



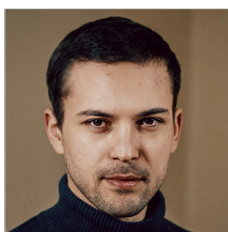
DOI: 10.19181/smtп.2026.8.2.9

EDN: QHGYIF

Научная статья

Research article

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОНЛАЙН-ОПРОСЫ: ЖЕЛАЕМОЕ, ВОЗМОЖНОЕ, ДОЛЖНОЕ



**Кузнецов
Игорь Сергеевич¹**

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия



**Попова
Екатерина Сергеевна²**

² Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

Для цитирования: Кузнецов И. С., Попова Е. С. Социологические онлайн-опросы: желаемое, возможное, должное // Управление наукой: теория и практика. 2026. Т. 8, №2. С. 150–166. DOI 10.19181/smtп.2026.8.2.9. EDN QHGYIF.

Аннотация. В условиях продолжающегося развития информационных технологий и оптимизации затрат на проведение социологических опросов онлайн-исследования приобретают всё большую популярность. Применение онлайн-опросов обеспечивает достижение адекватности ситуации компромисса между необходимой скоростью сбора данных в многократно меняющемся социальном мире и качеством получаемой эмпирической информации, что неизбежно ведёт к трансформации логики и архитектуры социологического исследования в условиях цифровизации науки. При этом в социальных науках до сих пор не сложилось единого устоявшегося мнения относительно данного метода опроса. Несмотря на то, что многие из возникающих трудностей не являются новыми, как никогда ранее методологическая прозрачность становится критически важной для современных исследований социальной реальности. Особенно и потому, что результаты социологических исследований ложатся в основу разработки решений в сферах социального прогнозирования и управления. В фокусе внимания данной работы находятся методологические особенности онлайн-опросов. В частности, анализируются возможности и ограничения онлайн-выборок, основанных на неслучайном отборе, применительно к изучению социального поведения молодёжи в сфере образования. Рассматриваются связанные с ними проблемы репрезентативности, ошибки

покрытия и эффект самоотбора. Подчёркивается важность идентификации уникальных черт и отличий онлайн-выборок от генеральной совокупности. Приводится сопоставление социальных, демографических характеристик респондентов, отобранных через электронную почту, онлайн-панели и социальную сеть. Показано, что такие неслучайные онлайн-выборки могут отличаться от генеральной совокупности по социально-демографическим параметрам. В заключении обсуждается необходимость методологической прозрачности онлайн-исследований, которая укрепляет социологию как науку в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: онлайн-опрос, онлайн-выборка, репрезентативность, ошибка покрытия, эффект самоотбора, социальная сеть, онлайн-панель, электронная почта

SOCIOLOGICAL ONLINE SURVEYS: THE DESIRED, THE POSSIBLE AND THE NORMATIVE

Igor S. Kuznetsov¹

Ekaterina S. Popova²

^{1,2} Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

For citation: Kuznetsov I. S., Popova E. S. Sociological online surveys: The desired, the possible and the normative. *Science Management: Theory and Practice*. 2026;8(2):150–166. (In Russ.). DOI 10.19181/smtp.2026.8.2.9.

Abstract. Amid the ongoing development of information technologies and the optimization of costs associated with sociological surveys, online research is gaining increasing popularity. The application of online surveys achieves an adequate compromise between the necessary speed of data collection in a social world that is changing over and over again and the quality of empirical information obtained. This inevitably leads to a transformation in the logic and architecture of sociological research in the era of the digitalization of science. Nevertheless, in the social sciences, no unified, established consensus has yet emerged regarding this survey method. Although many of the arising difficulties are not novel, methodological transparency has never before been so critically important for contemporary studies of social reality – particularly because the results of sociological research underpin the development of solutions in the domains of social forecasting and management. The focus of this article is on the methodological features of online surveys. In particular, we analyze the possibilities and limitations of online samples based on non-random selection with application to the study of youth social behavior in the sphere of education. The work examines the associated problems of representativeness, coverage error and self-selection bias. The authors emphasize the importance of identifying the unique characteristics and differences of online samples from the general population. A comparison is provided of the social and demographic characteristics of respondents selected via e-mail, online panels and social networks. It is demonstrated that such non-random online samples may differ from the general population in sociodemographic parameters. The conclusion discusses the need for methodological transparency in online research, which strengthens sociology as a science in the digital age.

Keywords: online survey, online sample, representativeness, coverage error, self-selection bias, social network, online panel, e-mail

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы онлайн-исследования стали активно применяться в социальных науках, и все признаки указывают на усиление этой тенденции в будущем. Росту онлайн-опросов способствует развитие цифровых технологий, как и увеличение количества персональных компьютеров и мобильных устройств. В 2023 г. Россия среди других стран занимала 33-е место по уровню проникновения Интернета в домашние хозяйства (88%) [1, с. 167]. С 2010 по 2023 г. охват Всемирной сетью в нашей стране вырос примерно на 40% [Там же, с. 164]. Подавляющее большинство населения (87%) пользуется Интернетом практически каждый день [Там же, с. 169]. Особенно активно в его повседневное использование вовлекается именно молодёжь, что делает исследование мнений этой социально-демографической группы с помощью цифровых технологий наиболее востребованным.

В теоретико-методологическом осмыслении тенденций изучения мнений населения необходимо отметить, что с начала 2000-х гг. в научных зарубежных журналах наблюдается ощутимый рост числа публикаций, связанных с онлайн-опросами. К 2010 г. их количество превосходит по количеству публикации, посвящённые телефонным опросам¹, и эта тенденция усиливается в последующие годы [2]. Выбор в пользу онлайн-опросов обусловлен их преимуществами: низкая стоимость, простота организации, снижение доли социально-желательных ответов [3; 4; 5]. Однако им присущи и недостатки, в частности – проблема репрезентативности. Эта проблема является ключевой в обсуждении вероятностных и невероятностных выборок. Как будет показано далее, многие из возникающих методологических трудностей отнюдь не новы, аспекты валидности и достоверности данных как никогда актуальны; методологическая прозрачность становится критической необходимостью наступившей цифровой эпохи, однако едва ли широко соблюдается в практике презентации научных результатов социологических исследований.

Актуальная данному дискурсу научная проблема, на наш взгляд, заключается в практически полном отсутствии теоретико-методологического консенсуса относительно применения цифровых технологий в социологических исследованиях. Это порождает некоторое противоречие между потенциалом социологических исследований с применением технологий онлайн-исследований и существенными рисками в объяснении социальных явлений и процессов, в разработке практических рекомендаций, основанных на результатах, полученных такими методами.

В фокусе внимания данной работы² находятся методологические особенности онлайн-опросов. При помощи методологической рефлексии авторского опыта онлайн-исследования студентов высшего и среднего профессионального образования анализируются возможности и ограничения онлайн-выборок, основанных на неслучайном отборе.

¹ Что особенно актуально применительно к нашей стране в связи с изменениями в правилах и специфике организации проведения телефонных опросов.

² Статья является продолжением цикла работ по проблематизации данного исследовательского направления (см., например: [6]).

Рассматриваемые в статье вопросы имеют прямую ценность для стратегического управления научными исследованиями, потенциально позволяя оптимизировать распределение ресурсов и повышать надёжность данных в условиях возрастающих экономических ограничений. Предлагаемый взгляд на необходимость методологической прозрачности и сочетания выборок способствует формированию социологических стандартов качества онлайн-эмпирии, что усиливает роль социологии в принятии обоснованных управленческих решений на уровне государства и отдельных институтов.

НЕВЕРОЯТНОСТНЫЕ ОНЛАЙН-ВЫБОРКИ

Методологическая дискуссия о возможностях и ограничениях вероятностных и невероятностных выборок началась давно, когда цифровые технологии вовсе не были распространены. В 30–40-х гг. прошлого века научное сообщество активно обсуждало, какой дизайн выборки лучше – основанный на случайном или неслучайном отборе. И только после нескольких значимых для практики социологических исследований событий, связанных прежде всего с неверным предсказанием выборов в США³, была поставлена точка, на длительный срок определившая «победителя и проигравшего» этого методологического спора. Стало понятно, что в опросах населения для получения высококачественных данных должна использоваться вероятностная выборка как наиболее точная [7]. Однако с развитием информационно-коммуникационных технологий невероятностная выборка вновь приобрела популярность. Развитие цифровых технологий поставило старые вопросы в совершенно новом контексте. Произошло возобновление дискуссии, которая не прекращается уже на протяжении почти двух десятилетий. Обозначим её основные смысловые контуры, приоритетные как для понимания логики и архитектуры социологического исследования, так и для интерпретации полученных результатов и разработки практических рекомендаций, основанных на них.

В онлайн-исследованиях выборочная совокупность может формироваться случайным и неслучайным образом. К первому варианту относятся: 1) опросы с заранее отобранными пользователями, где в качестве основы выборки используются списки респондентов, например, регистрационные записи студентов определённого вуза или учеников конкретной школы [8]; а также 2) вероятностные панели, в которых участники отбираются случайным образом [9, с. 45; 10].

В свою очередь, второму варианту соответствуют: 1) онлайн-панели, в которые приглашаются респонденты, отобранные неслучайным образом, т. е. панели, в которые может попасть любой желающий; 2) потоковая (стихийная) выборка – выборка добровольцев (наиболее доступных респондентов) путём размещения анкеты на сайте, в социальных сетях, рассылки по электронной почте, призыва к участию в опросе с помощью баннерной рекламы, всплывающих окон и т. п. [9, с. 53–54].

³ Речь идёт об ошибках прогнозирования итогов американских президентских выборов 1936 и 1948 гг.

В неслучайных выборках, в отличие от случайных, отсутствует основа, из которой отбор респондентов происходит с рассчитанной вероятностью. Иными словами, нет возможности точно определить генеральную совокупность, соответственно, отсутствует возможность оценить, насколько от неё отклонится конкретная выборка. Это т. н. ошибка покрытия. Ранее её возникновение объяснялось неодинаковым уровнем доступа к Интернету разных слоёв населения – цифровым неравенством первого порядка [11]. Смещение выборки происходит потому, что не каждая социально-демографическая группа или её подгруппа представлены в цифровых медиа, а значит, имеет неравные шансы принять участие в опросе [12; 13]. Однако в последнее время чаще стали апеллировать к созвучному феномену – цифровому неравенству второго порядка – т. е. к различию в целях и практиках использования Интернета [14; 15].

Кроме того, для неслучайной онлайн-выборки специфической ошибкой является эффект самоотбора. Исследователь не может влиять на то, кто попадёт в выборочную совокупность. Здесь вероятность участия определяется самим респондентом-добровольцем. Поэтому характеристики добровольцев, согласившихся принять участие в опросе, могут значительно отличаться от характеристик не-добровольцев, отказавшихся это сделать [16]. Такая ошибка отбора соответствует потоковым (стихийным) выборкам. Н. Г. Малошонок с коллегами пишет об этом следующим образом: «...участниками [онлайн-опросов. – *И. К., Е. П.*] становятся только те респонденты, которые, во-первых, имеют доступ к сети интернет, во-вторых, зашли на страницу сайта, в-третьих, увидели приглашение к участию в исследовании и, в-четвертых, решили принять участие в опросе» [8, с. 238].

Однако, несмотря на указанные ограничения, онлайн-исследования с неслучайным отбором респондентов требуют гораздо меньше времени и финансовых затрат. Вероятно, именно поэтому, в отличие от случайных выборок, к ним прибегают намного чаще в маркетинговых и – с недавнего времени – в социологических исследованиях. К тому же интерес к онлайн-опросам на основе неслучайной выборки не в последнюю очередь вызван переосмыслением критериев качества исследования или, выражаясь точнее, поиском адекватных ситуации компромиссов.

По сути, поиск направлен на то, чтобы применять такие выборки, которые допускают возможность получить данные, не вполне претендующие на репрезентативность, но тем не менее способные оставаться в терпимых границах точности [17, с. 125]. В частности, о степени качества исследования предлагается говорить в зависимости от достижения поставленных целей [18]. Это означает, что точность (измеренная, например, в виде доверительных интервалов или пределов погрешности) не обязательно выступает единственным критерием для оценки ответов. Вместо этого следует рассматривать некоторый диапазон, где цель – достижение точного описания генеральной совокупности – составляет только один крайний полюс, тогда как другой – это данные, которые позволяют «протестировать» модели (теории, концепты) и в то же время принять во внимание ограниченность ресурсов [17, с. 130–131].

Первый полюс ориентирован на репрезентативные исследования, другой – в большей степени на «экспериментальные» и «аналитические» [Там же, с. 131].

Соответственно, дизайн выборки обусловлен двумя полярными целями (допускающими промежуточные варианты): либо получить надёжные данные, либо найти компромисс между тремя элементами исследования – желаемым, возможным и должным. Последняя цель не выглядит слишком опрометчиво или безнадёжно, если принять во внимание, что любая собранная статистика уже есть в некотором роде баланс между тремя указанными элементами [19].

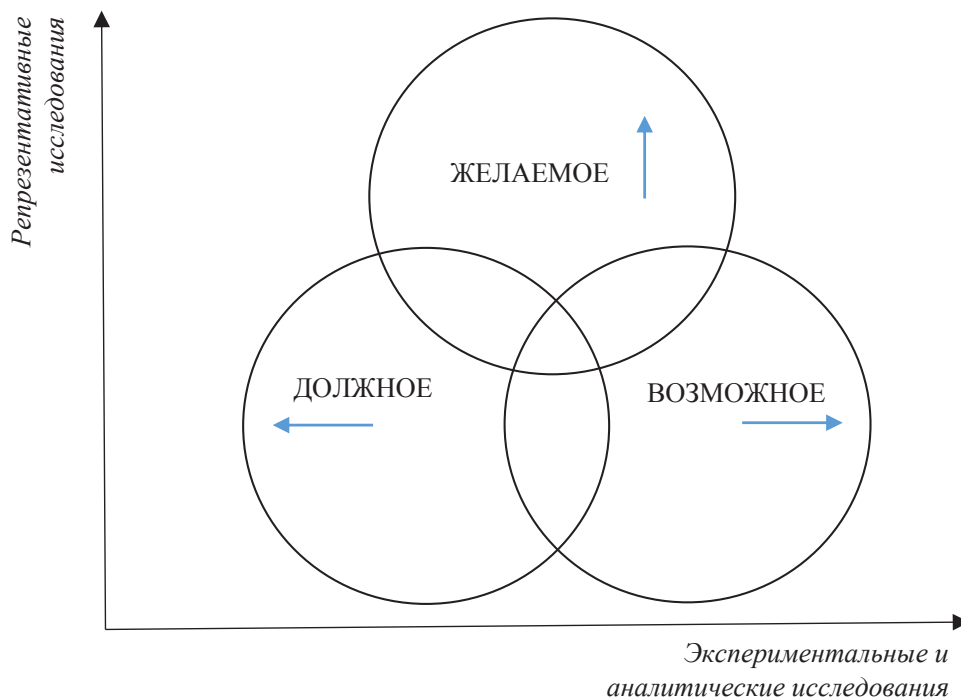


Рис. 1. Конститутивные основания дизайна выборки онлайн-исследования
Fig. 1. Constitutive foundations of online research sampling design

НЕВЕРОЯТНОСТНАЯ ОНЛАЙН-ВЫБОРКА – ИДЕНТИФИКАЦИЯ ВМЕСТО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

Расширение исследовательских целей скорректировало принятые подходы к оценке данных, собранных неслучайным образом. Как отмечают некоторые авторы, стратегически выгодной исследовательской практикой становится идентификация выборочной совокупности [20]. Речь идёт о выявлении и описании уникальных черт неслучайной выборки, позволяющей прояснить её специфику и ограничения – отличия, а не сходства с генеральной совокупностью. Т. е. акцент делается на тщательном изучении социально-демографических, поведенческих и иных характеристиках как тех, кто принял участие в онлайн-опросе, так и тех, кто этого не сделал. Идентификация применяется и к вероятностным выборкам, но для невероятностных, не претендующих на репрезентативность, она становится ключевым способом её оценки.

Одной из исследовательских стратегий является анализ тех, кто не попал в выборку. Это может быть связано с тем, что они оказались «слепым пятном» при её формировании, либо по какой-то причине отказались отвечать на вопросы

анкеты (или не завершили свой ответ) [21]. Проще говоря, в первом случае – это те, кто не получил ссылку об опросе, но должен был её получить, во втором – это те, кто её получил, но не перешёл по ней или перешёл, но не заполнил анкету до конца. Другая стратегия, дополняющая первую, заключается в анализе социальных и поведенческих характеристик респондентов, которые попали в выборку и которые могут отличаться в зависимости от разных контекстов, практик, платформ (сайтов, сетей, панелей) и т. п. [22; 23].

Существуют разные методы анализа таких «не-респондентов» и «специфических» респондентов, например, отдельное исследование тех, кто не стал участвовать в онлайн-опросе; сопоставление данных неслучайной выборки с данными государственной статистики и/или с данными вероятностных выборок [8; 24; 25]. В последнем случае в инструментарий могут включаться вопросы из репрезентативных мониторинговых и не только исследований с целью последующего сопоставления. Каждый из этих и других методов даёт фрагментарную информацию об участниках и не-участниках опроса, поэтому обычно стандартная рекомендация сводится к сочетанию разных подходов.

Проиллюстрируем сопоставление данных онлайн-опросов с данными государственной статистики на примере двух авторских исследований, которые нами проводились в 2019 и 2022 гг. Первое исследование предполагало опрос студентов высшего образования (ВО), второе – студентов среднего профессионального (СПО). В первом исследовании объём общей выборки составил 718 респондентов – студентов, обучающихся по программам бакалавриата (84,0%) и специалитета (16,0%). В социальной сети «ВКонтакте» было собрано 564 анкет, в онлайн-панели «Анкетолог» – 154. Во втором исследовании объём выборки составил 703 студента программ подготовки специалистов среднего звена (86,0%) и квалифицированных рабочих/служащих (14,0%). В данном случае анкета распространялась с помощью почты: по базе электронных адресов администрацией образовательных организаций рассылались письма студентам СПО с предложением заполнить онлайн-анкету (296 респондентов). Также дополнительным источником добора учащихся среднего профессионального образования выступали отечественные онлайн-панели – ОМИ («ОМИ», 194 респондента), TIBURON («Тибурон», 99 респондентов), «Анкетолог» (62 респондента), а также социальная сеть «ВКонтакте» (52 респондента).

В таблице 1 представлены результаты сравнения данных онлайн-опроса студентов ВО с данными государственной статистики в соответствующие годы исследования. Сравнение проводилось по таким параметрам, как пол, возраст, программы подготовки и формы обучения. Наибольшее расхождение между выборками и статистическими данными наблюдается в отношении пола и форм обучения. В онлайн-выборках преобладают женщины (более чем на 20 п. п.) и учащиеся очной формы обучения (более чем на 30 п. п.). При этом следует отметить, что две онлайн-выборки – «Анкетолог» и «ВКонтакте» – демонстрируют высокую степень гомологичности между собой: они близки по полу (разница составляет примерно 5 п. п.), программам подготовки (4 п. п.) и формам обучения (3 п. п.), а также возрасту (различия несущественны с точки зрения средних и дисперсий⁴).

⁴ t-критерий Стьюдента = 1,30, p = 0,196.

Таблица 1

Сравнение социально-демографических характеристик студентов ВО, отобранных при помощи онлайн-панели «Анкетолог» и социальной сети «ВКонтакте» с государственной статистикой, 2019 г.

Table 1

Comparison of sociodemographic characteristics of higher education students selected via the Anketolog online panel and the VKontakte social network with official statistics, 2019

Переменные	Анкетолог	ВКонтакте	Госстат 19/20
Пол (в % к итогу)			
Мужчины	20,8	25,5	47,0
Женщины	79,2	74,5	53,0
Программа подготовки			
Бакалавриат	75,3	71,3	79,0
Специалитет	24,7	28,7	21,0
Форма обучения			
Очная (дневная)	92,2	94,7	59,0
Очно-заочная (вечерняя)	1,3	2,0	4,0
Заочная	6,5	3,4	37,0
Возраст (лет)			
Среднее значение	20,5	20,2	21,7
Стандартное отклонение	2,3	2,1	9,1

В таблице 2 приведено сопоставление данных онлайн-опроса студентов СПО⁵ с информацией из официальных статистических источников. Сначала проводится сравнение различных выборочных совокупностей на основе анализа соотношения программ подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) и программ подготовки квалифицированных рабочих и служащих (ППКРС). Затем представлены результаты сопоставления по параметрам пола, возраста и формы обучения только для студентов ППССЗ (объем их выборки позволяет это сделать, в отличие от объема выборки студентов ППКРС).

Как можно заметить, данные, полученные с помощью онлайн-панелей «ОМИ» и «Тибурон», а также социальной сети «ВКонтакте», совпадают с генеральной совокупностью по доле студентов СПО, обучающихся на разных программах подготовки. Разница составляет всего 1–2 процентных пункта. Однако по указанному параметру значимые расхождения с данными государственной статистики наблюдаются для выборок, полученных через электронную почту и онлайн-панель «Анкетолог». В первом случае в опросе чаще принимали участие специалисты среднего звена (разница 11 п. п.), во втором – относительно активно заполняли анкету квалифицированные рабочие и служащие (разница 9 п. п.).

⁵ В среднее профессиональное образование (СПО) сегодня включается два типа образовательных программ: программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих (ППКРС) и программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ). Далее по тексту для обозначения данных подгрупп используются их сокращённые наименования.

В отношении пола почти все онлайн-выборки студентов ППССЗ существенно отличаются от генеральной совокупности. В них преобладают женщины – разница находится в промежутке от 21 до 30 п. п. Исключением являются результаты опроса, полученные через электронную почту, которые более близки к статистическим данным (8 п. п.). Также в этих онлайн-выборках по сравнению с данными статистики слабо представлена заочная форма обучения, тогда как очная форма, напротив, преобладает. При этом выборочная совокупность, полученная при помощи онлайн-панели «Анкетолог», в сравнительно меньшей степени отклоняется от официальных данных по этому параметру.

Если анализировать средние показатели по возрасту, то можно заметить, что выборочные совокупности, полученные с помощью электронной почты и социальной сети, более молодые по сравнению с данными государственной статистики. В то же время выборки, сформированные с помощью онлайн-панелей «ОМИ» и «Анкетолога», наоборот, более возрастные. На этом фоне средние значения возраста в выборке «Тибурона» близки к средним значениям в генеральной совокупности. Однако дисперсия отличается, а самый старший возраст респондентов не превышает 24 года, что ниже по сравнению с другими онлайн-выборками.

Таблица 2

Сравнение социально-демографических характеристик студентов СПО, отобранных через электронную почту, онлайн-панели («ОМИ», «Тибурон», «Анкетолог») и социальную сеть «ВКонтакте», с государственной статистикой, 2022 г.

Table 2

Comparison of sociodemographic characteristics of vocational education students selected via e-mail, online panels (OMI, TIBURON, Anketolog) and the VKontakte social network with official statistics, 2022

Переменные	Почта	ОМИ	Тибурон	Анкетолог	ВКонтакте	Госстат 21/22
Программа подготовки (% к итогу)						
Квалифицированные рабочие, служащие	6,0	19,0	18,0	26,0	17,0	17,0
Специалисты среднего звена	94,0	81,0	82,0	74,0	83,0	83,0
Пол студентов ППССЗ						
Мужчины	41,7	26,6	19,8	26,1	27,9	49,6
Женщины	58,3	73,4	80,2	73,9	72,1	50,4
Форма обучения студентов ППССЗ						
Очная (дневная)	98,9	92,9	92,2	85,4	97,7	84,0
Очно-заочная (вечерняя)	0,1	2,6	2,6	7,3	0,0	2,0
Заочная	1,0	4,5	5,2	7,3	2,3	14,0
Возраст студентов ППССЗ (лет)						
Среднее значение	17,3	19,6	18,8	19,8	17,3	18,7
Стандартное отклонение	1,8	2,6	1,8	3,2	1,3	3,8

ЭФФЕКТ САМООТБОРА: КВОТИРОВАНИЕ И ВЗВЕШИВАНИЕ ОНЛАЙН-ВЫБОРОК

Сопоставление данных онлайн-исследований студентов среднего профессионального и высшего образования с данными государственной статистики демонстрирует отличия между генеральной совокупностью и невероятными онлайн-выборками по разным социально-демографическим параметрам. В сравнении с вероятностными выборочными совокупностями невероятные являются менее точными.

Разумеется, отличия между неслучайными выборками и государственной статистикой могут быть частично нивелированы за счёт квотирования или взвешивания выборок. Например, на первом этапе исследования студентов высшего образования мы получили высокий процент ответов девушек по сравнению с юношами (см. табл. 1). Такое соотношение ответов было схожим как для данных из социальной сети «ВКонтакте», так и для данных из онлайн-панели «Анкетолог». Для снижения этого смещения было осуществлено частичное выравнивание выборки посредством добора учащихся мужского пола. В результате отличие данных исследования от данных государственной статистики в общей выборке составило 9%.

Однако квотирование осуществляется, как правило, на основе ограниченного числа критериев, и они касаются главным образом демографических характеристик. При этом редко уделяется внимание специфическим чертам неслучайных выборок, связанных с эффектом самоотбора.

В анализируемых нами исследованиях такой эффект частично обусловлен материальным положением студентов: в социальной сети «ВКонтакте» респонденты имеют более высокий уровень дохода, чем в онлайн-панели «Анкетолог». Выявление всех проявлений эффекта самоотбора и их устранение посредством квотирования сопровождаются для исследователя высокими издержками. Поэтому к нему редко прибегают и часто пренебрегают, каждый раз стремясь найти баланс между тем, что *должно* быть, и тем, что *возможно* сделать с имеющимися данными.

С эффектом самоотбора также связаны затруднения, касающиеся взвешивания онлайн-выборок. Подобная процедура, как показывают некоторые исследования, не всегда приводит к улучшению ситуации: данные неслучайных выборок после взвешивания не обязательно будут точнее, чем невзвешенные данные случайных выборок [26]. Поэтому выводы, сделанные на основе таких выборок, рекомендуется рассматривать в лучшем случае как предварительные.

По мнению ряда авторов [2], неслучайные онлайн-выборки следует использовать не столько для изучения мнения населения в целом, сколько для изучения специфических совокупностей, которые не могут или слабо могут охватить традиционные методы опроса (телефонный, поквартирный). К таким совокупностям можно отнести, например, студентов узкопрофильных специальностей и/или имеющих уникальный опыт (прежде всего, связанный с чувствительной тематикой), поведенческие привычки (пользователей интернет-ресурсов, участников онлайн-сообществ и т. п.), интересы и ценности (социальные, политические, культурные), распространённые в онлайн-среде.

Подобные исследования иногда принимают поисковый, разведывательный и экспериментальный характер.

Акцент на «специфических» аспектах объекта исследования перемещает аналитический фокус с сопоставления выборочной и генеральной совокупностей на сравнение онлайн-выборок друг с другом с целью выявления сходств и различий между ними. В зависимости от задач исследования важными могут оказаться не только возможность их объединения, но также принципиальная невозможность этого сделать, продиктованная определённой исследовательской логикой и полученными в ходе методологической рефлексии аргументами. В последнем случае наличие индивидуальных черт каждой неслучайной онлайн-выборки позволяет проверить гипотезы об универсальности связей.

Совмещение же выборок в основном происходит с целью увеличения общего объёма массива данных или увеличения доли конкретного демографического (социального или иного) показателя, который сложно получить с помощью одного конкретного метода отбора. В качестве иллюстрации может служить совмещение двух онлайн-выборок студентов ВО, полученных через социальную сеть и онлайн-панель. Как было показано, они практически не имеют статистически значимых различий относительно социально-демографических параметров (кроме экономического статуса студентов). Тем не менее необходимо ясно оценивать плюсы и минусы такого объединения, которые, в свою очередь, зависят от изначальных целей и задач исследовательского проекта и, что важнее, могут оказывать существенное влияние на интерпретацию исследовательских результатов.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПРОМИССЫ ОНЛАЙН-ИССЛЕДОВАНИЙ

Проникновение цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности общества поднимает перед исследователями ряд онтологических вопросов в принципиально новом контексте. С одной стороны, игнорирование цифровых способов получения эмпирической информации ставит исследователя в «невыгодное» положение с точки зрения скорости сбора данных. С другой стороны, отмечаемое ранее в статье сохранение цифрового неравенства и его специфики применительно к российскому обществу актуализирует вопросы иного порядка: «Кто есть онлайн?»; «Кто был опрошен?»; «Какова репрезентативность?» (иными словами, «Кого именно репрезентирует опрошенная совокупность?»).

В статье предпринята попытка вписать социологические онлайн-исследования в три плоскости: желаемого (репрезентативность традиционных методов), возможного (доступность и скорость сбора данных) и должного (методологические и этические стандарты качества исследования), а также представить онлайн-опросы как некий компромисс между ними.

Предлагаемая трёхчастная модель способствует рефлексии над контекстом получения данных, их качества и ограничений интерпретации результатов при разработке практических рекомендаций. Осуществлённый анализ демографических, социально-экономических и поведенческих характеристик и сравнение групп респондентов в зависимости от способа получения данных

наглядно иллюстрируют возможные риски интерпретации. Онлайн-опросы дают желаемый объём, но требуют внимательности в понимании как эффекта самоотбора, так и ситуации не-ответов, чтобы повысить корректность выводов в результатах исследования и избежать практических рекомендаций, направленных на всю генеральную совокупность, основанных на её маленькой и часто нерепрезентативной части.

Результаты проведённой работы указывают на возможность использования гибридных подходов или ансамблевых⁶ выборок (комбинирование неслучайных выборок), что потенциально повышает надёжность данных в изучении современных социальных явлений и процессов. Баланс рассматриваемого компромисса и критерии формирования гибридных неслучайных выборок, по всей вероятности, определяются отдельно взятыми исследовательскими целями и задачами, а общие для науки правила и принципы подобного подхода пока остаются открытыми и требуют дальнейшего теоретико-методологического осмысления.

Масштаб и комплексность обозначенных вопросов связаны в первую очередь с *теоретическим* обогащением социологии в части уточнения понятийного аппарата онлайн-исследований и цифровых технологий, применяемых в социологических исследованиях, соотношения традиционных и новых (цифровых) для социологической науки методов, необходимости разработки классификации методов в зависимости от исследовательских задач и понимания границ их применения. Также они связаны с *методологическим* развитием социологии, в рамках которого основной акцент делается на разработке системы основополагающих принципов для проведения онлайн-исследований и создании целостной методологии использования цифровых технологий в социологической практике. Формирование подобной теоретико-методологической «прозрачности» становится одним из необходимых этапов на пути усиления социологии как науки в эпоху тотальной цифровизации. Это приобретает особую значимость в условиях, когда распространение цифровых технологий в научной сфере ведёт к масштабным, достаточно противоречивым и однозначно неокончательным изменениям [27; 28].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Индикаторы цифровой экономики: 2025 : стат. сб. / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг [и др.] ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. 296 с. ISBN 978-5-7598-3029-0. DOI 10.17323/978-5-7598-3029-0.
2. *Lehdonvirta V., Oksanen A., Räsänen P., Blank G.* Social media, web, and panel surveys: Using non-probability samples in social and policy research // *Policy & Internet*. 2021. Vol. 13, № 1. P. 134–155. DOI 10.1002/poi3.238. EDN YUMJRS.
3. *Couper M. P.* Web surveys: A review of issues and approaches // *Public Opinion Quarterly*. 2000. Vol. 64, № 4. P. 464–494. EDN IYQPDХ.

⁶ По аналогии с ансамблевыми методами в работе с большими данными. Ансамбли позволяют увеличить точность модели до 90+, при этом они довольно просты в понимании. См.: *Буренок А.* Ансамблевые методы машинного обучения // Хабр : [сайт]. 2021. 4 августа. URL: <https://habr.com/ru/articles/571296/> (дата обращения: 16.01.2026).

4. *Девятко И. Ф.* Онлайн исследования и методология социальных наук: новые горизонты, новые (и не столь новые) трудности // *Онлайн исследования в России 2.0 /* под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : Северо-Восток, 2010. С. 17–30. EDN XRJYFL.
5. *Evans J. R., Mathur A.* The value of online surveys: A look back and a look ahead // *Internet Research.* 2018. Vol. 28, № 4. P. 854–887. DOI 10.1108/intr-03-2018-0089.
6. Цифровые технологии и большие данные в социологических исследованиях: концепция, методология, возможности / Д. Л. Константиновский, Е. С. Попова, И. С. Кузнецов, Р. С. Кузнецов // *Мир России. Социология. Этнология.* 2025. Т. 34, № 1. С. 144–160. DOI 10.17323/1811-038X-2025-34-1-144-160. EDN OVVFFM.
7. A review of conceptual approaches and empirical evidence on probability and nonprobability sample survey research / C. Cornesse, A. G. Blom, D. Dutwin [et al.] // *Journal of Survey Statistics and Methodology.* 2020. Vol. 8, № 1. P. 4–36. DOI 10.1093/jssam/smz041. EDN RROSQG.
8. *Малошонок Н. Г., Семёнова Т. В., Терентьев Е. А.* Эффект самоотбора при формировании онлайн-панели: опыт первого года лонгитюдного исследования студентов НИУ ВШЭ // *Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы /* под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : МИК, 2016. С. 237–264.
9. Стандартные определения: систематическое описание диспозиционных кодов и коэффициентов результативности для массовых опросов / Американская ассоциация исследователей общественного мнения ; пер. с англ.: А. А. Ипатова, Д. М. Рогозин. 8-е изд. М. : АО «ВЦИОМ», 2016. 88 с. ISBN 978-5-9905-9703-7.
10. *Revilla M.* Analyzing survey characteristics, participation, and evaluation across 186 surveys in an online opt-in panel in Spain // *Methods, Data, Analyses.* 2017. Vol. 11, № 2. P. 135–162. DOI 10.12758/mda.2017.02.
11. *Norris P.* Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 2001. xv, 303 p.
12. *Lefever S., Dal M., Matthíasdóttir Á.* Online data collection in academic research: Advantages and limitations // *British Journal of Educational Technology.* 2007. Vol. 38, № 4. P. 574–582. DOI 10.1111/j.1467-8535.2006.00638.x.
13. *Andrade C.* The limitations of online surveys // *Indian Journal of Psychological Medicine.* 2020. Vol. 42, № 6. P. 575–576. DOI 10.1177/0253717620957496. EDN PMVJPZ.
14. *Hargittai E., Walejko G.* The participation divide: Content creation and sharing in the digital age // *Information, Communication & Society.* 2008. Vol. 11, № 2. P. 239–256. DOI 10.1080/13691180801946150.
15. *Попова Е. С.* Неравенство образовательных шансов в цифровом измерении // *Профессиональное образование и рынок труда.* 2022. № 1 (48). С. 55–67. DOI 10.52944/PORT.2022.48.1.004. EDN NHJPNZ.
16. *Porter S. R., Whitcomb M. E.* Non-response in student surveys: The role of demographics, engagement and personality // *Research in Higher Education.* 2005. Vol. 46, № 2. P. 127–152. DOI 10.1007/s11162-004-1597-2. EDN NUHTPT.
17. Отчёт рабочей группы ААРОР о неслучайных выборках: июнь 2013 / Американская ассоциация исследователей общественного мнения ; пер. с англ.: Д. М. Рогозин, А. А. Ипатова. М. : Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. 170 с. ISBN 978-5-4465-1006-1.
18. *Biemer P. P., Lyberg L. E.* Introduction to survey quality. Hoboken, NJ : Wiley, 2003. xiv, 402 p. ISBN 0-471-19375-5.

19. *Kish L.* Statistical design for research. New York : John Wiley & Sons, 1987. xxii, 267 p. ISBN 0-471-08359-3.
20. *Kohler U., Kreuter F., Stuart E. A.* Nonprobability sampling and causal analysis // Annual Review of Statistics and Its Application. 2019. Vol. 6. P. 149–172. DOI 10.1146/annurev-statistics-030718-104951.
21. *Čehovin G., Bosnjak M., Lozar Manfreda K.* Item nonresponse in web versus other survey modes: A systematic review and meta-analysis // Social Science Computer Review. 2023. Vol. 41, № 3. P. 926–945. DOI 10.1177/08944393211056229. EDN JSOLBK.
22. *Blank G., Lutz C.* Representativeness of social media in Great Britain: Investigating Facebook*, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+, and Instagram* // American Behavioral Scientist. 2017. Vol. 61, № 7. P. 741–756. DOI 10.1177/0002764217717559.
23. *Kalimeri K., Beiró M., Bonanomi A., Rosina A., Cattuto C.* Traditional versus Facebook*-based surveys: Evaluation of biases in self-reported demographic and psychometric information // Demographic Research. 2020. Vol. 42. P. 133–148. DOI 10.4054/DEMRES.2020.42.5. EDN MTKBSS.
24. *Callegaro M., Villar A., Yeager D., Krosnick J. A.* A critical review of studies investigating the quality of data obtained with online panels based on probability and nonprobability samples // Online panel research: A data quality perspective. New York : Wiley, 2014. P. 23–53. DOI 10.1002/9781118763520.ch2.
25. *Кузнецов И. С.* Доверие студентов и их образовательная траектория после окончания вуза // Высшее образование в России. 2023. Т. 32, № 1. С. 110–129. DOI 10.31992/0869-3617-2023-32-1-110-129. EDN BKJLYT.
26. *Yeager D. S., Krosnick J. A., Chang L., Javitz H. S., Levendusky M. S., Simpson A., Wang R.* Comparing the accuracy of RDD telephone surveys and Internet surveys conducted with probability and non-probability samples // Public Opinion Quarterly. 2011. Vol. 75, № 4. P. 709–747. DOI 10.1093/poq/nfr020.
27. *Семёнов Е. В., Соколов Д. В.* Исследователи и сети научных коммуникаций в эпоху цифровых технологий и академического капитализма. Рецензия на монографию С. А. Душиной, В. А. Куприянова, Т. Ю. Хватовой «Учёные в сетях “открытой науки”» // Управление наукой: теория и практика. 2020. Т. 2, № 3. С. 252–259. DOI 10.19181/sntp.2020.2.3.14. EDN FUQLSA.
28. *Соколов Д. В.* Осмысление цифровизации науки: сравнительный очерк основных аналитических подходов // Управление наукой: теория и практика. 2024. Т. 6, № 1. С. 147–164. DOI 10.19181/sntp.2024.6.1.8. EDN VFDXRQ.

REFERENCES

1. Abashkin V. L., Abdrakhmanova G. I., Vishnevskiy K. O., Gokhberg L. M. [et al.] Digital economy indicators in the Russian Federation: 2025 : Data book. HSE University. Moscow: HSE ISSEK; 2025. 296 p. (In Russ.). ISBN 978-5-7598-3029-0. DOI 10.17323/978-5-7598-3029-0.
2. Lehdonvirta V., Oksanen A., Räsänen P., Blank G. Social media, web, and panel surveys: Using non-probability samples in social and policy research. *Policy & Internet*. 2021;13(1):134–155. DOI 10.1002/poi3.238.
3. Couper M. P. Web surveys: A review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*. 2000;64(4):464–494.
4. Deviatko I. F. Online research and methodology of social sciences: New horizons, new (and not so new) difficulties [Onlain issledovaniya i metodologiya sotsial'nykh nauk: novye

* Принадлежит Meta, организация признана экстремистской и запрещена в России.

gorizonty, novye (i ne stol' novye) trudnosti]. In: Online research in Russia 2.0 [Onlain issledovaniya v Rossii 2.0]. Moscow : Severo-Vostok; 2010. P. 17–30. (In Russ.).

5. Evans J. R., Mathur A. The value of online surveys: A look back and a look ahead. *Internet Research*. 2018;28(4):854–887. DOI 10.1108/intr-03-2018-0089.

6. Konstantinovskiy D. L., Popova E. S., Kuznetsov I. S., Kuznetsov R. S. Digital technologies and big data in sociological research: Concept, methodology, opportunities. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*. 2025;34(1):144–160. (In Russ.). DOI 10.17323/1811-038X-2025-34-1-144-160.

7. Cornesse C., Blom A. G., Dutwin D. [et al.] A review of conceptual approaches and empirical evidence on probability and nonprobability sample survey research. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2020;8(1):4–36. DOI 10.1093/jssam/smz041.

8. Maloshonok N. G., Semenova T. V., Terentyev E. A. The self-selection effect in on-line panel formation: First year overview of longitudinal research of HSE student population [Effekt samootbora pri formirovanii onlain-paneli: opyt pervogo goda longityudnogo issledovaniya studentov NIU VSHE]. In: Shashkin A. V., Deviatko I. F., Davydov S. G., eds. Online research in Russia: Trends and prospects [Onlain-issledovaniya v Rossii: tendentsii i perspektivy]. Moscow : MIK; 2016. P. 237–264. (In Russ.).

9. Standard definitions: Final dispositions of case codes and outcome rates for surveys [Standartnyye opredeleniya: Sistematischeskoe opisaniye dispozitsionnykh kodov i koeffitsientov rezul'tativnosti dlya massovykh oprosov] / The American Association for Public Opinion Research (AAPOR). 8th ed. Transl. from English by A. A. Ipatova, D. M. Rogozin. Moscow : VCIOM; 2016. 88 p. (In Russ.). ISBN 978-5-9905-9703-7.

10. Revilla M. Analyzing survey characteristics, participation, and evaluation across 186 surveys in an online opt-in panel in Spain. *Methods, Data, Analyses*. 2017;11(2):135–162. DOI 10.12758/mda.2017.02.

11. Norris P. Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge ; New York : Cambridge University Press; 2001. xv, 303 p.

12. Lefever S., Dal M., Matthíasdóttir Á. Online data collection in academic research: Advantages and limitations. *British Journal of Educational Technology*. 2007;38(4):574–582. DOI 10.1111/j.1467-8535.2006.00638.x.

13. Andrade C. The limitations of online surveys. *Indian Journal of Psychological Medicine*. 2020;42(6):575–576. DOI 10.1177/0253717620957496.

14. Hargittai E., Walejko G. The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Communication & Society*. 2008;11(2):239–256. DOI 10.1080/13691180801946150.

15. Popova E. S. Inequality in educational opportunities in the digital dimension. *Vocational Education and Labour Market*. 2022;(1):55–67. (In Russ.). DOI 10.52944/PORT.2022.48.1.004.

16. Porter S. R., Whitcomb M. E. Non-response in student surveys: The role of demographics, engagement and personality. *Research in Higher Education*. 2005;46(2):127–152. DOI 10.1007/s11162-004-1597-2.

17. Report of the AAPOR task force on non-probability sampling: June 2013 [Otchet rabochei gruppy AAPOR o nesluchainykh vyborkakh: iyun' 2013] / The American Association for Public Opinion Research. Transl. from English by D. M. Rogozin, A. A. Ipatova. Moscow : Public Opinion Foundation; 2016. 170 p. (In Russ.). ISBN 978-5-4465-1006-1.

18. Biemer P. P., Lyberg L. E. Introduction to survey quality. Hoboken, NJ : Wiley; 2003. xiv, 402 p. ISBN 0-471-19375-5.

19. Kish L. Statistical design for research. New York : John Wiley & Sons; 1987. xxii, 267 p. ISBN 0-471-08359-3.

20. Kohler U., Kreuter F., Stuart E. A. Nonprobability sampling and causal analysis. *Annual Review of Statistics and Its Application*. 2019;6:149–172. DOI 10.1146/annurev-statistics-030718-104951.
21. Čehovin G., Bosnjak M., Lozar Manfreda K. Item nonresponse in web versus other survey modes: A systematic review and meta-analysis. *Social Science Computer Review*. 2023;41(3):926–945. DOI 10.1177/08944393211056229.
22. Blank G., Lutz C. Representativeness of social media in Great Britain: Investigating Facebook*, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+, and Instagram*. *American Behavioral Scientist*. 2017;61(7):741–756. DOI 10.1177/0002764217717559.
23. Kalimeri K., Beiró M., Bonanomi A., Rosina A., Cattuto C. Traditional versus Facebook*-based surveys: Evaluation of biases in self-reported demographic and psychometric information. *Demographic Research*. 2020;42:133–148. DOI 10.4054/DEMRES.2020.42.5.
24. Callegaro M., Villar A., Yeager D., Krosnick J. A. A critical review of studies investigating the quality of data obtained with online panels based on probability and nonprobability samples. In: *Online panel research: A data quality perspective*. New York : Wiley; 2014. P. 23–53. DOI 10.1002/9781118763520.ch2.
25. Kuznetsov I. S. Students' trust and their educational trajectory after graduation. *Vysshee obrazovanie v Rossii=Higher Education in Russia*. 2023;32(1):110–129. (In Russ.). DOI 10.31992/0869-3617-2023-32-1-110-129.
26. Yeager D. S., Krosnick J. A., Chang L., Javitz H. S., Levendusky M. S., Simpser A., Wang R. Comparing the accuracy of RDD telephone surveys and Internet surveys conducted with probability and non-probability samples. *Public Opinion Quarterly*. 2011;75(4):709–747. DOI 10.1093/poq/nfr020.
27. Semenov E. V., Sokolov D. V. Researchers and scientific communication networks in the digital age and academic capitalism. Review of the monograph S. A. Dushina, V. A. Kupriyanov, T. Ju. Khvatova «Uchenye v setyakh “otkrytoi nauki”» [Scientists in the networks of “Open Science”]. *Science Management: Theory and Practice*. 2020;2(3):252–259. (In Russ.). DOI 10.19181/smtp.2020.2.3.14.
28. Sokolov D. V. An interpretation of digitalization of science: A comparative outline of the main analytical approaches. *Science Management: Theory and Practice*. 2024;6(1):147–164. (In Russ.). DOI 10.19181/smtp.2024.6.1.8.

Поступила в редакцию / Received 27.01.2026.

Одобрена после рецензирования / Revised 12.02.2026.

Принята к публикации / Accepted 03.06.2026.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Кузнецов Игорь Сергеевич *kuznetsov.igor@gmail.com*

Кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, отдел социологии образования, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

SPIN-код: 6112-1811

Попова Екатерина Сергеевна *espopova@isras.ru*

Кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, отдел социологии образования, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

SPIN-код: 8104-9095

* Принадлежит Meta, организация признана экстремистской и запрещена в России.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS**Igor S. Kuznetsov** *kuznetsov.igor@gmail.com*

Candidate of Sociology, Senior Researcher, Department of Sociology of Education,
Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4477-5233

Scopus Author ID: 57226842021

Web of Science ResearcherID: AAG-4137-2021

Ekaterina S. Popova *espopova@isras.ru*

Candidate of Sociology, Leading Researcher, Department of Sociology of Education,
Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-9808-3152

Scopus Author ID: 57130031900

Web of Science ResearcherID: I-6734-2016