью специальных приложений (например, «Документы google»). Позволяют сформировать собственную сетевую анкету, после этого исследователь рассылает ссылку на эту форму представителям целевой аудитории, а программа сама выполняет статистическую обработку полученных данных [3].

Опрос интернет-панели – это, по сути, онлайн-опрос с помощью сформированной по специальной процедуре выборки. В настоящий момент этот метод является основным инструментом исследовательских компаний для изучения интернет-аудитории. Такой инструмент исследований в российской практике использует в своей работе фонд «Общественное мнение» [4].

Анализ документов и контент-анализ. Сегодня исследовательский интерес, связанный с этим методом, направлен на изучение веб-страниц с коммерческой точки зрения. В основном анализ направлен на решение таких вопросов, как: насколько сайт привлекает пользователей, где разместить баннер с рекламой этого товара и т. д. Изучение социокультурных аспектов жизни общества с помощью этого метода пока не получило широкого распространения, но нам видится перспективным развитие этого исследовательского направления.

Интервью и фокус-группы проводятся в Сети многими исследовательскими компаниями на протяжении последних лет. Методики проведения остаются те же, что и при традиционных качественных методах, добавляются только технические средства для возможности проведения видеоконференции.

Автоматический обход и сбор данных с различных интернет ресурсов. Как правило, подобного рода приложения используют сами создатели портала, чтобы сделать сайт более полезным для посетителей, чтобы узнать о количестве пользователей, определить типы технологий, используемых ими. Более усовершенствованные технологии автоматического сбора информации могут представлять социологический интерес, например, для проведения автоматического контент-анализа социальных сетей.

Безусловно, исследуя тот или иной вопрос в Интернете, как и в традиционных исследованиях, социолог сталкивается с рядом проблем. К основным можно отнести:

1. Репрезентативность и ее отсутствие – это проблема, наиболее остро стоящая в вопросах исследований через Интернет. Это, в первую очередь, связано с тем, что зачастую исследователь не знает, какие социальные группы представлены в Сети и представлены ли они равномерно. Социально-демографическая структура интернет-пользователей отличается от структуры населения России в целом. Например, в сети преобладает возрастная группа до 30 лет, а в российском обществе существует иное демографическое распределение [4]. Но если говорить о молодежной аудитории, то она представлена репрезентативно. Так как исследования большей части населения в Интернете пока еще не представляется возможным, следует сосредоточиться на тех группах населения, которые в интернет-пространстве представлены наиболее полно: молодежь, специалисты IT-сферы и т. д.

2. Сложность формирования выборки. Контролировать соответствие выборочной совокупности генеральной при интернет-опросах практически невозможно. На размещенную на сайте анкету, как правило, отвечают те, кому интересна тема исследования, отсюда возникают смещения выборки.

3. Сужение исследуемой аудитории до пользователей конкретным сайтом, на котором размещен опросник. Эту проблему можно решить несколькими способами: либо размещение

опросника на разностороннем и популярном среди всех категорий пользователей портале, например, в социальных сетях, либо проведение исследования на разных сайтах.

4. Низкая возвращаемость анкет характерна прежде всего для онлайн-опросов. В настоящее время проблема решается использованием мотивационных средств, формированием интернет-панелей и разработкой наиболее удобных и интуитивно понятных форм опросников.

5. Некоторые из интернет-ресурсов предполагает полную или частичную анонимность пользователя, это может повлечь за собой намеренное искажение данных. Обратной стороной анонимности, которую в большей степени можно отнести к плюсам интернет-исследований, является большая искренность респондента в сравнении с традиционными опросами.

6. Технические ограничения связаны с невозможностью по ходу опроса взаимодействия анкетера и респондента для разъяснения каких-либо вопросов. Во избежание такого рода смещений необходимо максимально грамотное и понятное составление анкеты и ее пилотаж офлайн. Кроме того, современные опросники заключают в себе возможность контролировать правильность заполнения анкеты.

Безусловно, исследования в Сети имеют и преимущества перед традиционными. К основным плюсам и дополнительным возможностям исследований в Интернете относятся:

1. Главным преимуществом исследований в сети, по мнению большинства социологов, является экономия ресурсов: финансовых, временных, человеческих.

2. Возможность автоматически обрабатывать данные.

3. Увеличение объема выборки. «Низкий уровень материальных затрат в расчете на одного респондента позволяет, в свою очередь, при желании добиться существенно большего объема выборочной совокупности – в несколько тысяч, а потенциально даже в несколько десятков тысяч человек. А это, как известно, снижает величину случайной ошибки измерения» [5].

4. Ширина охвата и достижимость аудитории. Исследования через Интернет дают возможность изучать самые разнообразные социальные группы и сообщества, преодолевая государственные границы и любые географические расстояния, опросить тех, кто недоступен для социологов в реальной жизни, с малой вероятностью пойдет на контакт.

5. При проведении интернет-опросов отмечается значительно более низкий уровень влияния анкетера на респондента. Что ведет к повышению надежности данных.

6. Возможность настройки веб-приложений под разные задачи. Исследователь, в зависимости от специфики анкетирования, может задавать разные параметры опроснику.

7. Интернет-опросник в сравнение с традиционной анкетой может включать в себя видео- и аудиоматериалы, если это необходимо для темы исследования.

8. Возможность сбора и фиксации дополнительной информации, полученной с помощью просмотра профилей зарегистрированных пользователей того или иного портала.

Подводя итог, необходимо отметить, что при реализации сетевых исследований могут возникнуть проблемы, связанные с репрезентативностью выборки. Однако не стоит игнорировать возможности Интернета, способные снять ограничения многих традиционных методов.

Существует мнение, что использование социальных сетей позволяет преодолеть множество ограничений традиционных исследований. Но требуется эмпирическое исследование, чтобы понять, насколько репрезентативно представлены разные категории молодежи в социальных сетях, насколько охотно пользователи отвечают на вопросы, какова погрешность выборки и т. д.

Для того чтобы ответить на этот вопрос в рамках одного из томских университетов – ТУСУР, весной 2012 г. был реализован комплекс исследований, которые позволили в той или иной степени говорить о возможности проведения опросов и других видов прикладного социологического анализа в соцсети «ВКонтакте». Мониторинг на эту тему проводится в

ТУСУРЕ регулярно. Данные 2012, 2013 г. показывают, что возможность интернет-исследований с сохранением репрезентативности существует, при этом действует традиционная методология, изменяется лишь площадка проведения исследования.

1. *Turkle Sh.* Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. 1995. С. 152.
2. *Давыдов А. А.* «Вторая жизнь» как виртуальная лаборатория социолога (обзор зарубежного опыта) // Социс. 2010. № 5. С. 34.
3. Документы Google [Электронный ресурс]. М., 2011. Режим доступа: <http://www.google.ru/>.
4. 33-й выпуск регулярного бюллетеня «Интернет в России». Весна 2011 г. / Сайт фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. URL: <http://bd.fom.ru/map/projects/internet> (дата обращения: 28.03.2014).
5. *Стребков Д. О.* Социология и Интернет: перспективные направления исследования / Интернет-конференция [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216573/> (дата обращения: 28.03.2014).
6. См.: *Чузунов А. В.* Социология интернета: методика и практика исследования интернет-аудитории : учеб. пособие. СПб.: Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. С. 22–30.

УДК 37.035.6:796

А. О. Богатырь

УСПЕХИ В СПОРТЕ КАК МОДЕЛЬ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Современный спорт и идеология патриотического воспитания тесно связаны друг с другом. Идеологический компонент присутствовал уже в период становления института спорта. По мере роста его социальной значимости росли связи с идейным воспитанием патриотизма.

Спорт, его колоссальное распространение во всем мире, идейные установки, подразумевающие под собой нравственность, эстетику, образ жизни, связывают спорт с политической жизнью страны. Спорт, с его идеологической пропагандой, отражает политический и экономический строй, а также господствующие в стране духовные ценности.

Спорт и его идеологический компонент реализуются через политическую модель воспитания. Это очень хорошо проявляется на соревнованиях международного уровня, где спортсмены защищают престиж своей страны в организационных формах и ритуалах: гимн, подъем флага, подсчет общих командных очков страны.

Очень важный этап в формировании патриотического идеализма – это получение Россией права на проведение трех крупных спортивных соревнований: Универсиады-2013 в Казани, где наша команда заняла 1-е место в общекомандном зачете, зимней Олимпиады 2014 г., чемпионата мира по футболу 2018 г. Каждое из них – событие мирового масштаба с обязательным вниманием спонсоров, прессы и болельщиков.

© Богатырь А. О., 2014