



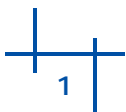
---

# Сенситивные вопросы: компьютерный vs мобильный веб-опрос

---

**Айгуль Мавлетова, НИУ ВШЭ**

**IV МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
"ПРОДОЛЖАЯ ГРУШИНА"**

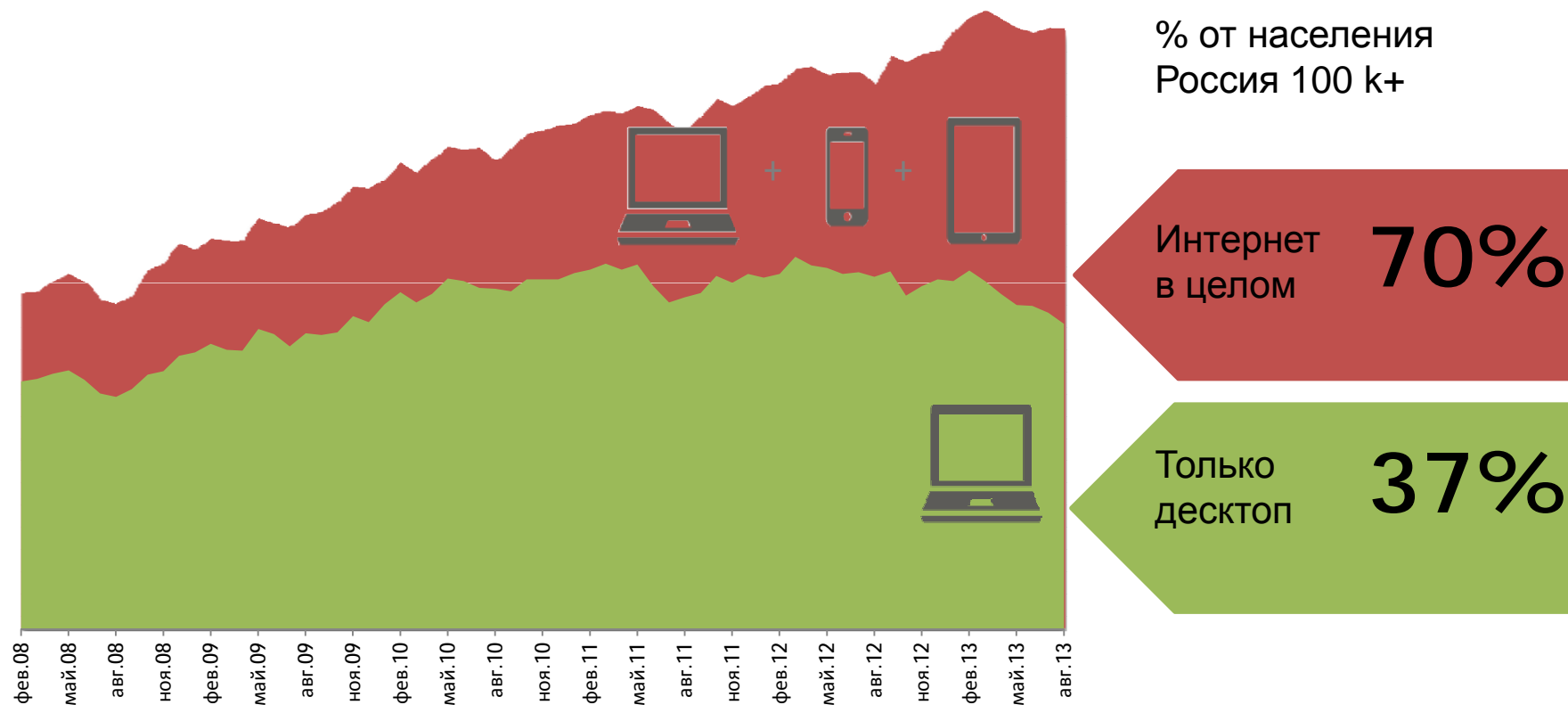


---

**27-28 февраля  
Москва 2014**

**Mavletova A., Couper M. P. *Sensitive Topics in PC Web and Mobile Web Surveys: Is There a Difference?* // Survey Research Methods. 2013. Vol. 7. No. 3. P. 191-205.**

# Данные TNS



# Данные TNS



# Мобильный трафик в веб-опросах

---

- **Панельные провайдеры: от 6% до 30%**
- **Kinesis: 23% в 2012 г. до 45% в 2013 г.**

---

# Гипотезы и дизайн эксперимента

---

## Гипотезы (1)

---

Различие м/у методами

**Больше социально одобряемых ответов  
в мобильном веб-опросе.**

## Гипотезы (2)

---

ÿ Заполнение опроса дома

ÿ Отсутствие третьих лиц при заполнении опроса

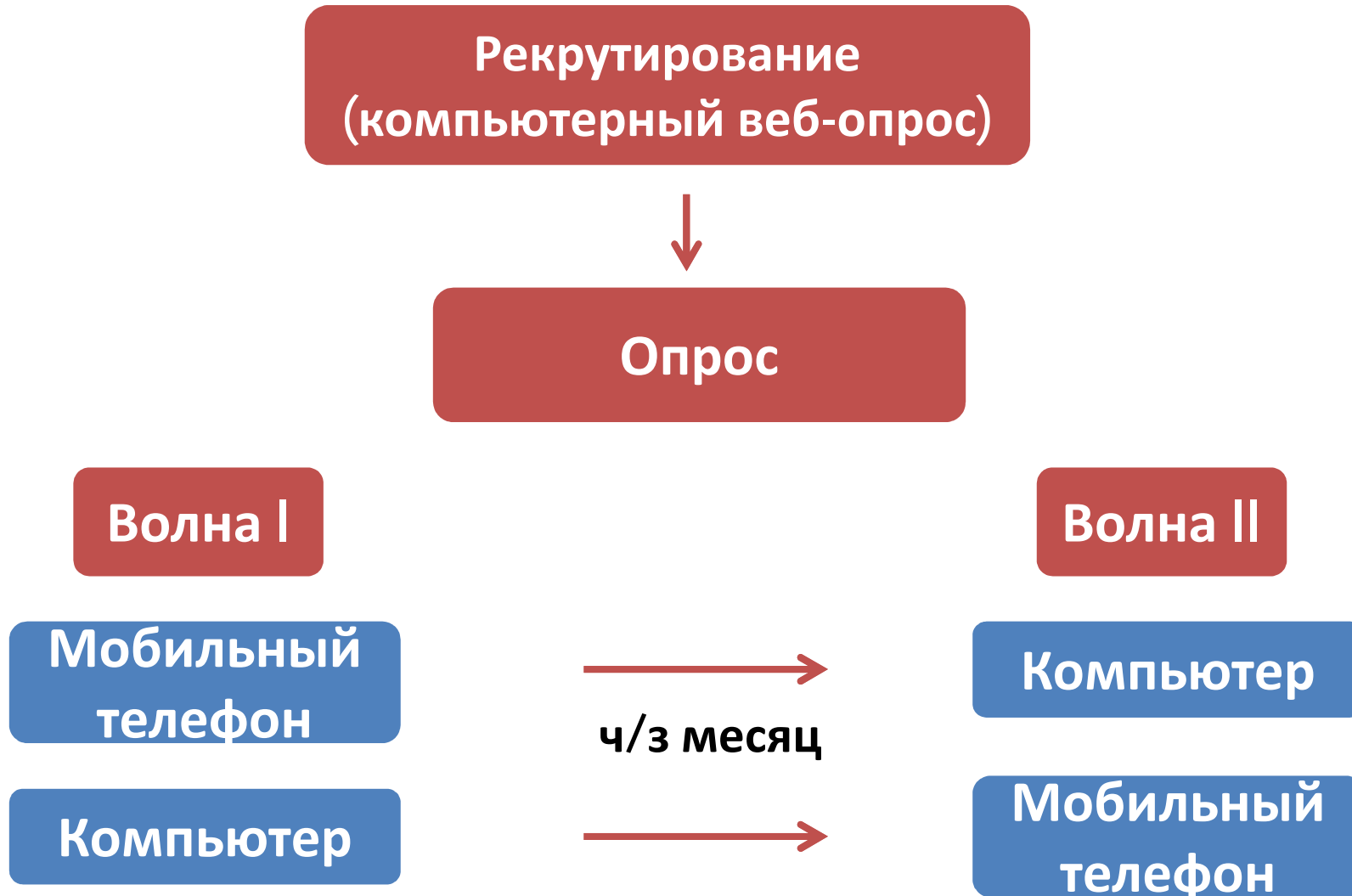
ÿ Оценка сохранения конфиденциальности данных

→ меньше социально желательных ответов



# Дизайн эксперимента

---



**ПО**

---

Kinesis

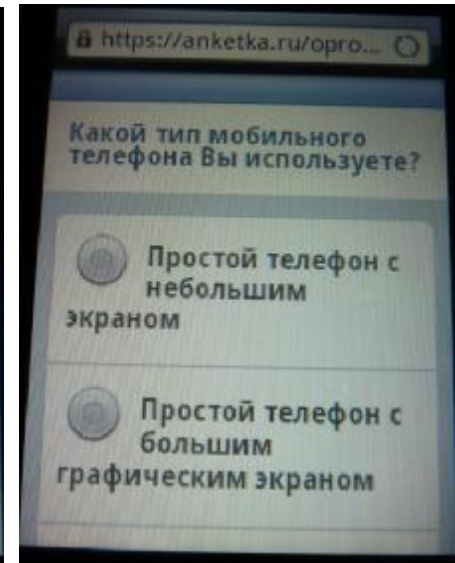
**Компьютер**

**Приглашение**

**Мобильный телефон**

E-Mail

SMS



**Без  
мобильного  
приложения**

# Рекрутирование

---

Онлайн access-панель OMI – Online Market Intelligence

75,257  
приглашений

Доля начавших  
заполнение:  
28.5%  
(21,462)

Доля  
ответивших:  
7.8% (5,859)

**5,859 респондентов:**

• Подшли под критерии  
опроса

• Согласились принять участие

• Предоставили номера  
мобильных телефонов

## Волна 1

	Мобильный веб-опрос	Компьютерный веб-опрос
Кол-во приглашений	2,564	1,479
Доля начавших заполнение анкеты	31.2% (801)	73.8% (1,091)
Доля заполненных анкет	27.0% (692)	71.6% (1,059)
Доля не прошедших скринер	4.9% (34)	5.2% (55)
Доля незавершенных интервью	13.6% (109)	2.9% (32)
N	658	1,004

## Волна 2

	Мобильный веб-опрос	Компьютерный веб-опрос
Кол-во приглашений	996	657
Доля начавших заполнение анкеты	38.0% (378)	88.4% (581)
Доля заполненных анкет	33.1% (330)	87.5% (575)
Доля незавершенных интервью	12.7% (48)	1.0% (6)
N	330	575

## Волна 1 и Волна 2

	Мобильный веб-опрос	Компьютерный веб-опрос	ИТОГО
Волна 1	658	1,004	1662
Волна 2	330	575	905

Идентифицированы 884 респондента

	Мобильный веб-опрос	Компьютерный веб-опрос	ИТОГО
Волна 1	565	319	884
Волна 2	319	565	884

## Время заполнения

---

	Мобильный веб-опрос	Компьютерный веб-опрос
Волна 1	20.7 мин.	9.1 мин.
Волна 2	15.6 мин.	6.6 мин.

# Индексы (1)

---

1. Установки по отношению к девиантным практикам:

Û15 вопросов: может ли быть оправдано поведение или нет (аборт, измена в браке, случайные сексуальные связи и т.д.).

2. Девиантные практики:

Û15 вопросов (кража в магазине, курение марихуаны и т.д.).



## Индексы (2)

---

### 3. Поведение, связанное с потреблением алкоголя

ü 9 вопросов: состояние опьянения в течение нескольких дней потребление алкогольных напитков в одиночку и т.д.).

### 4. Потребление алкоголя. Индекс Quantity-frequency.

ü Потребление пива, вина и крепкого алкоголя: количество x частота потребления.

### 5. Доход д/х (13 групп).

---

# Результаты

---

## Контекст

		Моб. веб- опрос	Комп. веб- опрос	Хи-квадрат, df=1
Место заполнения опроса	Дома	55.1%	71.0%	48.276***
	Вне дома	44.9%	29.0%	
Присутствие третьих лиц	Не присутствуют	70.8%	83.9%	43.476***
	Присутствуют	29.2%	16.1%	
Доверие к сохран. конфиденц-ти	Недоверие	37.2%	25.2%	29.595***
	Доверие	62.8%	74.8%	
N		884	884	

# Индексы (1)

## Линейная смешанная модель

	Потребление алкоголя (в день)	Доход д/х
Константа	5.831 (.730) ***	6.810 (.164) ***
Мобильный веб-опрос	-.705 (.306)*	-.173 (.053)**
Волна 1	-.860 (.306) **	-.215 (.053) ***
Мужчины	4.745 (.594) ***	-.123 (.134)
Возраст: 18-34	-.598 (.678)	-.242 (.154)
N	1,720	1,708

## Неотвѣты

---

Гипотеза: не принявшие участие во второй волне (заполнить на мобильном телефоне) показали меньше социально одобряемых ответов в первой волне при заполнении опроса на компьютере.

Не подтверждена.

## Индексы (2)

	Потребление алкоголя (в день)	Доход д/х
Константа	4.858 (.874)	6.882 (.188) <sup>***</sup>
Мобильный веб-опрос	-.812 (.321) <sup>*</sup>	-.173 (.056) <sup>**</sup>
Волна 1	-.767 (.308) <sup>*</sup>	-.211 (.053) <sup>***</sup>
Мужчины	4.753 (.598) <sup>***</sup>	-.131 (.134)
Возраст: 18-34	-.597 (.679)	-.231 (.154)
Доверие к сохран. конфиденц-ти	.196 (.494)	.043 (.094)
Третьи лица	-.055 (.112)	-.189 (.091) <sup>*</sup>
Вне дома	0.936 (.436) <sup>*</sup>	.114 (.080)
Ощущение неловкости	1.336 (.528) <sup>*</sup>	-.113 (.099)
Сенситивные вопросы	.291 (.440)	-.133 (.083)

## **Вывод**

---

**ü Частично подтверждение гипотезы о различии между методами.**

**ü Зависит от вопросов.**

**ü Различия были найдены в 2-х из 5 индексов (потребление алкоголя и доход).**