

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДАНИХ

УДК 303.09+303.8

М. Сидоров, канд. фіз.-мат. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

Ю. Ходаківська, студ.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ЗАСТОСУВАННЯ ПАРАДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ НЕВІДПОВІДЕЙ (НА ПРИКЛАДІ ESS)

Парадани мають потенційну цінність для вимірювання та поліпшення якості даних, а також для скорочення витрат у процесі збору даних, саме тому вони представляють інтерес не тільки для дослідницьких організацій, а також для замовників досліджень, аналітиків і експертів з методології кількісних досліджень. У роботі розглядаються можливості використання параданих для зменшення рівня невідповідей у емпіричних соціологічних дослідженнях на прикладі дослідження ESS, аналізуються та класифікуються причини відмови від проходження опитування та шляхи їх уникання.

Ключові слова: рівень невідповідей, парадани, надійність соціологічної інформації

Наявність невідповідей у опитуваннях є одним із найважливіших чинників зниження надійності емпіричної соціологічної інформації. Дані з наймасштабніших досліджень зважуються для їх врахування і найчастіше, значення таких вагів отримують на основі інформації з допоміжних джерел збору даних (інформація про вибірку сукупність, дані перепису та ін.) і, як правило, для зважування, враховуються тільки відмінності в соціально-демографічних характеристиках між генеральною сукупністю та вибіркою. Однак, якщо ці соціально-демографічні характеристики не стосуються змінних, які є цікавими для дослідження, і не пояснюють схильності до невідповіді, то застосування таких вагів не дасть бажаного результату.

Пошук чинників, які можуть вплинути на невідповіді є досить **актуальною** задачею дослідників, які все більше звертають увагу на використання параданих для зменшення похибки невідповіді.

Метою даної роботи є аналіз використання параданих для зменшення впливу невідповідей у емпіричних соціологічних дослідженнях на приклад ідослідження ESS.

Як правило, розрізняють три різних причини неотримання відповіді:

1. особи, що не були досягнуті і таким чином їх взагалі не просили офіційно співпрацювати з дослідженням;
2. особи, які були досягнуті, але не здатні до співпраці, через психічні або фізичні обмеження;
3. особи, які були досягнуті, але відмовилися співпрацювати.

Очевидно, що причини неотримання відповіді можуть відрізнятися в різних групах респондентів та різних типах опитувань. Особи, з якими важко зв'язатися, як можуть співпрацювати з більшою ймовірністю є людьми похилого віку та інвалідами (і найчастіше не виходять з дому), особи, які не хочуть співпрацювати, але можуть не довіряти компанії, що проводить дослідження або інтерв'юєрові, не бути зацікавленими у предметі дослідження, турбуватися про конфіденційність, або обережні до допуску сторонніх у їх будинок. Існує ще ряд важкодоступних категорій респондентів, таких, наприклад, як ув'язнені, люди великого достатку, що живуть у маєтках та мають охорону і т.д. Зрештою, протягом останнього десятиліття було проведено таку кількість опитувань, що часто потенційний респондент вже брав участь у кількох дослідженнях, що також може знизити бажання у співпраці.

Тож, існує ряд ключових факторів, що впливають на невідповідь, такі, як індивідуальні характеристики та характеристики домогосподарства (якщо мова йде про опитування у оселях), ефект інтерв'юєра, соціальне середовище та особливості дизайну проведення самого дослідження.

Теорії участі в дослідженнях на основі психологічних концептів, таких як теорія соціального обміну [Groves, 2002: 67], громадянської активності [Brehm, 1993: 101] і

соціальної ізоляції та інтеграції, звертають особливу увагу на особистості і побутові характеристики як ті, що впливають на кооперацію. Останнім часом набуває значимості теорія важеля [Groves, 2000], що зосереджує увагу на взаємному впливі між характеристиками респондента та особливостями дизайну дослідження. Ці теорії пояснюють участь респондента у опитуваннях, тобто вплив соціального контексту на окремі дії, взаємодія декількох ефектів на участь у дослідженні, а також механізми, за допомогою якого характеристики об'єкта вплинуть на реалізацію дослідження.

У дослідженнях face-to-face, як правило, визнається, що інтерв'юєр грає суттєву роль у налагодженні контактів із об'єктом і у досягненні їх співпраці і, якщо їх ігнорувати, ефект інтерв'юєра призведе до кластеризації рівня відповідей для вибірки об'єктів, що були опитані кожним інтерв'юєром. Зокрема, взаємодія між домогосподарством і інтерв'юєром була відзначена в якості ключового фактору досягнення респондента [Snijkers, 1999].

Відмова відображає складне соціальне явище, що пояснюється переважно індивідуальними особливостями, такими як соціально-економічний статусом, кваліфікацією, обізнаністю у даній темі, а не темою дослідження або характеристиками сім'ї і домогосподарства, чи впливом голови сім'ї. Це можна пояснити тим, що відмова є рішенням, яке, швидше за все, буде прийнято на особистому, а не сімейному рівні. В той час як недосягнення респондента пов'язано з сім'єю і характеристиками домогосподарства. Наприклад, є деякі ознаки того, що безробітних, швидше за все, можна легко знайти вдома, але вони рідше погоджуються на участь. Важливо розрізняти недосягнутих респондентів і тих, хто відмовився брати участь, щоб виявити їх потенційно різний вплив на зміщення через неотримання відповіді, з метою формування різних стратегій скорочення кількості невідповідей і поправок на неотримання.

Тому саме парадани можуть надати корисну інформацію про процес задання і процес відповіді на питання. Можливо, самого такого пункту плану не вистачає в нинішніх стратегіях обробки похибки вимірювань.

ESS є дослідженням, що за допомогою методу інтерв'ю face-to-face вивчає ставлення, думки і переконання людей у Європейських країнах. Максимальний рівень отриманих відповідей у 6 хвили 2012 року є 77,6% у Ізраїлі, у середньому становить 57%, але сильно відрізняється в різних країнах (Рис. 1) (відібрані ті країни, які були присутні у всіх трьох хвилях).

В даному дослідженні переслідуються оптимальна порівнюваність країн, це означає, що – в ідеалі – різниця в основних результатах обстеження в різних країнах пояснюється відмінностями між населенням та політичними, соціальними та культурними установами і системами, а не відмінностями в методології та польовим етапом.

Підготовка ESS почалася в кінці XX століття, і збір детальних параданих був запланований з самого початку. Однією з основних причин цього став факт, що на місцях збір даних для ESS здійснюється окремими

установами у близько 30 країнах і потрібно досягти максимальної стандартизації правил збору. Саме тому збір параданих в міжнародному дослідженні ESS є необхідною задачею.

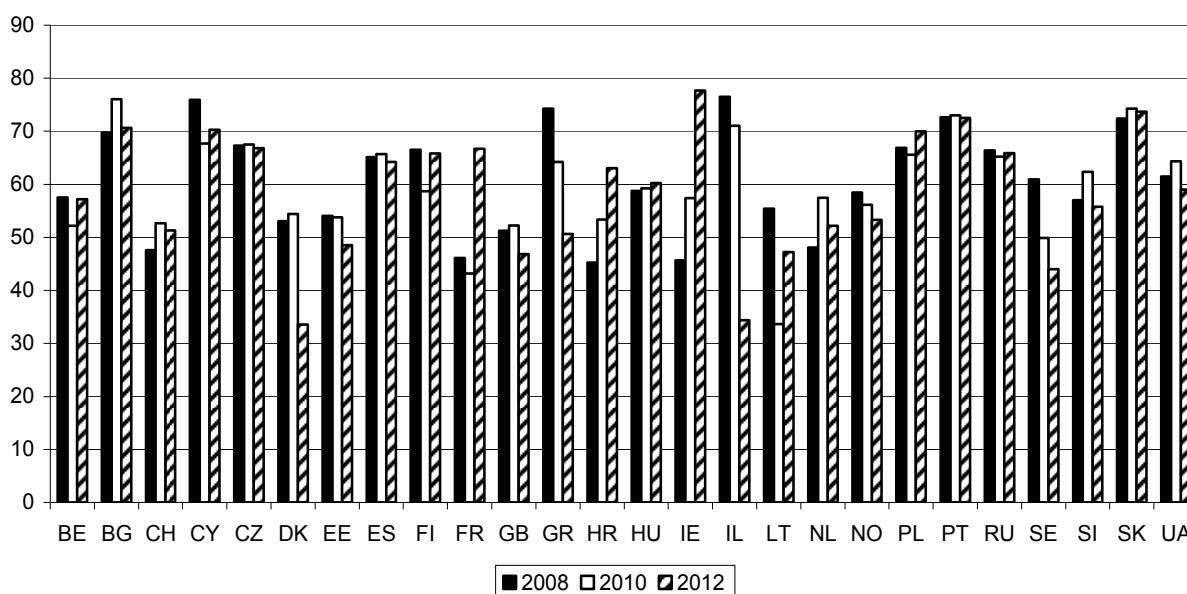


Рис. 1. Рівень відповідей у ESS у різних країнах у 4, 5 та 6 хвилях

польові роботи в ESS перебувають під пильним контролем організаторів, і парадани збираються з використанням докладних контактних форм [ESS6, 2012] для запису інформації про відбір респондентів у домогосподарствах, про терміни та результати кожного відвідування, а також для зауважень інтерв'юера щодо кожного контакту і характеристик сім'ї та оселі. Більшість питань контактної форми залишаються незмінними у кожній хвили ESS, проте можуть додаватися деякі ознаки, якщо вони впливають на рівень невідповідей.

Контактна форма Європейського Соціального Дослідження [ESS6, 2012] дозволяє фіксувати:

- номер інтерв'юера, ім'я респондента і його номер телефону;
- шлях відбору респондентів для вибірки по домогосподарствах,
- шлях відбору респондентів для вибірки по адресах;
- для кожного контакту: дату, точний час контакту; результат (інтерв'ю, повторне призначення, відмова); різні причини, через які респонденти не можуть брати участь в опитуванні (наприклад, мовний бар'єр);
- для не досягнутих: причини невірної адреси; причини складності доступу;
- для тих, хто відмовився: причини відмови та судження про можливу співпрацю в майбутньому; стать і вік респондента, що відмовився;
- для кожного об'єкта вибірки: характеристики місця проживання респондента (тип житла, фізичний стан будівлі та околиці, наявність сміття, акти вандалізму).

За допомогою контактних форм можна передбачити оптимальний шлях налагодження контакту та оптимальний час відвідування для кожного респондента, можна відрізнити не досягнутих респондентів від тих, хто відмовився відповідати, порівняти польові зусилля та витрати в різних країнах, на основі параданих також розробляються рекомендації для польових робіт в майбутніх раундах, і респонденти можуть бути класифіковані відповідно до польових зусиль для зменшення рівня невідповідей.

Особливістю контактних форм ESS є те, що інтерв'юери додатково записують інформацію про тип і фізи-

чний стан житла та наявність актів вандалізму і сміття в околиці [ESS6, 2012:5-6].

Відмови і не досягнуті контакти частіше зосереджуються в районах, що характеризуються поганим фізичним станом будівель та наявністю сміття та/або актів вандалізму. Аналіз таких даних може відображати характеристики та особливості мешканців, проте не можна виключати можливість того, що відмінності в оцінці стану житла і околиць в певній мірі відображають суб'єктивну оцінку інтерв'юерами різних районів [Blom, 2009].

Великою перевагою цих спостережень є те, що вони можуть теоретично бути зібрані для кожного випадку в будь-якій країні (хоча на практиці правила конфіденційності в ряді країн забороняють це). Як вже зазначалося вище, недоліком фіксованих інтерв'юером параданих є те, що, ймовірно, існують відмінності в підходах різних інтерв'юерів з різних країн і різних дослідницьких організацій в інтерпретуванні досить абстрактних понять, таких як "сміття, що валяється". Насправді, це є достатньо складною задачею – розробити універсальні класифікації для житлових районів і типів житла, які можуть бути застосовані в українській сільській місцевості, альпійських горах, в лондонському Сіті, передмісті Неаполя і на Норвезькому острові. Отже, ці класифікації завжди слід розглядати в національному контексті. Тож, існує певний зв'язок між зауваженнями інтерв'юера щодо околиць і житлових приміщень і ймовірністю отримання відповіді.

У ряді країн окремі довідкові дані є первинно доступними для кожного об'єкта. Статистичне управління Нідерландів, наприклад, пропонує інформацію про всі об'єкти з реєстру населення, які можуть бути витягнуті з широкого спектру державних архівів і адміністративних файлів, що містять інформацію про країну народження, зайнятість, соціальну забезпеченість пільгами і т.д. Цей підхід можна застосувати для уникнення або зменшення зміщень через невідповіді там, де можливості збору даних про стан житлового приміщення є обмеженими, і, як правило, не можуть бути отримані іншим шляхом (наприклад, за межами Національного статистичного інституту у Голландії).

Для того, щоб отримати інформацію про кожного об'єкта вибірки, інтерв'юєри проінструктовані записувати статтю і приблизний вік цільового респондента (навіть для тих, хто відмовився) [ESS6, 2012:4] в контактну форму ("житло" може також розглядатися як індивідуальна характеристика). Проте тут виникають дві проблеми. По-перше, має відбутися контакт (зустріч) з цільовою людиною, щоб знати, чи є вона чоловіком чи жінкою і оцінити його або її вік. По-друге, не завжди чітко зрозуміло, чи є контактна особа, яка відмовляється від співпраці, цільовим об'єктом чи просто членом сім'ї або домогосподарства. На практиці, дані пункти опитувальника часто залишаються не заповненими. Більш того, навіть якщо вік і стать буде доступною для кожного об'єкту, досвід попередніх досліджень ставить під сумнів

корисність даних, зважених за статтю та віком тих, хто відмовився від участі в опитуванні.

Аналіз параданих ESS [Blom, 2009] показав, що ті респонденти, для яких з метою проведення інтерв'ю було здійснено декілька спроб налагодження контакту (в основному, тому що їх не було вдома) суттєво відрізняються від тих, з ким порівняно легко зв'язатися через певний вік, статус зайнятості і рівень освіти, але незвично відрізняються за значимими для дослідження ознакам, такі як етноцентризм, політичні інтереси і соціальна довіра. Остаточний рівень не досягнутих контактів може бути зведений до мінімуму, однак, головною постійною причиною неотримання відповідей в ESS є відмова (рис. 2), тому варто зосередити погляд на використанні параданих у процесі аналізу причин відмов.

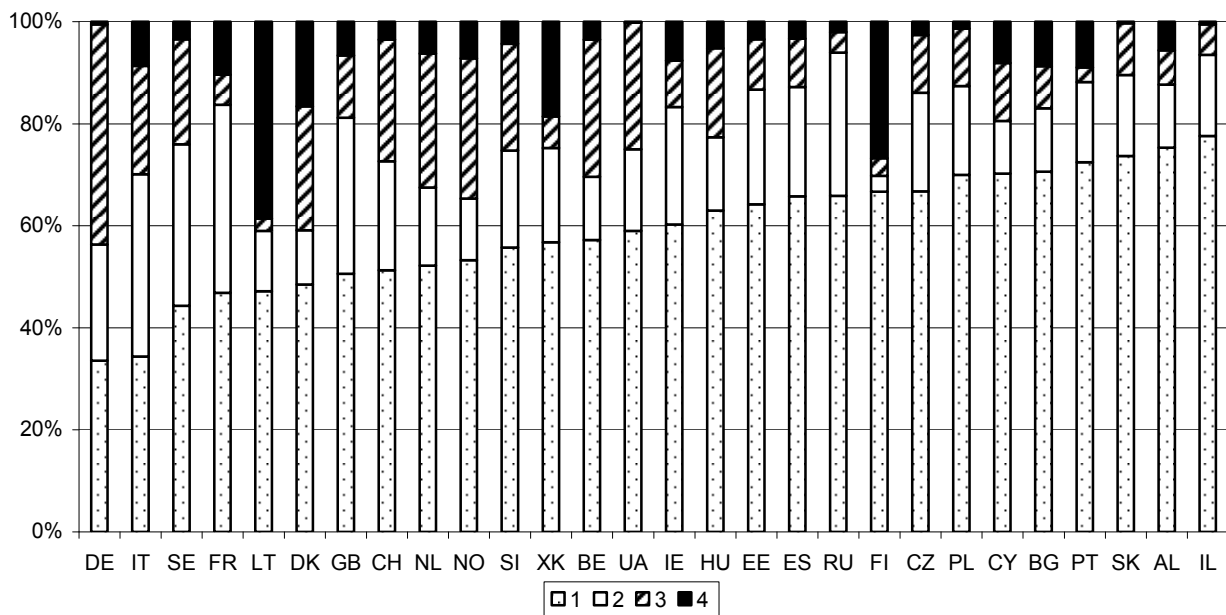


Рис.2. Фінальний розподіл результативності інтерв'ю у 6 хвили ESS:

1 – завершене інтерв'ю, 2 – часткове інтерв'ю; контакт з кимсь, хто не відомо чи є респондентом; контакт з кимсь, але не респондентом; без контакту взагалі, 3 – контакт з респондентом, але без інтерв'ю, 4 – не вірна адреса; інша інформація; без відповіді.

Інтерв'юєр у контактній формі зазначає кінцевий результат контакту з респондентом:

- призначення іншого часу для інтерв'ю;
- відмова респондента;
- відмова за дорученням;
- відмова домогосподарства (до відбору цільового респондента);
- респондент недоступний / немає вдома;
- респондент психічно або фізично не в змозі брати участь;
- респондент помер;
- респондент виїхав з країни;
- респондент переїхав в невідомому напрямку;
- респондент переїхав, проте в межах країни;
- мовний бар'єр.

Зусилля інтерв'юєрів і результати таких зусиль може проілюструвати розподіл результативності спроб у 4, 5 та 6 хвилях ESS (Рис.3.а-в). Кількість отриманих інтерв'ю з першого, другого і третього разу істотно різняться в різних країнах, але досить сильно видно "характерність" для різних країн у різні хвили. Цікаво, що у 6 хвили максимальна кількість спроб дістатись респондента досить сильно різнилась – у деяких країн ця максимальна кількість була більшою за 10: Бельгія – 17, Німеччина – 43, Іспанія – 27, Швеція – 69, Швейцарія – 25, Великобританія – 15, Франція – 1; у деяких – меншою: Албанія – 5,

Болгарія – 6, Кіпр – 9, Чехія – 5, Угорщина – 9, Литва – 6, Ірландія – 9, Ізраїль – 9 та Україна – 7. Відмінність для різних країн у кількості спроб зав'язати контакт для проведення інтерв'ю теж досить велика: Швейцарія – 20, Німеччина, Іспанія, Великобританія та Нідерланди – по 4 та Чехія – 1, Албанія, Кіпр, Данія, Франція, Ірландія, Литва, Словенія та Україна – по 2.

Проте використання параданих як засобу вивчення зсуву через відмову можливе лише в невеликій кількості країн. Блум [Blom, 2009] порівнює процес відмови від інтерв'ю в ESS у різних країнах, в яких була отримана досить велика кількість невідповідей при першому контакті. У своїх пояснювальних моделях відмова аналізується за наступними критеріями: чи була відмова висловлена цільовим об'єктом чи іншими членом сім'ї (проксі – відмова), оцінка інтерв'юєром можливостей подальшої співпраці після відмови, і чи є повторна спроба досягти респондента здійснена тим же або іншим інтерв'юєром; використовується додатковий показник: скільки разів респондент відмовився і чим аргументував відмову, поки, нарешті, не було проведено інтерв'ю.

Тим не менш, і повторний процес контакту відрізняється у різних країнах. Так, у Німеччині рішення повторно нанести візит початковим відмовником приймається на основі оцінки успіху такого заходу інтерв'юєром, в той час як в Нідерландах майже всім початковим відмовникам було повторно нанесено візит [Blom, 2009].

Варто зазначити, що, як голландські, так і німецькі інтерв'юери вважають, що респондент візьме участь в опитуванні після початкової відмови, коли причиною відмови є "немає часу" або "не зацікавлений", і що вони не будуть брати участь, коли вони заявляють, що вважають дослідження "марною тратою часу", або що вони ніколи не беруть участь в таких заходах. Цікаво, що в обох країнах нові інтерв'юери давали більшу ймовірність змінити початкову відмову на згоду, ніж вже досвідчені інтерв'юери.

За допомогою контактних форм в Європейському Соціальному Дослідженні [ESS, 2012] відразу можна відрізнити тих, хто одразу погодився на співпрацю, від тих, хто спочатку відмовився (так званий неохочий респондент або "перетворена" відмова), а в деяких країнах останніх також можна розділити на тих, чия відмову легко змінити на згоду на інтерв'ю і тих, чия відмову змінити майже неможливо.

Більш та ін. представили результати порівняння таких респондентів у першому раунді ESS [Billiet, 2009:11]. Прості в "перетворенні" відмов є ті, кого легко переконати, чи ті, хто домовилися про другий контакт з інтерв'юером. Складними для "перетворення" визначаються ті, хто відмовився від участі після декількох спроб, проте були використані спеціальні стимули, щоб переконати їх. Одним з основних висновків цього дослідження було те, що "перетворені" відмови відрізнялися за показниками по оціночним шкалам та ключовим для ESS змінним від тих, хто одразу погоджувався на співпрацю. Такі ж відмінності спостерігалися для категорій легко "перетворюваних" та важко "перетворюваних" респондентів, проте структура таких відмінностей варіювалася в різних країнах.

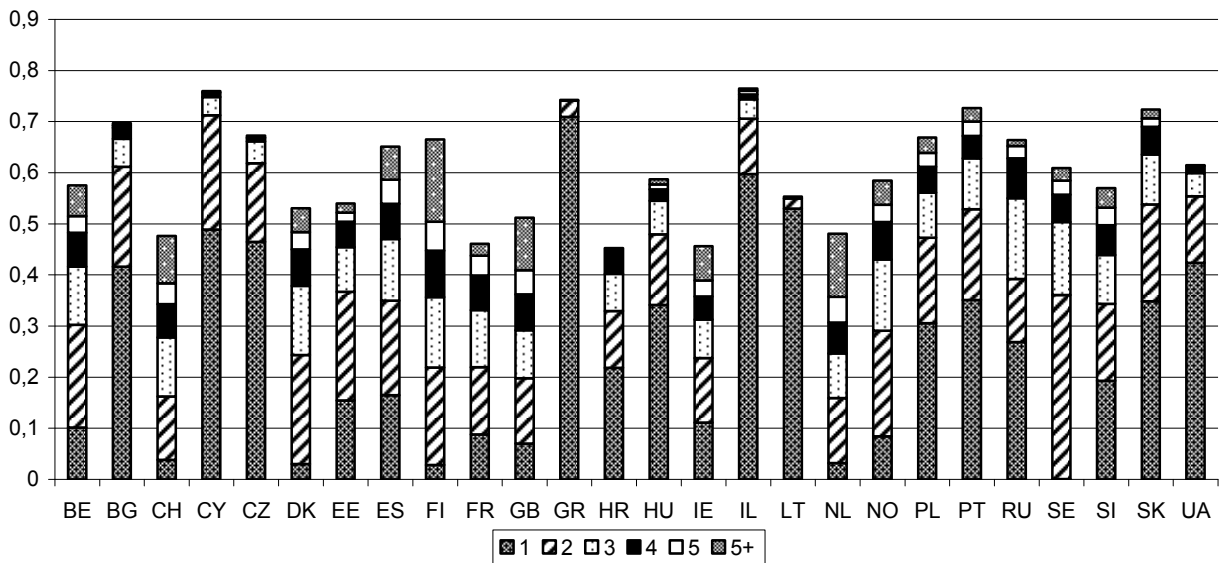


Рис. 3.а. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 4 хвиля 2008 року

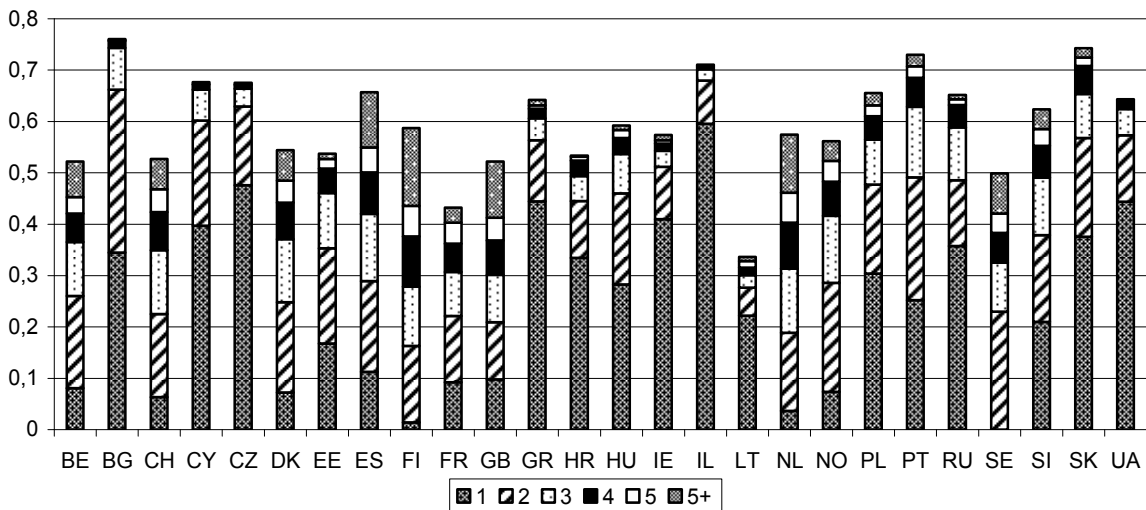


Рис. 3.б. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 5 хвиля 2010 року

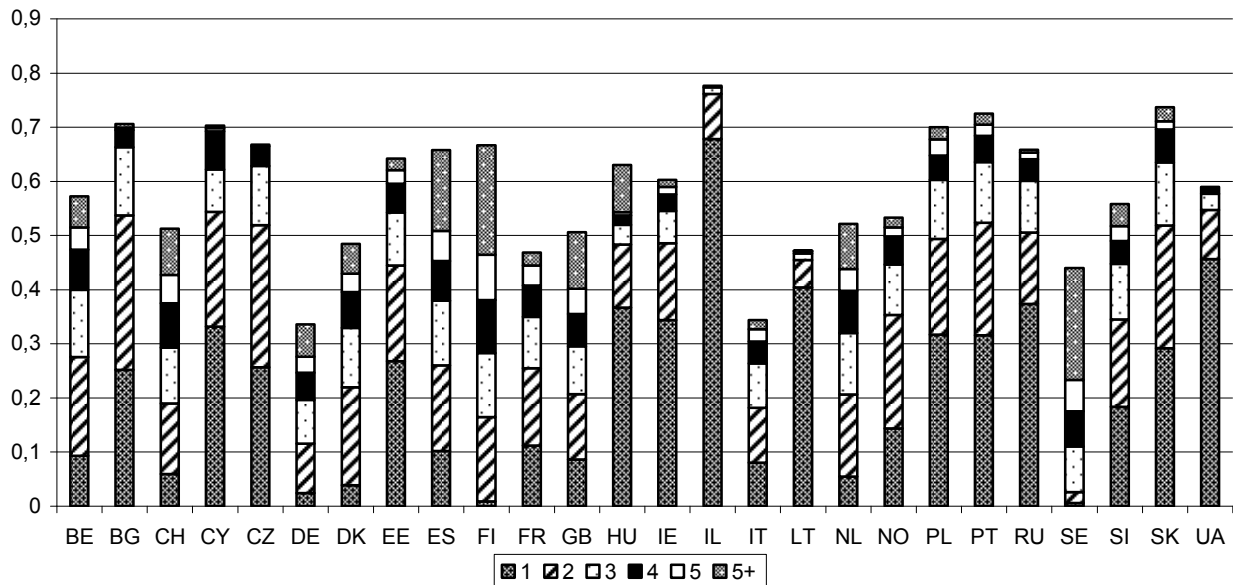


Рис. 3.в. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 6 хвиля 2012 року

Більш ранні дослідження [Stoop, 2005] виявили, що "перетворені" відмови були схожі за показниками на кооперативних респондентів. Крім того, у деяких випадках процес перетворення відмов насправді робить склад остаточної вибірки значно гіршим: скоріше за все, на інтерв'ю погодяться ті підгрупи, які були надмірно репрезентовані у вибірці до перетворення, ніж підгрупи, які недостатньо представлені [Stoop, 2005], причому схожий результат був зафіксований і для ESS [Billiet, 2009], [Stoop, 2010 (2)]. Це означає, що перетворення "відмов" на "завершених опитувань" не є найкращою стратегією для збільшення рівня отриманих відповідей та зведення до мінімуму помилки дослідження.

За допомогою параданих можна отримати інформацію не тільки про кількість відмов та результативних інтерв'ю, а і про основні їх причини. Це легко бачити у файлі параданих, наприклад, шостої хвилі [ESS, 2012]. Так у якості головної (першої) причини відмови у більшості країн є "Тема не цікава" (41,2% серед тих, хто відмовився проходити опитування; максимальний відсоток у Польщі – 67%, Португалії – 66% та Норвегії – 65% серед тих, хто відмовився у цих країнах) та "Не зручний час" (18,4% серед тих, хто відмовився проходити опитування; максимальний відсоток у Фінляндії – 65% та Італії – 40% серед тих, хто відмовився у цих країнах) крім Данії та Німеччини – у цих країн головною причиною відмови є "Ніколи не беру участі в дослідженнях" (33% та 21,2 % відсотка серед всіх, хто відмовився проходити опитування у цих країнах відповідно).

Другою причиною відмови при першому контакті головним чином називали "Немає часу" – 33% серед всіх, хто відмовився з першого разу, "Тема не цікава" – 29% та "Не зручний час" – 17%. Особливо виділяються серед інших 2 країни: Чехія, яка назвала другою причиною "Немає часу" – 67% від усіх респондентів Чехії, що вказали другу причину при відмові у першому контакті та Угорщина – "Тема не цікава" – 65% відповідно.

Слід зазначити, що Україну не можна виділити стосовно причин відмов – першою причиною є "Тема не цікава" – 17%, другою – "Немає часу" – 24%.

Автори ряду досліджень спробували виділити різницю між різними видами відмов через парадани, використовуючи для цього коментарі респондентів та інтерв'юерів щодо причин їх відмови від опитування та згоди все ж відповісти на запитання [Smith, 1984] та ін. З цих досліджень випливає, що значущі коментарі і різні при-

чини для відмови можуть мати різний вплив на зсув через невідповідь.

В ESS, таким чином, респонденти можуть бути класифіковані за їх причинами для відмови або згоди. Ступ пропонує порівняння "немає часу" і "дуже зайнятий" як підстави для відмови у ESS, де виявляє, що відсутність часу згадується (або принаймні, зафіксовані) набагато частіше в одних країнах, ніж в інших, проте існує лише невеликий зв'язок між загальною зайнятістю людини та її бажанням співпрацювати з дослідженнями такого типу [Stoop, 2005: 231].

Перелік причин відмови зазначаються у контактному листі [ESS, 2012]:

- незручний час (наприклад, через те, що респонденти доглядають хворих, дітей, ...);
- не зацікавлений;
- не знаю достатньо / нічого про предмет, дуже складно для мене;
- марна трата часу;
- марна трата грошей;
- не хочу говорити про приватне життя / я не даю ніякої особистої інформації;
- ніколи не беру участі в дослідженнях;
- занадто часто відповідаю на опитування;
- не довіряю дослідженням;
- попередній невдалий досвід участі в опитуваннях;
- не подобається тема;
- респондент відмовляється, тому що партнер / сім'я не дає згоду співпрацювати;
- не допускаю чужих у свій дім / боюсь впускати в оселю.

Також ключову інформацію про респондентів, що відмовилися від участі в опитуванні, чи про не досягнутих респондентів можна отримати, запитуючи його лише про основні для дослідження теми. Тут можливі два варіанти для отримання таких відповідей: пост-обстеження і пропозиція заповнити значно коротшу анкету одразу після відмови.

В пост-дослідженнях, тим, хто відмовився, та не досягнутим (а також досягнутим респондентам з метою контролю) пропонується заповнити коротшу анкету після закінчення основного етапу опитування. Ступ досяг дуже високого response rate в пост-дослідженні і виявив, що "перетворені" відмови за демографічними та ключовими змінними кардинально відрізнялись від "остаточних" відмов [Stoop, 2005: 67].

В Польщі було проведено порівняння відмови в пост-обстеженні за підсумками пілотного ESS в 2004 році і у пост-обстеженні основного дослідження [Przybysz, 2007]. Типи зсуву в двох дослідженнях, на основі ідентичних анкет, були різними.

У третьому раунді ESS пост-обстеження було проведено у трьох країнах, а саме у Польщі (PL), Норвегії (NO) і Швейцарії (CH). Перші дві країни, як правило, мають високий рівень відповіді в ESS, третя ж досягає рівня лише нижче середнього.

Скорочена анкета була складена в двох варіантах, одна – на чотирьох сторінках з 17 питаннями, і ще коротша – із сімома. Результати цього експерименту виявилися перспективним. Як і слід було очікувати, рівень відповідей на коротку анкету серед тих, хто відмовився в основному дослідженні був достатньо скромним: 23% у Польщі, 30% в Норвегії, і 52% в Швейцарії. Рівень же відповідей тих, хто уже відповідав на питання основного опитування був набагато вище (близько 60% у Польщі та Норвегії, і 84% в Швейцарії).

Основні результати пост-дослідження відрізняються у різних країнах [Kreuter, 2007], [Fuchs, 2013]. У Норвегії, наприклад, респонденти, які відповідали тільки у пост-обстеженні, і ті, вже досягнуті респонденти, які брали участь в пост-обстеженні, відрізнялися один від одного. Респонденти, які брали участь і в основному і в пост-обстеженні ("подвійний контакт") взагалі відрізняються від усіх респондентів у вибірці. Це може бути пов'язано з шляхом відбору чи часом опитування.

У іншому підході, так званому "опитуванні на порозі", об'єктів, що відмовляються брати участь в опитуванні, просять відповісти хоча б на невелику кількість питань. Цей підхід також називається "Підходом Базових Питань" [Kersten, 1984] або "Pre-Emptive Doorstep Administration of Key Survey Items – "PEDAKSI" – підхід Пітера Ліна [Lynn, 2003]. Ліній виявив, що респонденти, які надали відповіді лише на ключові питання були за деякими критеріями схожі на респондентів основного дослідження (наявність домофону, близькість проживання з етнічними меншинами) і за іншими критеріями схожі на не респондентів (наявність охоронних пристроїв, стан будинку, соціальний статус околиці). Вони, ймовірно, менше очікували злочинів, ніж досягнуті респонденти.

Ерік Ван Інген [Van Ingen, 2009] провів аналогічне дослідження "опитування на порозі" в рамках дослідження оптимального використання часу впродовж інтерв'ю. Він виявив, що не досягнуті (не дали згоди на повне анкетування) респонденти, які надали інформацію, що читають менше газет, також були менш зацікавлені в політиці, виконували менше добровільної роботи, менше займаються спортом і витрачали менше часу на подорожі і роботу. Вони не були більш зайняті, ніж досягнуті респонденти.

Цей підхід може бути використаний в будь-якій країні для отримання інформації про відмови. У третьому раунді ESS він був використаний в Бельгії і 45% тих, хто відмовився від основного опитування, все ж надали інформацію в "опитуванні на порозі". Проблема такої альтернативи в тому, що цей підхід зазвичай дає низький рівень відповідей по основній анкеті. Адже, щоб уникнути заповнення довгої анкети, інтерв'юери обирають в якості легкого шляху коротку з ключовими питаннями. Результати аналізу бельгійського "опитування на порозі" [Stoor, 2010 (1):260] показують, що "перетворені" відмови і ті, хто відповідають на порозі, обирають різні типи відмов.

Використання параданих для коригування неотриманих відповідей в крос-національних дослідженнях ускладнюється з трьох причин. По-перше, парадани мають бути пов'язані з даними дослідження; в крос-національних дослідженнях це може спостерігатися не у всіх країнах, також співвідношення можуть бути різ-

ними в різних країнах. По-друге, важко отримати стандартизовані парадани, коли різні дослідницькі організації беруть участь в ESS, працюючи в різних культурах і з різними національними традиціями, правилами і законодавством, які повинні бути прийняті до уваги.

І нарешті, компроміс має бути знайдений між двома потенційно конфліктуєчими цілями: з одного боку метою збору параданих є оптимальне застосування їх для мінімізації зсуву через невідповіді, а для кожної країни фактори, що впливають на невідповіді та методи їх нівелювання є різними, з іншого боку, головною метою в крос-національному опитуванні є порівнюваність між країнами, уніфікованість методів та методик. Це означає, що використовуються інструменти і процедури, які максимально схожі між собою, тобто знаходяться на високому рівні стандартизації.

Тому часто постає питання, які процедури добирання респондентів у ESS є найбільш оптимальними для усіх країн: відносно прості, але повсюдно реалізовані процедури зважування (наприклад, пост-стратифікація, дані якої присутні для всіх хвиль), опитування більшої кількості респондентів, чи інноваційні та, ймовірно, більш ефективні процедури, які можуть бути реалізовані лише в невеликому ряді країн, у зв'язку з відмінностями в доступності та якості параданих і інших допоміжних змінних. Іншими словами, відмінна процедура добору респондентів через невідповіді, що дала втішні результати в одній країні, може зовсім не спрацювати в інших.

В даний час в міжнародних дослідженнях парадани необхідно збирати для контролю і порівняння процесу збору даних, і для відкриття різних шляхів аналізу та зниження рівня не отриманих відповідей. Крім того, різні типи параданих в Європейському Соціальному Дослідженні повинні бути поліпшені за рахунок стандартизації, навчання інтерв'юерів, чіткіших керівних принципів і інших зусиль для підвищення якості.

Для України аналіз контактних форм та загальних розподілів четвертого раунду Європейського Соціального Дослідження, що проходив в Україні 2008 року дає змогу виділити групи респондентів, які відмовляються від участі в дослідженні. Це, перш за все:

жінки частіше відмовляються від участі в опитуванні (23,1%), ніж чоловіки (12,4%). Серед причин відмови жінки виділяють такі: незацікавленість у темі дослідження (26,6%) та неприйнятне втручання у їх приватне життя (12,1%), ще 27% жінок вважають участь в опитуванні втратою часу. Щодо чоловіків, то по 30% відмов їх відмов пояснюється незацікавленістю та сприйняттям опитування втратою часу. Взагалі, жінки є складно досяжною групою – 18,1% жінок не були досягнуті інтерв'юером. Також жінки (9,5%) частіше, ніж чоловіки (4,9%) відмовляються від участі від імені господарства.

За рівнем освіти – найбільше відмов отримується від людей, чий найвищий рівень освіти є закінчена середня і незакінчена вища, з яких 35,4% не мають часу на участь в опитуванні, і 25,4% не зацікавлені.

Також, зайнятість об'єкта відіграє важливу роль у прийнятті рішення щодо участі в опитуванні, – лише третя спроб досягнути контакту з самозайнятими закінчилася інтерв'ю, на відміну від 47,2% у найманих робітників. Цікавим є факт, що 29,1% осіб, що проживають за рахунок пенсії не були досягнуті взагалі, а 16% пенсіонерів відмовилися від опитування.

За релігійними вподобаннями складно досяжною групою є католики – з 43,4% спроб інтерв'ю не відбулося, з них 17,8% взагалі відмовилися від участі в опитуванні.

76% католиків вважають участь в таких опитуваннях марнуванням часу, в той час як православні окрім цього причиною відмови називають свою незацікавленість у тематичі дослідження. Варто зазначити, що незалежно від релігії, найбільше відмов було отримано від людей у віці 40-59 років.

Найбільше відмов також спостерігається у людей, що не відчують себе безпечно у країні, вони або є зовсім недосяжними (12,4%), або відмовляються від участі (8,5%).

Варто також звернути увагу на факт, що кількість відмов зростає зі зростанням часу, який витрачається респондентом на перегляд телебачення, проте спадає з зі підвищенням частоти користування Інтернетом.

Висновки. Збір основної інформації про потенційних респондентів є перспективним підходом, але результати та висновки щодо однієї країни не можуть бути поширені на інші, хоча б тому, що response rate сильно варіює у різних країнах. З урахуванням таких обмежень, малоймовірно, що один підхід є найбільш оптимальним способом для мінімізації зсуву через невідповіді для всіх країн – учасників ESS.

Найбільш перспективним підходом для змінення рівня не відповіді є обрання декількох стандартних та найперспективніших параданих для кожної країни й об'єднати їх, щоб створити одну модель "схильності до відповіді". Основний принцип такого збору полягає в тому, що таким чином парадани з контактної форми стануть максимально порівнюваними, а додаткова інформація буде зібрана специфічно до процедур і практичних рішень, які є стандартними для поля в кожній з країн.

Парадани застосовуються для вдосконалення управління збором даних наступним чином: по-перше, це оцінка нових ініціатив, ідей та можливостей зі збору даних; по-друге, це контроль збору даних і своєчасне виявлення проблем (наприклад, проблеми з інструментами збору даних, проблеми з продуктивністю інтерв'юера, можливі фальсифікації інтерв'ю); по-третє, це вдосконалення методів збору даних; четвертою перевагою є отримання показників контролю якості отриманих даних.

Таким чином, парадани застосовуються для встановлення найбільш оптимального компромісу між польовими витратами, якістю даних і часом збору інформації.

Хоча використання параданих є багатообіцяючою практикою, наступні методологічні дослідження мають визначити ключові елементи параданих, що мають збиратися в процесі кожного дослідження, а також способи їх кращого використання.

Також мають створюватися так звані бази параданих, постійне поповнення та використання яких дасть поштовх для отримання більш якісної інформації в рамках кожного з проводжуваних досліджень.

Список використаних джерел

- Billiet J. Non-response Bias in Cross-national Surveys: Designs for Detection and Adjustment in the ESS. / Billiet, J., H. Matsuo, K. Beullens and V. Vehovar // - ASK: Society, Research, Methods (18/2009).
- Blom A. G. Measuring, Explaining and Adjusting for Cross-Country Differences in Unit Nonresponse: What Can Process Data Contribute? [Електронний ресурс] / Blom, Annelies G. // - Institute for Social and

Economic Research, University of Essex, November 2009. – Режим доступу: http://survex.de/fileadmin/user_upload/PhD_thesis_Annelies_Blom.pdf

3. Brehm J. The Phantom Respondents: Opinion Surveys and Political Representation [Текст] / Brehm J. // - Ann Arbor: University of Michigan Press, 1993, 266 pp.

4. ESS round 4 – data from Contact forms, edition 2.1 [електронний ресурс] 2008, Режим доступу http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ess4cf_e2_1&y=2008

5. ESS round 5 – data from Contact forms, edition 2.1 [електронний ресурс] 2010, Режим доступу http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS5CFe02_1&y=2010

6. ESS round 6 – data from Contact forms, edition 2.0 [електронний ресурс] 2012, Режим доступу <http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS6cfe02&y=2012>

7. ESS6 Source Contact Forms [електронний ресурс] 2012, Режим доступу http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round6/fieldwork/source/ESS6_source_contact_forms.pdf

8. Fuchs M. Response Rate and Nonresponse Bias – Impact of the Number of Contact Attempts on Data Quality in the European Social Survey [Текст] / Marek Fuchs, Dayana Bossert, Sabrina Stukowski // - Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Methodologie Sociologique, January 2013, vol. 117, no. 1, 26-45pp

9. Groves R.M. Leverage-Saliency Theory of Survey Participation, Description and Illustration [Текст] / Groves, R.M., Singer, E. Corning, A. // - Public Opinion Quarterly. - 2000, 64(3): 299-308pp.

10. Groves Robert M. Survey Nonresponse. [Текст] / Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge, Roderick J. A. Little // - New York: John Wiley and Sons. – 2001, 520p.

11. Kersten, H.M.P. Exploring and reducing the nonresponse bias by asking the basic question [Текст] / Kersten, H.M.P., and J.G. Bethlehem (1984) // - Statistical Journal of the U.N. Economic Commission for Europe, 2, 1984, 369 – 380pp.

12. Kreuter F. Using proxy measures of survey outcomes in post-survey adjustments: Examples from the European Social Survey [Текст] / Kreuter F., Lemay M., Casas-Cordero C. // - Proceedings of the Survey Research Methods Section, American Statistical Association, 2007, 3142-3149pp.

13. Lynn P. PEDAKSI: Methodology for Collecting Data about Survey Non-Respondents [Текст] / Lynn Peter // - Quality and Quantity, 2003, vol 37, 239-261pp.

14. Przybysz, D. Are Non-respondents similar to respondents? Findings from the ESS-2004 in Poland. / Przybysz, D., P. Sztabiński, F. Sztabiński // - ASK: Society, Research, Methods (16/2007), 25-54p.

15. Smith, T.W. 1984. Estimating Nonresponse Bias with Temporary Refusals. Sociological Perspectives, Vol. 27, No 4, 473-489p.

16. Stoop I. Improving Survey Response: Lessons learned from the European Social Survey [Текст] / Stoop Ineke, Billiet Jaak, Koch Achim, Rory Fitzgerald // - Wiley Series in Survey Methodology, 2010. 340p.

17. Stoop Ineke. Paradata in the European Social Survey: Studying Nonresponse and Adjusting for Bias [Текст, електронний ресурс] / Ineke Stoop, Hideko Matsuo, Achim Koch, Jaak Billiet // Proceedings of the Survey Research Methods Section, ASA (2010). Режим доступу: http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/y2010/Files/306145_55947.pdf

18. Stoop, I.A. The Hunt for the Last Respondent: Nonresponse in Sample Surveys. – The Hague: Social and Cultural Planning Office of the Netherlands. 2005. 339 pp.

19. Snijkers, G. Interviewers' Tactics for Fighting Survey Nonresponse [Електронний ресурс] / Snijkers, G., Hox, J. and De Leeuw, E. // - Journal of Official Statistics. vol 15, №2, 1999, 185-198pp. Режим доступу: http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/23751/hox_99_interviewer_s%27%20tactics%20for%20fighting%20.pdf

20. Van Ingen E. Nonresponse in the Dutch Time Use Survey: Strategies for Response Enhancement and Bias Reduction. [Текст] / Erik Van Ingen, Ineke Stoop, Koen Breedveld // - Field Methods, February 2009, vol. 21, no. 1, 69-90pp

Надійшла до редакції 18.06.14

M. Sydorov, PhD, Assoc. Prof.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Y. Khodakivska, Student

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

USING PARADATA FOR REGULATING THE LEVEL OF NON-RESPONSE (ESS DATA)

Paradata have potential value to measure and improve the quality of data, as well as to reduce costs in the data collection process, so they are of interest not only for research organizations but for customers, analysts and experts on the methodology of quantitative research. In the paper describes the possibilities to reduce with paradata the non-response level in empirical sociological research case study of ESS, analyzed and classified the reasons for refusal of questioning and ways to avoid them.

Key words. Non-response level, paradata, quality of sociological information

M. Сидоров, канд. физ.-мат. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Ю. Ходаківська, студ.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАРАДАНЫХ ДЛЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ УРОВНЯ НЕОТВЕТОВ (НА ПРИМЕРЕ ESS)

Параданные имеют потенциальную ценность для измерения и улучшения качества данных, а также для сокращения расходов в процессе сбора данных, поэтому они представляют интерес не только для исследовательских организаций, а также для заказчиков исследований, аналитиков и экспертов по методологии количественных исследований. В работе рассматриваются возможности использования параданных для уменьшения уровня не ответов в эмпирических социологических исследованиях на примере исследования ESS, анализируются и классифицируются причины отказа от прохождения опроса и пути их избегания.

Ключевые слова: уровень неответов, параданные, надежность социологической информации.