**Чек-лист для представления результатов интернет - опросов. (CHERRIES)**

**Контрольный перечень для представления результатов электронных опросов в Интернете (CHERRIES)** *(дословный)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Пункты чек-листа*** | ***Пояснения*** | ***Номер страницы*** |
| Описание плана *(схемы)* опроса | Опишите целевую совокупность, принципы включения в выборку. Является ли выборка случайной? (В "открытых" опросах это наиболее вероятно). |  |
| Одобрение ЛЭК | Укажите, был ли опрос одобрен ЛЭК. |  |
| Информированное согласие | Опишите процесс получения информированного согласия. Где участникам сообщили о продолжительности опроса, какие данные хранятся, где и как долго, кто является исследователем, и какова цель исследования? |  |
| Защита данных | Если собиралась, или хранилась какая-либо личная информация, укажите, какие меры были предприняты для защиты от несанкционированного доступа. |  |
| Разработка и тестирование | Опишите, как был разработан опрос, также были ли протестированы такие параметры, как удобство использования и техническая функциональность электронной анкеты перед ее размещением. |  |
| Открытое исследование в сравнении с закрытым | «Открытый опрос» - это опрос, открытый для каждого посетителя сайта, в то время как  «закрытый опрос» открыт только для выборки, известной исследователю (опрос, защищенный паролем). |  |
| Режим контакта | Укажите, был ли первоначальный контакт с потенциальными участниками через Интернет или нет (Исследователи могут также рассылать анкету по почте, или разместить его на веб-сайте). |  |
| Реклама опроса | Как/где был объявлен или разрекламирован опрос? Примеры: оффлайновые СМИ (газеты) или онлайновые (списки рассылки - если да, то какие?), или рекламные баннеры (где были размещены эти рекламные баннеры и как они выглядели?). Очень важно знать формулировку объявления, поскольку она в значительной степени повлияет на то, кто решит принять участие.  В идеале объявление о проведении опроса должно быть опубликовано в качестве приложения. |  |
| Web/E-mail | Укажите тип электронного *(онлайн)* опроса (например, размещенный на веб-сайте или разосланный по электронной почте). Если это опрос по электронной почте, вводились ли ответы вручную в базу данных или использовался автоматический метод сбора ответов? |  |
| Контекст *(условия)* | Опишите веб-сайт (для групповой рассылки – метод оповещения), на котором был размещен опрос. О чем этот сайт, кто его посещает, что обычно ищут посетители *(какая информация публикуется обычно*)? Обсудите, в какой степени содержимое веб-сайта могло предварительно отобрать выборку или повлиять на результаты. Например, опрос о вакцинации на веб-сайте противников иммунизации будет иметь другие результаты, чем веб-опрос, проведенный на правительственном веб-сайте. |  |
| Обязательно/добровольно | Был ли это обязательный опрос, который должен был заполнить каждый посетитель, желающий зайти на веб-сайт, или это был добровольный? |  |
| Стимулы  *(поощрения)* | Предлагались ли какие-либо стимулы (такие как деньги, призы или нематериальные поощрения, например, предоставить результаты опроса)? |  |
| Время/дата | В какие сроки были собраны данные? |  |
| Случайный порядок вопросов или анкет | Для предотвращения субъективности *(подтасовки, предвзятости) вопросы*/пункты должны появляться в случайном порядке или постоянно чередоваться. |  |
| Адаптивный опрос | Используйте адаптивную анкету (например, уточняющие вопросы появляются только при выборе определенных ответов), чтобы уменьшить количество и сложность вопросов. |  |
| Количество пунктов | Каково количество пунктов в анкете на странице? Количество пунктов/вопросов является важным фактором для коэффициента заполнения. |  |
| Количество вкладок (страниц) | На скольких страницах была анкета? Количество пунктов/вопросов является важным фактором для коэффициента заполнения. |  |
| Проверка полноты  *(проверка заполненности/завершенности анкеты)* | По возможности настроить автоматическую проверку ответов на согласованность *(на непротиворечивость*), и заполненность анкеты до того, как она будет отправлена. Было ли это сделано, и если "да", то как (обычно JAVAScript)? Альтернативным вариантом является проверка заполненности после подачи анкеты (и выделение обязательных пунктов). Если это было сделано, следует это указать. Все пункты/вопросы должны предусматривать возможность отказа от ответа, например, "отсутствуют данные" или "воздержаться от ответа", и выбор одного варианта ответа должен быть обязательным/принудительным. |  |
| Этап проверки | Укажите, могли ли респонденты просмотреть и изменить свои ответы (например, с помощью кнопки "Назад" или действия "Обзор", которое отображает ответы и спрашивает у тестируемого, верны ли они). |  |
| Уникальность посещения сайта | Если вы предоставляете показатели просмотров или участия, вам необходимо определить, как вы подтверждайте «уникальность посещения». Существуют различные методы, основанные на IP-адресах, куки-файлах или на том, и другом. |  |
| Коэффициент просмотров (Отношение уникальных посетителей опроса к уникальным посетителям сайта) | Требуется подсчет уникальных посетителей первой страницы опроса, деленный на количество уникальных посетителей сайта (не просмотров страниц!). Нередко доля просмотров составляет менее 0,1 %, если опрос является добровольным. |  |
| Коэффициент участия (Отношение уникальных посетителей, согласившихся участвовать в опросе, к уникальным посетителям первой страницы опроса) | Подсчитайте уникальное число людей, которые заполнили первую страницу опроса (или согласились участвовать, например, установив флажок/метку), разделив его на число посетителей, посетивших первую страницу опроса (или страницу информированного согласия, если она присутствует). Этот показатель также можно назвать коэффициентом "вербовки". |  |
| Коэффициент завершенности (соотношение пользователей, закончивших опрос, и пользователей, согласившихся участвовать) | Число людей, завершивших опрос на последней странице анкеты, деленное на число людей, согласившихся участвовать (или завершивших опрос на первой странице анкеты). Этот показатель имеет значение только в том случае, если имеется отдельная страница "информированного согласия" или если опрос занимает несколько страниц. Это показатель отсева. Обратите внимание, что "завершение" может включать оставление незаполненных пунктов *(вопросы без ответа)* анкеты. Это не показатель того, насколько полно были заполнены анкеты. (Если вам нужен показатель для этого, используйте слово "коэффициент полноты/ заполненности"). |  |
| Используемые файлы cookie | Укажите, использовались ли файлы cookie для присвоения уникального идентификатора пользователя каждому клиентскому компьютеру. Если да, укажите страницу, на которой был установлен и прочитан файл cookie, и как долго он был действителен. Были ли исключены дубликаты записей путем предотвращения двойного доступа пользователей к опросу; или же дубликаты записей в базе данных с одним и тем же идентификатором пользователя были исключены до анализа? В последнем случае какие записи были сохранены для анализа (например, первая запись или самая последняя)? |  |
| Проверка IP-адреса | Укажите, использовался ли IP-адрес клиентского компьютера для выявления потенциальных дубликатов записей от одного и того же пользователя. Если да, укажите период времени, в течение которого не допускалось двух записей с одного и того же IP-адреса (например, 24 часа). Предотвращалось ли дублирование записей путем запрета доступа пользователей с одним и тем же IP-адресом к исследованию дважды; или же дубликаты записей в базе данных с одним и тем же IP-адресом в течение определенного периода времени устранялись до анализа? Если последнее, то какие записи сохранялись для анализа (например, первая запись или самая последняя)? |  |
| Анализ log-файлов | Укажите, использовались ли другие методы анализа log-файлов для выявления множественных записей. Если да, пожалуйста, опишите. |  |
| Регистрация | В "закрытых" (неоткрытых) опросах пользователи должны сначала войти в систему, так легче предотвратить дублирование записей от одного и того же пользователя. Опишите, как это было сделано. Например, опрос никогда не отображался второй раз после того, как пользователь заполнил его, или имя пользователя хранилось вместе с результатами опроса и позже было удалено? Если последнее, то какие записи сохранялись для анализа (например, первая запись или самая последняя)? |  |
| Обработка *(анализ*) неполных анкет | Анализировались ли только полностью заполненные анкеты? Или также те анкеты, которые тестируемые завершили преждевременно (например, пользователи не прошли все страницы анкеты)? |  |
| Анкеты, поданные с нетипичной временной меткой | Некоторые исследователи могут брать в расчет время, необходимое людям для заполнения анкеты, и исключать те, которые были отправлены слишком рано. Укажите временной интервал, который использовался в качестве точки отсечения, и опишите, как эта точка была определена. |  |
| Статистическая коррекция | Укажите, использовались ли какие-либо методы для корректировки нерепрезентативной выборки (например, метод взвешивания); если да, опишите эти методы. |  |

Целевая совокупность - (изучаемая совокупность) это совокупность элементов или объектов, обладающих информацией, которую желает получить исследователь, и о которой нужно сделать заключение.

Выборка -группа объектов исследования, которая является носителем характеристик всех единиц генеральной совокупности.

Основа выборки - (контур) список всех единиц совокупности, из которых выбираются единицы выборки.

Удобная выборка - отбор элементов, которые являются наиболее доступными в период проведения отбора.

ЛЭК – локальный этический комитет.

Для групповой рассылки - лист рассылки — это некий адрес электронной почты в вашем домене, при отправлении письма на который происходит автоматическая рассылка по подписчикам (как в WhatsApps)

Уникальный посетить сайта - не повторяющийся пользователь, обладающий уникальными характеристиками и зашедший на сайт в течение определённого промежутка времени.

Непрезентативная выборка - любая выборка, которая не отражает характеристики которой не соответствуют характеристикам популяции, из которой она была отобрана.

Мера склонности - условная вероятность того, что объект будет подвергнут активному воздействию.