

УДК 316

Курганов Михаил Александрович

аспирант,

Государственный академический университет гуманитарных наук

voicm@list.ru

Mihail A. Kurganov

post-graduate

State Academic University For The Humanities

voicm@list.ru

ПРОБЛЕМА ОСЫПАНИЯ ВЫБОРКИ ЛОНГИТЮДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОЦИОЛОГИИ

SAMPLE ATTRITION IN SOCIOLOGICAL LONGITUDINAL STUDIES

***Аннотация.** В статье представлен обзор трудов, посвящённых поискам решения проблемы осыпания выборки, с которой сталкиваются исследователи при проведении лонгитюдов. Было выявлено, что за счёт концептуально-методологических и процедурных решений отток респондентов удаётся предотвратить. На основании проведённого анализа можно сделать вывод, что привлечение людей, сожительство с респондентом в одном домохозяйстве, положительно сказывается на оттоке респондентов, уменьшая его темпы. Также действенным как с научной, так и с финансовой точки зрения методом является почтовая рассылка респондентам в период между двумя волнами проведения опросов.*

***Ключевые слова:** лонгитюдные исследования, осыпание выборки, панельные исследования.*

***Annotation.** This paper provides an analytical review of literature that addresses attrition problem, which is a common problem in longitudinal researches. It was found that the problem of keeping in touch with respondents is being dealt with both during the stage of creating research design (with the usage of mixed-mode methods and new methods, such as CAPI) and established retention procedures. It is shown that contacting people, who are living together with respondent in one household, proves to be useful in minimizing effects of sample's attrition. Furthermore, mailings also came out to be effective in encouraging sample members to keep in touch with researchers between two waves of study.*

***Keywords:** longitudinal studies, sample attrition, panel studies.*

Лонгитюдные исследования уже более полувека являются одним из самых актуальных и востребованных инструментов для изучения изменений, происходящих в обществе, они используются в самых разных

сферах социальных наук: социология, политология, экономика, психология и т.д [1, с. 189]. Однако ценность данных, полученных в результате этих исследований, зависит от того, насколько выборке удаётся сохранить свою репрезентативность с течением времени, а именно — минимизировать отток респондентов, «осыпание» выборки. Необходимость изучения данного феномена обусловлена сразу несколькими причинами: поддержание размеров выборки, экономия на проведении полевого этапа исследования. Но и сама проблема неоднородна и часто зависит от конкретной специфики отдельно взятого лонгитюда. Отсюда и большой перечень причин, по которым респонденты либо отказываются принимать дальнейшее участие в исследовании, либо просто не выходят на связь: тут и географические, и социально-экономические причины, и элементарная потеря интереса.

Во многих лонгитюдных исследованиях учёные всё чаще прибегают к комплексным методам сбора данных [4, с. 187]. В подобных исследованиях применяется последовательная процедура сбора данных, где применяется телефонный опрос с последующим очным интервью в случаях, если респондент не ответил на звонок. При этом существуют различные вариации подобной процедуры. Например, в случае, когда респондент не отвечает на звонок, исследователи порой вместо попыток встретиться с респондентом лично, могли по тому же телефону опрашивать других членов домохозяйства. При этом результаты исследований на предмет степени отсева выборки показывают, что в случаях, когда опрашивались сожители респондента, при последующих волнах проведения опросов, респонденты куда чаще отвечали на запросы исследователей повторно, нежели в случаях, когда производились попытки встретиться с респондентом очно. Следует отметить, что разница в этих процедурах достаточно существенна, поскольку она напрямую влияет на бюджет лонгитюдного исследования, поскольку приветствуется вариант развития событий, когда дело не доходит до очной встречи респондента и исследователя. Впрочем, эффективность подобного метода опроса ограничивается одним фактором. Практически невозможно заранее определить, какие члены выборки будут охотнее реагировать на тот или иной вариант проведения опроса.

Любопытно также и влияние использования Интернета на темпы осыпания выборки. Так, Стэнли Прессером и его коллегами было выявлено, что переход от телефонного метода к онлайн-опросу приводит к более активному оттоку респондентов, нежели чем в исследованиях с одним лишь телефонным интервьюированием [5, с. 14]. При этом объём полученных в онлайн-опросах данных, которые, по мнению авторов, воспринимаются респондентами как «личное», на порядок выше, чем в телефонных. Более того, в онлайн-опросах прослеживаются более низкие показатели намеренного ухода от ответа на неудобные вопросы.

Часто проводятся эксперименты, ставящие перед собой задачу сократить темпы осыпания выборки. Например, между волнами

проведения опросов респондентам делается почтовая рассылка, в ответ на которую их просят прислать адрес их нынешнего места проживания. Подобные рассылки очень помогают при отслеживании перемещений членов выборки с целью последующего их опроса во время следующей волны исследования. Один из экспериментов заключался в разных способах и формулировках просьб исследователей. Результаты экспериментов показали, что почтовая рассылка, будучи одним из самых дешёвых и эффективных методов удержания респондентов в период между проведения волн опросов, оказалась самой действенной стратегией, поскольку именно после рассылки количество случаев, когда респондент теряется и пропадает из выборки, наименьшее среди всех других вариаций стратегий отслеживания.

При планировании исследования полезно выдвигать несколько гипотез касательно того, в чём могут заключаться причины осыпания выборки. Необязательно закреплять их непосредственно в исследовании, но гипотезы должны отражать потенциальные варианты ответа на вопросы о том, когда и почему происходит осыпание выборки. Для этого необходимо тщательно изучить дизайн исследования, а также выборку. Выдвигая гипотезы о возможных причинах ухода респондентов из исследования, исследователи решают сразу две важные задачи. Во-первых, гипотеза сразу же обрисовывает примерный список мер, которые помогут снизить темпы сокращения выборки. Во-вторых, подобные гипотезы позволяют выявить, какие элементы исследования необходимо проанализировать на предмет влияния на отсев.

Среди мер, способных воспрепятствовать оттоку респондентов из выборки, также стоит обозначить следующее. Стоит подготовить список возможных причин осыпания выборки. К каждой из причин можно подготовить ту или иную процедуру противодействия, при этом выбор подобных процедур должен производиться на основе проведённых уже ранее исследований. При этом, однако, нужно учитывать и фактор соотношения эффективности и затрат. Возможно, получится использовать метод, который будет наиболее эффективен и при этом наиболее дешёв. Автор статьи отмечает, что обозначенные выше меры носят рекомендательный характер. Данная тема в рамках лонгитюдных исследований освещена в научных трудах недостаточно широко. Вместе с тем открывается широкий простор для теоретизирования и проведения экспериментов с использованием современных информационных технологий, которые позволят открыть новые способы удержания респондентов в лонгитюдных исследованиях.

Литература/Literature:

1. Couper, M.P. and Ofstedal, M.B. (2009) *Keeping in contact with mobile sample members. In Methodology of Longitudinal Surveys (ed. P. Lynn), pp. 183-203. New York: Wiley.*

2. *Berthoud, R. and Burton, J. (2008) In Praise of Panel Surveys. ESRC Longitudinal Studies Centre, Institute for Social and Economic Research, Colchester.*
3. *Fumagalli, F., Laurie. H., Lynn, P. (2010) Experiments with Methods to Reduce Attrition in Longitudinal Surveys Institute for Social and Economic Research University of Essex No. 2010-04*
4. *Kreuter, F., S. Presser, and R. Tourangeau (2008) "Social Desirability Bias in CATI, IVR, and Web Surveys: The Effects of Mode and Question Sensitivity," Public Opinion Quarterly, 72(5), 847–865.*
5. *Lynn, P. (2013) Alternative Sequential Mixed-Mode Designs: Effects on Attrition Rates, Attrition Bias, and Costs / Journal of Survey Statistics and Methodology 1(2):183-205*