



Spletno raziskovanje v šolski knjižnici

Web research in school library

> Vlasta Zabukovec

Izvleček

Namen tega prispevka je predstaviti posebnosti spletnega raziskovanja, ki je v današnjem času vedno bolj pogosto. Opisane bodo prednosti in pomanjkljivosti, predvsem zato, da jih bomo znali prepoznati in upoštevati pri načrtovanju spletnega raziskovanja v šolski knjižnici. Predstavljeni bodo naslednji spletni raziskovalni pristopi: anketiranje s pomočjo e-pošte, intervju preko e-pošte, spletno anketiranje in analiza spletnih dokumentov. V zaključnem delu pa se bom dotaknila še etičnih vidikov spletnega raziskovanja.

Ključne besede

spletno raziskovanje, šolske knjižnice, anketiranje preko e-pošte, spletna anketa, intervju preko e-pošte, analiza spletnih dokumentov, etična načela

UDK 027.8:004
37.018.43:004

Abstract

The paper seeks to present the specifics of web research which is becoming increasingly common. It describes the advantages and drawbacks, so that we can know them and take them into consideration when doing web research in school library. The following web research approaches are presented: email survey, email interview, web survey, content analysis of web documents. The conclusion touches upon ethical issues in web research.

Keywords

web research, school libraries, email surveys, web surveys, email interview, analysis of web documents, ethical principles

Značilnosti spletnega raziskovanja

Spletno raziskovanje je močno povezano z razmahom tehnologije, zato v današnjem času niti ni presenetljivo, da se ga raziskovalci v večjih ali manjših raziskavah tako radi poslužujejo. Večina jih vidi predvsem cenejšo izvedbo raziskave in hitrejšo obdelavo pridobljenih podatkov, posebej če gre za kvantitativno raziskovanje. Fricker in Schonlau (2002) pravita, da so spletne raziskave cenejše, hitreje izvedene in omogočajo večje sodelovanje oseb v raziskovalnem procesu. Podobne prednosti navajata tudi Evans & Mathur (2005). Najnovejša tehnologija pa omogoča tudi prenos multimedijskih vsebin, kar obogati spletno raziskovanje, ob uporabi različnih raziskovalnih metod (spletni intervju, fokusne skupine, eksperiment ipd.).

Spletno raziskovanje omogoča kar najširši izbor vzorca, saj geografskih ovir praktično ni več. Glede na to, da lahko zajamemo populacijo kar najširše, lahko odpade tudi problem reprezentativnosti, seveda ob predpostavki, da se je v raziskavo vključilo kar največje število uporabnikov spleta (Scholl et al, 2002). Seveda pa je reprezentativnost vzorca lahko tudi problematična; o tem več v nadaljevanju pri pomanjkljivostih spletnega raziskovanja in ob posameznih metodah, posebej ob anketni metodi.

Spletno raziskovanje olajša odgovarjanje na občutljiva vprašanja, na katera sodelujoči v raziskavi morda ne bi želeli odgovarjati, če bi bil prisoten osebni stik (Evans & Mathur, 2005). Po drugi strani pa navajata Fricker in Schonlau (2002) ugotovitve avtorjev (Scholl et al, 2002; Brown et al, 2002), da je pomanjkanje osebnega stika

pri izvajanju spletne raziskave lahko pomanjkljivost. Zato je verjetno v takšnih primerih bolj primeren telefonski ali osebni intervju, ki poveča motivacijo udeležencev, predvsem zaradi individualnega pristopa oz. usmerjanja pogovora v skladu z odgovori, ki jih je udeleženec podal. Verjetno je odločitev raziskovalca v takšni situaciji kar težka; lahko pa na eni strani upošteva cilje raziskave in ciljno populacijo na drugi. Npr. če je cilj poglobljena analiza obravnavane problematike in ciljno populacijo že kar dobro pozna, saj se je z njo že večkrat v preteklosti srečal, potem je morda boljša izbira osebni stik.

Spletno raziskovanje je bolj fleksibilno kot klasično raziskovanje (Evans & Mathur, 2005). Lahko ga izpeljemo s pomočjo elektronske pošte, elektronske pošte z naslovom spletne strani (povezavo) ali obiskom spletne strani. Prav tako lahko raziskovalne pripomočke (vprašanja za anketo, intervju ali fokusno skupino) relativno hitro prilagodimo posamezniku, ki sodeluje v raziskavi, njegovi računalniški pismenosti, razumevanju pojmov in motivaciji. Spletno raziskovanje osebam, ki so vključene v raziskavo, omogoča večje udobje, tako z vidika načina odgovarjanja kot tudi izbire časa. Način odgovarjanja je tako prilagojen, da omogoča kar najmanjše število napak. Hkrati pa lahko posamezniki odgovarjajo takrat, ko je za njih najbolj primerno. Nekatere raziskave so celo tako zastavljene, da lahko sodelujoči odgovorijo samo na nekaj vprašanj in se na odgovarjanje vrnejo takrat, ko imajo ponovno čas (Evans & Mathur, 2005).

Raznovrstnost vprašanj je pri spletnem raziskovanju res velika (Evans & Mathur, 2005). Nekatere vrste bodo predstavljene v nadaljevanju pri spletni anketi. Programske nastavitve omogočajo kar najbolj različno uporabo in vodenje posameznika v procesu odgovarjanja. Npr. vprašanja, ki so med seboj povezana oz. odvisna, ni potrebno regulirati z dodatnimi navodili, ampak lahko zaporedje uredimo programsko. Ni potrebno posebej opozoriti na preskakovanje vprašanj ali njihovo zaporedje, kot npr. »če ste odgovorili za da, pojdite na naslednje vprašanje; če pa ste odgovorili z ne, nadaljujte z vprašanjem številka ...«. Tudi ta prilagoditev prispeva k bolj prijaznemu raziskovalnemu okolju. Ray in Tabor (2003) pravita, da morajo biti zelo jasna navodila glede odgovarjanja na zastavljena vprašanja, drugače sodelujoči v raziskavi odgovarjanje npr. na spletno anketo zaključijo prej, preden odgovorijo na vsa vprašanja. Raziskava mora biti, po njunem mnenju, zasnovana tako, da so sodelujoči čim manj obremenjeni; k temu pa lahko prispevajo jasna navodila.

Seveda pa spletno raziskovanje prinaša kar nekaj težav in pomanjkljivosti, ki jih ob vseh prednostih ne smemo spregledati (Evans in Mathur, 2005). Pogosta težava spletnega raziskovanja (npr. spletne ankete, intervjuja) je zaznavanje e-pošte s povabilom za sodelovanje v raziskavi kot nezaželene – ‚spam‘ sporočilo. Na spletnih straneh podjetij, ki razvijajo programe za zaščito računalnikov, je najti podatke, da povprečni uporabnik dobi veliko število nezaželene pošte, ki jo praviloma tudi izbriše.

Pri spletnih raziskavah zelo pogosto nastopi problem vzorčenja. Čeprav smo zgoraj omenjali, da vzorčenje praviloma naj ne bi bil problem, saj preko spleta lahko nagovorimo več posameznikov, ki so potencialno pripravljene sodelovati v raziskavi, pa se lahko pojavijo problemi neustreznosti vzorca. Prvi tak problem je slabša reprezentativnost vzorca, saj je potrebno povedati, da je na spletu prisoten le izbrani del populacije. Po podatkih internetnega portala »World Internet Stats« z dne 30. 6. 2012 je na svetu 34 % uporabnikov interneta. V zadnjih 12 letih je uporaba interneta porasla za 566 odstotkov, vendar se je treba zavedati razlik med posameznimi predeli sveta. Če pogledamo uporabo interneta v Evropi, potem lahko hitro zaključimo, da je delež uporabnikov interneta malo manj kot dvakrat večji kot v ostalih predelih sveta. V Evropi je malo nad 63 % uporabnikov interneta. Kot zanimivost: v Evropi je uporaba najvišja v Monaku (100 %), več kot 90-odstotna pa v skandinavskih državah.

Slovenija ima 72 % uporabnikov interneta. Glede na te podatke lahko počasi pričakujemo večjo reprezentativnost vzorca, saj število uporabnikov spleta hitro narašča (Fricker in Schonlau, 2002), kar pomeni, da bomo počasi blizu situaciji, ko bosta realna in virtualna populacija približno enako veliki. Ne glede na omenjene trende pa ustreznost vzorca lahko zmanjšuje odločanje uporabnikov spleta o sodelovanju v raziskavi. Gre za samoizbiro, ki vodi v pristranskost vzorca, kar povzroča dvom v zanesljivost in posplošenje raziskovalnih rezultatov. Vendar pri vsakem raziskovanju naletimo na ta problem, s katerim se morajo raziskovalci vedno znova spoprijemati.

Berry (2004) odpre vprašanje identitete in varovanja podatkov, ki so jih osebe posredovale. Identiteta sodelujočih ne bi smela biti prepoznana. Zato mora raziskovalec poskrbeti za varovanje podatkov o sodelujočih in ustrezno shranjevanje podatkov, pridobljenih z raziskavo. Geiser in Schreiner (2009) poudarjata problem shranjevanja raziskovalnih podatkov. V časih pred spletno komunikacijo je bilo shranjevanje podatkov možno na različnih nosilcih, nad katerimi je kontrolo lahko imel raziskovalec. Danes, ko je v ospredju spletna komunikacija, pa je nadzor nad zbranimi podatki lahko velik problem, saj je težko vedno s popolno gotovostjo trditi, da so podatki varno shranjeni. Veliko sodelujočih si postavlja vprašanja o tem, kje in kdaj bodo uporabljeni podatki. Zato mora raziskovalec slediti visokim standardom spletnega raziskovanja, ki zahtevajo od raziskovalca, da jasno predstavi namene raziskave in pridobljene podatke uporabi zgolj v navedene namene. Več o tem tudi v nadaljevanju pri etičnih načelih spletnega raziskovanja.

V nadaljevanju prispevka bodo predstavljene posamezne metode spletnega raziskovanja, ki se (ali pa bi se lahko) po moji presoji relativno pogosto uporabljajo v šolskih knjižnicah. To so: anketiranje s pomočjo e-pošte, spletno anketiranje, intervju preko e-pošte in analiza spletnih dokumentov. Posebej je poudarjena razlika med prvima dvema metodama in predvsem prednosti, ki jih ponuja spletna anketa. Seveda s tem nabor spletnih metod raziskovanja še ni izčrpan, saj so v praksi pogosto uporabljene tudi druge, kot so fokusne skupine, eksperimenti, blogi, klepetalnice, forumi ali wikiji. Vse te sodobne metode raziskovanja so zelo dobrodošle v šolski knjižnici, saj lahko predvidevamo, da bi tako učenci oz. dijaki, ki so zelo večji uporabe informacijske tehnologije, bolj množično sodelovali v manjših ali bolj obsežnih raziskavah. Za učence oz. dijake zdajšnje generacije je značilno, da so digitalno pismeni, masovno uporabljajo raznovrstno tehnologijo, so hitro odzivni in si želijo biti ves čas medsebojno povezani, tudi preko različnih družabnih omrežij, ki so jim pogosto prostor učenja. So večopravilni in precej izkustveno naravnani; preko izkušenj pridobivajo nova spoznanja, do katerih pa so včasih premalo kritični (Oblinger in Oblinger, 2005). Vse to so lastnosti zdajšnje generacije, ki jih lahko v veliki meri izkoristimo v raziskovalnem procesu, saj so aplikativne raziskave temelj razvoja in zviševanja kvalitete storitev v vsakem delovnem okolju, tudi v šolski knjižnici.

Anketiranje s pomočjo e-pošte

Gaiser in Schreiner (2009) pravita, da se anketiranje začne s pošiljanjem osnovnih informacij o raziskavi, bodisi preko e-pošte direktno (v telesu sporočila) ali s pomočjo priponke. Kot je bilo rečeno, lahko na ta način v kratkem času v raziskavo vključimo veliko oseb. V kolikor pošljemo anketo v e-sporočilu (direktno), je potrebno vedeti, da tekst težko ohranja izvorno obliko in se npr. postavitev vprašanj in možnih odgovorov spremeni. V tem primeru bi sodelujoče osebe morale vložiti dodaten napor pri spremljanju logičnega sosledja vprašanj, da bodo lahko na vprašanja odgovorile. To pa je že rahlo v neskladju s smernicami, ki smo jih omenjali zgoraj. Zato je bolje, če ustvarimo priponko v word ali pdf formatu. Ob tem seveda pričakujemo, da imajo osebe, vključene v raziskavo, nameščeno ustrezno programsko opremo, ki jim bo

omogočala procesiranje pripetih dokumentov. Naslednja možnost pa je, da preko e-pošte osebam pošljemo naslov spletne strani, kjer lahko npr. najdejo vprašanja, povezana z raziskavo. Pozornost ni odveč pri odpiranju povezave, navedene v e-sporočilu, saj lahko nepazljivi uporabniki odprejo tudi potencialno škodljive povezave, ki tako ogrozijo delovanje računalnika. Zato je v takšnem primeru bolje prenesti povezavo v brskalnik in jo odpreti od tam. V kolikor pošljemo povabilo za izpolnjevanje ankete na izbrani spletni strani, je treba oblikovati takšno besedilo, ki je neskladno z besedili povabil nezaželene pošte, da je prejemniki ne bi izbrisali. In še en dejavnik je potrebno upoštevati v tem primeru, ki smo ga omenjali že pri vzorčenju. Gaiser in Schreiner (2009) pravita, da je odzivnost oseb s povabilom preko e-pošte manjša kot v primeru osebnega stika. Dodaten problem pri vzorčenju pa povzroča še samoizbira, ki pripelje do pristranskega vzorca.

Evans in Mathur (2005) sta primerjala izpeljavo ankete s pomočjo e-pošte in preko spleta. V tem delu si oglejmo njune ugotovitve o anketiranju s pomočjo e-pošte; pri spletni anketi pa bo predstavljen drugi del rezultatov. Poleg vseh prednosti anketiranja preko e-pošte, ki smo jih že navedli, poudarjata relativno avtonomijo posameznikov, ki odgovarjajo, in ustrezno anonimnost. Ob tem ne pozabita omeniti tudi slabosti takšnega zbiranja podatkov, kot so predolgo obdobje, da vsi odgovorijo na anketo, preveč neodgovorjenih vprašanj, nejasna navodila ali izbiranje samo nekaterih odgovorov (skrajnih ali sredinskih). V raziskavi, ki sta jo izpeljala, sta ugotavljala odziv na anketo s pomočjo e-pošte. Sodelujoče v raziskavi so izbrali s pomočjo seznama, ki so ga imeli, vendar tako, da so vsaki osebi pripisali identifikacijsko številko. Odzive sodelujočih sta razvrstila v tri skupine glede na značilnosti odgovarjanja:

- Osebe so odgovorile na anketo takrat, ko je to njim ustrezalo.
- Osebe so začele odgovarjati na vprašanja, vendar so prenehale pred koncem.
- Osebe se na anketo niso odzvale.

Za prvo skupino nista imela nobenih dodatnih podatkov o tem, kako dolgo so posamezniki na anketo odgovarjali, katera vprašanja niso bila jasna oz. so se pri njih zadržali dalj časa ali kakšen je bil potek reševanja. Njihove odgovore pa sta lahko povezovala z demografskimi podatki, ki sta jih imela že na začetku raziskave. Tudi za ostali dve skupini nista pridobila podatkov o načinu reševanja, vzrokih predčasnega zaključevanja oz. nepripravljenosti za izpolnjevanje ankete. Lahko pa sta identificirala demografske značilnosti skupine oseb, ki na anketo ni odgovarjala.

Spletna anketa

Prednost anket je v tem, da lahko v vzorec vključimo večje število oseb. Vendar je pri tem treba paziti na strategije vzorčenja, da dobimo čim večji in reprezentativen vzorec. In še eno dejstvo moramo upoštevati, večje kot je število spremenljivk, ki jih proučujemo, večji mora biti vzorec. Predpostavljajmo, da želimo v raziskavo vključiti 100 dijakov gimnazije, da bi ugotovili, kako pogosto obiskujejo knjižnico. Če želimo upoštevati spol in letnik, potem kmalu ugotovimo, da imamo v posamezni skupini, npr. 3. letnik, dijakinje, npr. 10 dijakinj, kar pa je premalo za resnejše statistične analize. Tako je vzorec 100 dijakov lahko, ob predvidenih analizah upoštevajoč spol in letnik, premajhen, pa čeprav je morda za začetku bilo videti, da je načrtovan vzorec relativno velik.

Raznovrstnost vprašanj je pri spletnem raziskovanju res velika (Evans & Mathur, 2005). Vključimo lahko:

- **Dihotomna vprašanja**, kjer oseba izbira med odgovoroma da ali ne oz. med dveh možnostma. Primer: Ali ste v zadnjem mesecu obiskali svojo knjižnico? Da, Ne.

Takšna vprašanja so primerna za tiste teme, kjer se lahko odločimo med dvema možnostma. Lahko pa jih uporabljamo tudi kot filter vprašanja. Drugače pa veliko število dihotomnih vprašanj ni najbolj primerno, saj dobimo premalo natančne in specifične informacije o obravnavani temi.

- **Odprta vprašanja**, kjer osebe odgovor opišejo, pojasnijo ali razložijo. Primer: Kaj vam povzroča težave, ko iščete gradivo v sistemu COBISS?

Tovrstna vprašanja lahko uporabimo v pilotni študiji, ko predmeta raziskave še ne poznamo dovolj in bodo odgovori sodelujočih opisali možne poglede na obravnavano tematiko. Uporabimo jih pri visoko motiviranih sodelujočih v raziskavi. Načeloma je bolje, da jih postavimo na sredini ankete, posebej, če so zelo pomembna, ker na koncu interes za odgovarjanje močno upade.

- **Izbirna vprašanja**, kjer je možno, da oseba izbere samo enega ali več predstavljenih odgovorov. Primer: Kateri dan v tednu je za vas primeren za obisk knjižnice? (a) ponedeljek, (b) torek, (c) sreda, (d) četrtek, (e) petek, (f) sobota.

Ta vprašanja so relativno enostavna za odgovarjanje in jih sodelujoči v raziskavi dobro sprejemajo. Pri njihovem sestavljanju je potrebno vedeti, da se morajo navedene možnosti med seboj izključevati, da je izbira odgovora enostavna. Možnosti za izbor naj ne bi bilo premalo, niti preveč, npr. od tri do sedem.

- **Več izbirnih vprašanj z isto lestvico.**

Primer: Kako bi ocenili naslednje elemente knjižnice:

prostor	nezadovoljivo – zadovoljivo – srednje – dobro – zelo dobro
gradivo	nezadovoljivo – zadovoljivo – srednje – dobro – zelo dobro
tehnologijo	nezadovoljivo – zadovoljivo – srednje – dobro – zelo dobro

Tudi na taka vprašanja udeleženci radi odgovarjajo, saj lahko pri vsakem vprašanju uporabijo enako lestvico, kar jim omogoča relativno hitro odgovarjanje. Lahko uporabimo opisno ali številčno lestvico ali kombinacijo. Primerne so lestvice s petimi ali sedmimi stopnjami, za učence začetnih razredov pa tri. Uporaba teh lestvic omogoča statistično analizo, ker je predvsem pri velikih in reprezentativnih vzorcih dobrodošlo.

- **Vprašanja za dopolnjevanje**, kjer oseba začetno misel dopolni s svojo. Primer: Knjižnica je zame ...

Tovrstna vprašanja so primerna za raziskovanje mnenj, stališč o določenem pojavu ali dogodku. So relativno preprosta in omogočajo hiter vpogled v obravnavan problem. Klasificiranje odgovorov pa je vezano na analizo, značilno za kvalitativno raziskovanje. Če imamo zelo velik vzorec, nam to lahko vzame veliko časa, vendar če proučujemo mnenja, stališča učencev oz. dijakov, so praviloma njihovi odgovori bolj homogeni, kar nam olajša klasifikacijo odgovorov. Bolj zamudno pa je klasificiranje odgovorov pri heterogeni populaciji, kot so npr. uporabniki splošne knjižnice v velikem kraju.

- **Vprašanja razvrščanja**, kjer oseba posameznim odgovorom pripiše ustrezno mesto (rang). Primer: Razvrstite lastnosti knjižničarja po pomembnosti; tisti lastnosti, ki se vam zdi najpomembnejša, pripišite mesto 1, drugi najpomembnejši mesto 2 itd.

Prijaznost ____
sodelovalnost ____
strokovnost ____

ustrežljivost ____
 razgledanost ____
 iskanje rešitev ____.

Ta vprašanja zahtevajo primerjavo, v tem primeru med navedenimi lastnostmi. Načeloma niso zahtevna, če ne uporabimo preveč lastnosti. Navedli naj bi jih toliko, da bi posamezniki lahko vse zapisane hkrati primerjali med sabo; pri otrocih tri, pri odraslih pa lahko tudi sedem enot.

V kolikor želimo odgovore sodelujočih v raziskavi posploševati na celotno populacijo, moramo uporabljati standardizirane vprašalnike, ki morajo praviloma skozi zahtevno statistično analizo. To pa verjetno že presega potrebe raziskovanja v šolski knjižnici. Za doseganje raziskovalnih ciljev v knjižnici je dobro slediti standardom raziskovanja glede dobro opredeljenega raziskovalnega problema, oblikovanja vzorca in sestavljanja ciljne ankete, s smotro uporabo raznovrstnih vprašanj in z logičnim zaporedjem vprašanj. Dobra anketa naj bi odgovorila na tri vprašanja: kaj (cilj), kako (vrste vprašanj) in kdaj (zaporedje vprašanj). Postavljanje ustreznih vprašanj, glede na raziskovalni problem, je lahko velik izziv. Naše videnje problema ne pomeni nujno tudi objektivno sliko raziskovalnega problema. Zato je nujno tesno povezovanje s teoretičnimi spoznanji in spoznanji preteklih raziskav. Za oceno ustreznosti vprašanj pa je smiselno izpeljati pilotno raziskavo.

Pri uporabi anketne metode se je potrebno zavedati dejstva, da odgovori na vprašanja ne opisujejo dejanskega vedenja oseb, ampak njihovo zaznavanje lastnega vedenja. V bistvu gre za samoporočano vedenje, ki praviloma ni nujno skladno z dejanskim vedenjem. To pa je dejansko pomanjkljivost anketne metode, izvedene klasično ali spletno. Pri razlagi rezultatov moramo upoštevati tudi ta vidik.

Spletno anketiranje, kot je bilo že večkrat omenjeno, uporabimo v raziskovalnem procesu predvsem zato, da hitro, učinkovito in z malo finančnimi sredstvi dosežemo kar najširši krog potencialnih sodelujočih v raziskavi. Nekateri raziskave, ki smo jih že omenjali, trdijo, da s spletnim načinom anketiranja lahko dosežemo večjo odzivnost, medtem ko druge trdijo ravno obratno. Witmer, Colman in Katzman (1999) pravijo, da je odstotek vrnjenih spletnih anket manjši zato, ker je pozornost oseb v spletnem okolju krajša oz. bolj podvržena motnjam. Predpostavljali so, da lahko dolga ali predolga anketa vpliva na slabšo odzivnost. Vendar so kasneje te trditve ovrgli, saj na odzivnost v največji meri vplivajo enostavno odgovarjanje, interes za obravnavano področje in komunikacija z raziskovalcem. Enostavno odgovarjanje lahko dosežemo s pomočjo vprašanj, ki to omogočajo (npr. dihonomna vprašanja, vprašanja rangiranja ...). Omogočamo jo tudi z manj raznovrstnimi vprašanji, saj se osebam ni potrebno prilagajati različnim načinom odgovarjanja. Povečan interes in višjo stopnjo odzivnosti lahko dosežemo tudi tako, da potencialne posameznike, ki bodo v raziskavi sodelovali, predhodno povabimo v raziskavo, jim predstavimo namen raziskave, sistem varovanja podatkov in jih zaprosimo za soglasje za sodelovanje v raziskavi (najbolje pisno).

Navajam še drugi del spoznanj o spletnem anketiranju, ki sta jih v raziskavi pridobila Evans in Mathur (2005). Tudi pri spletni anketi lahko potrdimo veliko prednosti, od finančnih, časovnih do velikosti vzorca. Pomemben je tudi takojšen dostop do zbranih podatkov, do nekaterih možnosti prikazovanja podatkov kot tudi nekaterih statističnih analiz. Večje težave pri spletnem anketiranju lahko nastopijo v primeru slabše pokritosti s spletnim dostopom, slabše računalniške pismenosti, neustrezne programske opreme ali slabše motivacije za sodelovanje v raziskavah. Evans in Mathur (2005) sta sodelujoče v raziskavi izbrala na osnovi seznamov. Preko e-pošte so sodelujoče prosili za sodelovanje v raziskavi in jim posredovali naslov spletne strani, kjer so anketo lahko odprli. Na osnovi odzivov povabljenih sta potrdila tri skupine:

- Osebe so anketo izpolnile v celoti.
- Osebe so anketo začele reševati, vendar so odgovarjanje zaključile pred koncem.
- Osebe so dostopile do spletne strani, anketo pogledale, vendar je niso rešile.

V primerjavi z anketo preko e-pošte, ki smo jo predstavili zgoraj, sta pri analizi spletne ankete dobila pravzaprav identične skupine oseb, ki so odgovarjale, vendar s to razliko, da je pri spletni anketi možna še dodatna analiza vedenja sodelujočih pri odgovarjanju na vprašanja.

Za prvo skupino je bilo značilno naslednje: sistematično so se lotili reševanja ankete in ni bilo manjkajočih odgovorov. Upoštevali so časovni rok, v katerem naj bi anketo izpolnili. Raziskovalca sta spremljala čas, ki so ga osebe potrebovale za odgovarjanje na posamezna vprašanja. Pridobili so tudi podatek o pogostosti vračanja na spletno stran, da bi anketo izpolnili. Vse to so ključne informacije, ki lahko pomembno vplivajo na oblikovanje bodočih anket, hkrati pa tudi povedo, katera vprašanja so bila za sodelujoče v raziskavi zahtevnejša ali morda celo drugače razumljena, kot je bilo predvideno.

Tudi pri drugi skupini sodelujočih sta pridobila koristne podatke, pa čeprav posamezniki niso odgovorili na vsa vprašanja. Lahko sta spremljala značilnosti odgovarjanja, ki so bile opisane pri prvi skupini.

Tretja skupina pa je zanimiva v toliko, ker sta lahko, upoštevajoč demografske značilnosti, ugotovila, kako se ta skupina razlikuje od drugih dveh skupin, ki sta na vprašanja v anketi odgovarjali.

Intervju preko e-pošte

Po mnenju Gaiserja in Schreinerja (2009) je izpeljava intervjuja preko elektronske pošte enostavna in omogoča dosleden zapis pogovora oz. razprave. Taka vrsta komunikacije lahko omogoči izpeljavo poglobljenega intervjuja, saj ima intervjuvanec možnost, da svoje odgovore v določenem sosledju dopolnjuje (Gaiser, 2000 po Gaiser in Schreiner, 2009).

Preden se odločimo za elektronski intervju oz. intervju preko elektronske pošte, moramo razmisliti o naslednjem:

- Obseg raziskave oz. cilji, ki jih želimo doseči (npr. bolj splošen vpogled v poznavanje storitev knjižnice ali bolj natančen/poglobljen vpogled v izkušnje z izbranimi storitvami knjižnice).
- Koliko časa bo intervju potekal (npr. ali bomo vključili samo eno osebo ali več, ali bomo izpeljali več krogov pogovorov ali samo enega). Pri splošnem intervjuju bo mogoče dovolj samo en pogovor, pri poglobljenem pa morda dva ali celo trije.
- Pričakovanja intervjuvancev glede raziskave, načina komunikacije in vsebine, ki smo jo v intervju vključili. Na začetku je potrebno preveriti pričakovanja sodelujočih in jim v procesu raziskave slediti, da slučajno intervjuvanca ne izgubimo.
- Način odgovarjanja, kjer lahko izbiramo med tremi načini: (i) odgovor dodamo pod vprašanjem – ‚bottom-post‘, (ii) odgovor dodamo nad vprašanjem – ‚top-post‘ ali (iii) odgovor vključujemo v vprašanje oz. pri posameznih delih vprašanja – ‚in line‘. Izbira načina odgovarjanja je odvisna od osebnih preferenc in naj bi bila dorečena pred začetkom intervjuja in je tudi del pričakovanj sodelujočih.
- Uporaba posebnih simbolov. Ker intervju preko elektronske pošte poteka brez nebesedne komunikacije, je zelo dobro, da se že na začetku dogovorimo, da je uporaba posebnih simbolov, ki poudarjajo posamezne dele odgovora, zaželena, če že ne nujna. S simboli poudarimo čustvena stanja in vključujemo tiste, ki to

označujejo (npr.: J, ;) ...). Uporabimo velike črke pri izražanju pomembnih misli, idej (npr. TO PA JE DOBER PREDLOG). Če pa želimo kakšen del teksta posebej poudariti in želimo, da izstopa, pa lahko ta del teksta odebelimo (npr.: Teга res **ne vem**).

Ko se odločimo o vseh pomembnih vidikih intervjuja, pa ne smemo pozabiti osebe prositi za soglasje o sodelovanju v raziskavi.

Analiza spletnih dokumentov

Svetovni splet (World Wide Web) z neskončnimi stranmi predstavlja posebnost z vidika analize dokumentov (Flick, 2006). Spletni dokumenti so intertekstualni, kar pomeni, da so organizirani s pomočjo spletnih povezav (od ene strani do druge ali od enega teksta do drugega). Ta način križnih referenc v tekstu je precej drugačen kot pri tradicionalnem tekstu, kjer vsaka stran prispeva k celotnemu tekstu. Naslednja značilnost je hipertekstovnost, predvsem zaradi povezav na druge tekste in tudi zaradi nestalnosti in neskončnosti tekstov. Marsikatera spletna stran se stalno posodablja, spreminja, izginja in se ponovno pojavi. Zato je datum dostopa do spletne strani ključna informacija. Spletni tekst je nelinearen. Tradicionalni teksti imajo svoj začetek in konec. Pri spletnih tekstih pa tega ni, saj so ves čas povezani z drugimi stranmi ali drugimi teksti. Večina spletnih tekstov uporablja multimedijo (slike, zvoke, filme ...) in ne samo tekstovno obliko, kot je to pri tradicionalnih tekstih.

Zaradi vseh navedenih značilnosti se pri analizi spletnih dokumentov pojavljajo določeni problemi. Kaj je pravzaprav enota analize? Lahko je spletna stran sama kot taka ali pa tudi vse povezave, ki jih v tekstu najdemo. Če želimo analizo pričeti na začetku teksta, bi morali imeti linearno in sekvenčno strukturo, ki pa je spletni tekst nima. Zato je modro izbirati po menijih spletnega teksta, od glavnega do podrejenih menijev. Toda tudi to ni enoznačno določeno zaporedje, saj ga lahko spreminjamo.

Ko izbiramo enoto analize pri spletnih tekstih, priporočajo metodo teoretičnega vzorčenja, ki poenostavlja pomeni, da izbiramo tekste toliko časa in jih vključujemo v analizo, da lahko zanesljivo odgovorimo na raziskovalno vprašanje (Flick, 2006). Različni brskalniki omogočajo iskanje tekstov, ki bodo odgovorili na zastavljeno raziskovalno vprašanje. Pri iskanju uporabljamo ključne besede ali uporabimo raznovrstne načine iskanja. Glede na to, da se spletne strani spreminjajo, izginjajo ali se ponovno pojavijo, je dobro, da jih v procesu raziskovanja shranjujemo. Pri analizi spletnih dokumentov lahko uporabljamo metodo analize dokumentov ali metodo analize slikovnih materialov. Glede na to, da so spletne strani multimedijske, je dobro poznati oba pristopa.

Etična načela spletnega raziskovanja

Pri spletnem raziskovanju moramo upoštevati številna etična načela. Pravzaprav mora vsako raziskovanje doseči visoke raziskovalne standarde, pri spletnem raziskovanju pa jih moramo znati prepoznati in dosledno uresničevati skozi ves raziskovalni proces. Raziskave na družboslovnem in humanističnem področju so skozi čas razvile visoke standarde in jih pretvorile v smernice v raziskovalnem procesu. Parahoo (2006) razlaga etična načela raziskovanja na področju zdravstvene nege. Prvo načelo je načelo koristnosti, kar pomeni, da morajo biti izsledki raziskave koristni tako za posameznika kot tudi za družbo. Načelo se tesno povezuje z načelom strokovnosti. Raziskovalec mora slediti načelu resnicoljubnosti, kar pomeni, da mora odkrito predstaviti cilje in namen raziskave in potencialnim sodelujočim odgovoriti

na vsa morebitna vprašanja. Pri tem ne sme biti zavajanja. Načelo pravičnosti pravi, da moramo vse udeležence v raziskavi obravnavati enako. Od vsakega sodelujočega moramo pridobiti dokumentirano soglasje – privolitev, da je brez pritiskov privolil v sodelovanje pri raziskavi. Od oseb, ki same ne morejo dati soglasja, npr. otroci, morajo soglasje posredovati starši oz. skrbniki. V raziskavi je potrebno slediti zaupnosti glede sodelujočih in pridobljenih podatkov. Rezultatov raziskav ne smemo uporabljati za druge namene, kot je bilo predvideno in so udeleženci dali soglasje. Prav tako v rezultatih raziskav posamezniki ne smejo biti prepoznani. Npr. opazovanje oseb v naravnem okolju in na javnih mestih je dovoljeno, vendar pod pogojem, da identiteta posameznikov ni razvidna. V raziskovalnem procesu moramo poskrbeti za zaščito udeležencev, tako psihično in fizično. Prepoznati moramo možne škodljive učinke in jih odstraniti.

Na osnovi etičnih načel raziskovanja je Parahoo (2006) definiral štiri pravice sodelujočih v raziskavi:

- pravica do neškodovanja,
- pravica do celovite pojasnitve,
- pravica do samoodločbe,
- pravica do zasebnosti, anonimnosti in zaupnosti.

Resnik (2011) je pregledal etična načela raziskovalnega procesa z vidika različnih strok in inštitucij in je poudaril naslednje: poštenost, objektivnost, integriteta, skrbnost, odprtost, upoštevanje intelektualne lastnine, zaupnost, odgovorne objave, odgovorno mentoriranje, spoštovanje kolegov, socialna odgovornost, nediskriminatornost, kompetentnost, legalnost, skrb za živali, zaščita ljudi. Večina njih je skladna z zgoraj opisanimi, kar samo pomeni, da so etična načela raziskovanja podobna, ne glede na to, katera stroka jih postavlja. To je za raziskovalni proces dobra popotnica.

Pregledovala sem tudi dokumente Ameriškega združenja bibliotekarjev (ALA American Library Association), vendar etičnih načel v raziskovanju ne omenja noben dokument. Res pa je, da so etična načela oz. večina njih močno poudarjena v odnosu do uporabnikov. Najti pa je več prispevkov raziskovalcev na področju bibliotekarske in informacijske znanosti, kjer je razvidno upoštevanje etičnih načel in zavedanje njihove pomembnosti. Šauperl (2005) navaja Etični kodeks slovenskih knjižničarjev, ki v dvanajstih členih podaja temeljna etična načela, ki naj bi jih slovenski knjižničarji spoštovali, in jih poveže z raziskovalnim delom. Našteta načela so: osebnost knjižničarja, strokovnost, spoštovanje, zvestoba, kakovost, poštenost, zasebnost, objavljane rezultate, pošteno poročanje, zloraba položaja, etično ravnanje in spori. Iz tega sledi, da mora raziskovalec oblikovati svojo osebnost v skladu s splošno veljavnimi etičnimi načeli svoje družbe. Znanstvene in raziskovalne odločitve morajo izhajati izključno iz znanstvenih in raziskovalnih nagibov. Raziskovanje je strokovno utemeljeno takrat, kadar raziskovalec pozna pretekla spoznanja in ve, kako do njih priti. Raziskovalno delo bibliotekarja pa mora prispevati k razvoju stroke in njeni identiteti. Raziskovalec se zavzema za medsebojno spoštovanje in pomoč v raziskovalnem procesu, tudi s citiranjem in navajanjem virov. Raziskovalec naj si prizadeva doseči cilje svojega raziskovalnega tima in morebitne težave naj rešuje v dialogu znotraj skupine (zvestoba). Raziskovalec mora zagotavljati najvišjo kakovost raziskovalnega dela in izsledkov. Prizadevati si mora za povečevanje dostopnosti znanja v znanstveni skupnosti in javnosti nasploh. Odnos v raziskovalnem procesu mora biti pošten, predvsem do sodelujočih v raziskavi. Ne sme jim škoditi, ne sme povzročati neprijetnih situacij in ne sme jih po nepotrebnem obremenjevati. Raziskovalec mora poskrbeti za zasebnost sodelujočih, da njihova identiteta ni znana in da poskrbi za anonimnost odgovorov vseh sodelujočih. Raziskovalec mora poskrbeti za prost pretok rezultatov svojih raziskav, kar praviloma naj ne bi povzročalo težav, saj imajo rezultati raziskovalnega dela javni značaj (*objavljanje rezultatov*). O rezultatih raziskav

je potrebno *poročati pošteno*, pa čeprav se dogodi, da nenamensko prihaja do napak nepravilnega zaključevanja, neustrezne interpretacije rezultatov in nepoštenega ravnanja z rezultati. Napaki, kot sta plagiarizem in izkrivljeno navajanje izsledkov drugih raziskav, pa sta nedopustni. Lahko pa pri poročanju o izsledkih raziskav prihaja do *zlorabe položaja*, kot je prikrivanje izsledkov raziskav zaradi lastnih interesov. Lahko se dogodi, da raziskovalec poroča na način, ki lahko škodi določeni organizaciji ali posamezniku ali ne skrbi za integriteto udeležencev raziskave. Enajsti člen navaja zavezanost vsakega bibliotekarja pri svojem delu k etičnemu ravnanju in kot navaja Šauperlova (2005) tudi pri raziskovalnem delu. Zadnji člen pa govori o reševanju sporov, kadar se pojavi problem neetičnega ravnanja bibliotekarjev oz. raziskovalcev.

Viri

- Berry, D. M. (2004). Internet research: privacy, ethics, and alienation: an open source approach. *Internet research*, 14 (4), 323–332.
- Evans, J.R., Mathur, A. (2005). The value of online surveys. *Internet research*, 15 (2), 195–219.
- Flick, U. (2006). *An Introduction to Qualitative Research*. Poglavlje: Qualitative Online Research: Using the Internet. London: Sage. 254–270.
- Fricker, R. D. Jr., Schonlau, M. (2002). Advantages and Disadvantages of internet research surveys: evidence from the literature. *Field Methods*, 14 (4), 347–367.
- Gaiser, T. J., Schreiner, A. E. (2010). *A Guide to Conducting Online Research*. London: SAGE.
- Internet usage statistics*. The Internet Big Picture. World Internet Users and Population Stats. Pridobljeno 2. 1. 2013 s spletne strani: <http://www.internetworldstats.com/stats.html>.
- Oblinger, D. G., Oblinger J. L., eds. (2005). *Educating the Net Generation*. Washington, D.C.: EDUCAUSE. Pridobljeno 15. 2. 2010 s spletne strani <http://www.educause.edu/books/educating-the-netgen/5989>.
- Parahoo, K. (2006). *Nursing Research: Principles, Process and Issues*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ray, N. M., Tabor, S. W. (2003). Cyber surveys come of age. *Marketing Research*, Spring, 32–37.
- Resnik, D. B. (2011). *What is Ethics in Research & Why is it Important*. Pridobljeno 2. 1. 2013 s spletne strani: <http://www.niehs.nih.gov/research/resources/bioethics/whatis/>.
- Šauperl, A. (2005). Etika v raziskovalnem delu. V A. Šauperl, (ur.), *Raziskovalne metode v bibliotekarstvu, informacijski znanosti in knjigarstvu* (str. 163 – 171). Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo.

> **Dr. Vlasta Zabukovec** je izredna profesorica na Oddelku za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani.
Naslov: Aškerčeva 2, 1000 Ljubljana
Naslov e-pošte: vlasta.zabukovec@ff.uni-lj.si