



Начиная с текущего номера редакция «Социологии 4М» планирует регулярно публиковать дайджест с изложением содержания наиболее интересных статей, опубликованных в свежих номерах ведущих международных журналов, специализирующихся в области социологических методов. На сегодня в список отслеживаемых журналов входят: *Bulletin de méthodologie sociologique*; *Field methods*; *International journal of public opinion research*; *International journal of qualitative methods*; *Journal of survey statistics and methodology*; *Public opinion quarterly*; *Quality and quantity*; *Sociological methodology*; *Sociological methods and research*; *Survey research methods*. Но этот список не исключает появления в дайджесте описания исследований и из других изданий.

Все библиографические описания статей в дайджесте приведены в том формате, который по умолчанию предлагается опубликовавшими их журналами.

Jabkowski, P., & Piekut, A. (2024). Not Random and Not Ignorable. An Examination of Nonresponse to Income Question in the European Social Survey, 2008–2018. *Field Methods*, 36(3), 213–228. <https://doi.org/10.1177/1525822X231194178>

Исследование анализирует причины и последствия отсутствия ответов на вопрос о совокупном чистом доходе домохозяйства в Европейском социальном исследовании (2008—2018 гг.). Авторы выделяют два ключевых фактора, влияющих на избегание ответа: сложность задачи и чувствительность вопроса. Для прогнозирования вероятности отказов от ответа или выбора варианта «Не знаю» среди респондентов с разным уровнем доходов применяется многоуровневая логистическая регрессия. *Результаты показывают, что респонденты с низкими доходами чаще отказываются отвечать на вопрос, тогда как среди респондентов*

с высокими доходами вероятность выбора ответа «Не знаю» или отказа от ответа одинакова. Выявленная корреляция между склонностью к ответу и доходом домохозяйства создает смещение, которое влияет на точность оценок нескольких ключевых показателей, использующих доход как объяснительную переменную. Для снижения риска смещения авторы рекомендуют уменьшать сложность и чувствительность вопроса о доходах, а также учитывать смещение, вызванное отсутствием ответов.

Kowalski, K.C., Perrin, A.J. “I have to pick a percentage now”: indeterminate meanings of moderate survey responses. Qual Quant 58, 3041–3061 (2024). <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01788-4>

Как респонденты приходят к ответам на анкетные вопросы? Практика исследований общественного мнения, как правило, рассматривает установки как дискретные мыслительные процессы, которые могут быть точно зафиксированы с помощью соответствующим образом разработанных инструментов опроса. Но критики бросают вызов традиционной практике исследований общественного мнения, подчеркивая неоднозначность установок и их зависимость от социального контекста. Эти проблемы наиболее актуальны в случае ответов «ни то, ни другое» и средних градаций шкалы, которые исследователи общественного мнения характеризовали как «свалку» для равнодушных, неуверенных, отказавшихся, амбивалентных и других типов ответов. На основе новых данных из 20 когнитивных интервью, проведенных для пилотного исследования ANES 2006 года, авторы исследуют различные значения, которые респонденты придают ответам «ни то, ни другое» и средним градациям, а также стратегии, которые они используют для соотнесения своих рассуждений с этими категориями. Авторы предлагают простую аналитическую схему, которая различает значения, которые респонденты намерены передать, и логику, которую они используют для выбора отве-

тов «ни то, ни другое» и средних градаций. Анализ этих данных эмпирически демонстрирует, как неоднозначность ответов «ни то, ни другое» и средних градаций возникает из сложной когнитивной работы, которую респонденты проводят в отношении гибких значений этих категорий и социальных ожиданий, возникающих в ходе опросного взаимодействия.

Josephs, N., Feehan, D. M., & Crawford, F. W. (2024). A Sample Size Formula for Network Scale-up Studies. *Sociological Methods & Research*, 53(3), 1252-1289. <https://doi.org/10.1177/00491241221122576>

Масштабирование сети (network scale-up, NSUM) — это опросный метод оценки количества индивидов в скрытой или труднодоступной подгруппе населения. В опросах, использующих метод NSUM, респонденты указывают количество своих знакомых как в интересующей субпопуляции (например, «Сколько у вас знакомых работников секс-индустрии?»), так и в контрольных субпопуляциях общей популяции (например, «Сколько у вас знакомых водителей автобусов?»). NSUM широко используется для оценки размера важных социологических и эпидемиологических групп риска, включая мужчин, практикующих секс с мужчинами, секс-работников, ВИЧ-положительных лиц и потребителей наркотиков. В отличие от нескольких других методов оценки численности населения, NSUM требует только одной случайной выборки, и оценщик имеет удобную простую форму. Несмотря на его популярность, нет опубликованных рекомендаций по расчету минимального размера выборки для достижения желаемой статистической точности. Авторы предоставляют формулу размера выборки, которая может использоваться в любом опросе NSUM. Они аналитически и с помощью моделирования показывают, что размер выборки удерживает ошибку на номинальном уровне и устойчив к некоторым формам неправильной спецификации модели сети. Предложенная методика применяется для расчета

минимального размера выборки, достаточного для достижения требуемой точности нескольких опубликованных опросов по технологии NSUM. Авторы обнаруживают, что в большинстве случаев достаточный размер выборки может быть существенно меньше (от 2,5 до 18 раз!) фактически использованного.

Jabkowski, P., Cichocki, P., & Kolczyńska, M. (2024). Kish grid vs birthday procedures: survey refusal rates by the type of within-household selection procedure in the European Social Survey. *Bulletin of Sociological Methodology/ Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 163(1), 77-87. <https://doi.org/10.1177/07591063241258087>

В международных опросах населения преобладают два основных подхода к отбору респондентов внутри домохозяйств: таблицы Киша и процедуры, основанные на дате рождения. Таблицы Киша являются строгим вероятностным подходом, который, как ожидается, должен обеспечивать более качественные выборки. Однако его требование построения полного реестра членов домохозяйства является обременительным и может увеличить количество отказов. В свою очередь, процедуры, основанные на дате рождения, которые не требуют списка членов домохозяйства, могут приводить к меньшему количеству отказов, но за счет более низкого качества выборки. Статья исследует влияние процедур отбора внутри домохозяйства на уровни отказов на основе описания методики 120 национальных выборок девяти раундов Европейского социального исследования (2002—2018 гг.). Устраняя влияние применения стимулов для респондентов, опыта групп интервьюеров и уровня экономического развития страны, авторы обнаруживают, что опросы, использующие таблицы Киша, имеют более высокие уровни отказов до или во время процесса отбора по сравнению с опросами, использующими процедуры, основанные на дате рождения, что предполагает, что использование метода Киша воспринимается как более обременительное

для членов домохозяйства, чем процедуры, основанные на дате рождения. Тем не менее авторы не находят значимой разницы между двумя процедурами отбора в отношении отказов респондентов и общего количества отказов.

Christopher Antoun, Stanley Presser, Open Questions Self-Administered on the Web versus Interviewer-Administered in Person: The 2016 American National Election Study Mode Comparison, Public Opinion Quarterly, Volume 88, Issue 2, Summer 2024, Pages 249–267, <https://doi.org/10.1093/poq/nfae012>

Относительно мало известно о функционировании открытых вопросов в самозаполняемых анкетах по сравнению с заполняемыми интервьюером. Авторы исследуют эту проблему, используя ответы в веб-анкетах и личных компьютеризированных интервью (CAPI) из независимо отобранных выборок Американского национального электорального исследования 2016 года, включавшего следующие вопросы: наиболее важные проблемы, стоящие перед страной; причины предпочтения кандидатов; политические симпатии и антипатии. *Хотя респонденты в интернете давали более короткие ответы с меньшим количеством кодируемых идей, чем респонденты в личных интервью, два способа давали похожие распределения содержательных ответов. Вопреки предположению о том, что ответы на открытые вопросы, записанные интервьюерами, будут более благоприятными по сравнению с ответами из интернета, значимых различий между способами сбора данных не обнаружено. Более того, конструктивная валидность ответов о причинах выбора кандидатов (для предсказания выбора между Клинтон и Трампом) оказалась выше в интернет-опросе, чем в CAPI-интервью.* Полученные результаты ставят под сомнение распространенное мнение о непригодности открытых вопросов для самозаполняемых анкет и свидетельствуют в пользу более активного использования открытых вопросов в веб-опросах.

Matthew DeBell, D Sunshine Hillygus, Daron R Shaw, Nicholas A Valentino, Validating the “Genuine Pipeline” to Limit Social Desirability Bias in Survey Estimates of Voter Turnout, Public Opinion Quarterly, Volume 88, Issue 2, Summer 2024, Pages 268–290, <https://doi.org/10.1093/poq/nfae007>

Задокументировано, что завышение явки избирателей в опросах из-за смещения социально желательных ответов создает угрозу исследованиям политического поведения. В статье сообщается о четырех экспериментах с формулировкой вопросов, разработанных для минимизации этого смещения с использованием «конвейерного» (pipeline) подхода. *В этой методике участники опроса информируют о том, что исследователи могут провести проверку явки для подтверждения их слов. Такой подход снизил самоотчет о явке на 5,7 пунктов в Американском национальном электоральном исследовании 2020 года, что представляет большую часть предполагаемого завышения.* Он также снизил сообщаемую явку на 4 пункта в двух нерепрезентативных выборках. Никакого эффекта не было обнаружено в третьем нерепрезентативном исследовании работников Amazon Mechanical Turk. Проверка данных о явке также подтверждает, что конвейерный подход снизил завышение. Авторы протестировали гетерогенные эффекты для уровня осведомленности и нескольких других переменных, но результаты оказались неубедительными. Конвейерный подход снижает переоценку явки избирателей и дает более точные оценки характеристик избирателей.

Papp, Z., Susánszky, P., & Szabó, A. (2024). Question-Order Effect in the Study of Satisfaction with Democracy: Lessons from Three Split-Ballot Experiments. Sociological Methodology, 54(2), 404-417. <https://doi.org/10.1177/00811750241254363>

Исследование рассматривает эффекты порядка вопросов при измерении удовлетворенности демократией (SWD).

В частности, авторов интересует, влияет ли относительное положение вопроса об удовлетворенности состоянием экономики (SWE) в анкете на ответы на пункт SWD. Авторы провели три независимых split-ballot эксперимента в Венгрии в период с марта 2021 года по май 2022 года. Они сообщают о *значительном негативном эффекте предшествования, который, возможно, приводит к систематическому недооцениванию SWD. Важно отметить, что авторы не обнаружили эффекта порядка вопросов в измерении SWE. Дальнейший анализ также выявляет эффект контраста: когда сначала задается вопрос об SWD, разница между средними значениями SWE и SWD увеличивается. Авторы рекомендуют либо ставить вопрос об SWD перед пунктом об SWE, чтобы избежать смещения, вызванного порядком вопросов, либо рандомизировать порядок вопросов.* Эти результаты должны помочь будущим усилиям по сбору данных (сравнительным или исследованиям внутри одной страны) в разработке и интеграции батареи вопросов об удовлетворенности в анкеты, а также помочь пользователям оценивать качество данных.

Sun, Y., & Zhu, W. (2024). Using Walking Interviews in Migration Research: A Systematic Review of the Qualitative Research Literature. *International Journal of Qualitative Methods*, 23.

<https://doi.org/10.1177/16094069241282931>

В области исследований миграции частота использования качественных пеших интервью в последние годы возросла, что связано с углублением в механизмы конструирования, эволюции и согласования идентичности мигрантов в повседневных пространственных практиках. Этот новый мобильный метод акцентирует внимание на взаимодействии между микроопытом и макроструктурой. Он способствует отходу от восприятия мигрантов как пассивных посторонних, наделяя их боль-

шей активностью, и позволяет исследователям получать более глубокое понимание эмоциональной динамики, жизненного опыта и самоидентификации мигрантов в новых социальных ландшафтах и конфигурациях власти. Данный систематический обзор направлен на оценку, интеграцию и анализ существующих эмпирических данных в качественных исследованиях миграции с использованием пеших/сопровождающих интервью для различных типов мигрантов (определенных как лица, меняющие место обычного проживания внутри страны или за ее пределами, временно или постоянно, по различным причинам). Обзор впервые объединяет знания и идеи из исследований миграции, включающих пешие интервью. Он использует синтез структуры для анализа 24 включенных статей, выявляя пять основных тем: (1) синергия различных исследовательских методов в рамках разных исследовательских проектов; (2) корректировка динамики власти; (3) трехмерная пространственная агентность мигрантов; (4) конструирование идентичности мигрантов; (5) чувство принадлежности к месту или исключение из него. Методическая новизна обзора заключается в признании преимуществ сочетания пеших интервью с другими исследовательскими методами, что позволяет улавливать многомерные аспекты мобильности и дает исследователям гибкость в переключении между методологическими стратегиями и пространственными масштабами. Кроме того, в статье рекомендуется более глубокое изучение миграционного опыта для выхода за рамки преобладающих практических знаний и чуткое внимание к потенциальным этическим проблемам на протяжении всего исследования. *Такое исследование имеет потенциал для раскрытия динамической эволюции агентности, конструирования идентичности и колеблющегося чувства принадлежности у различных мигрантов на протяжении их пути.*

**Paula A Tufiş, Duane F Alwin, Daniel N Ramírez, A Catch-22—
The Test–Retest Method of Reliability Estimation, Journal of
Survey Statistics and Methodology, Volume 12, Issue 4,
September 2024, Pages 1011–1034, [https://doi.org/10.1093/jssam/
smad043](https://doi.org/10.1093/jssam/smad043)**

Статья затрагивает проблемы традиционного подхода к оценке надежности измерений в опросах методом повторного интервью. Используя данные из трех исследований с повторными интервью (или панельных исследований), проведенных General Social Survey, авторы изучают различия между двухэтапным корреляционным подходом, воплощаемым традиционной стратегией повторного интервью, и оценками надежности, учитывающими стабильность черт на основе трехэтапной модели. Полученные результаты свидетельствуют, что выявленные проблемы двухэтапной корреляционной стратегии отражают своего рода «Уловку-22» (замкнутый круг) в том смысле, что единственное решение проблемы отрицается самим подходом. Конкретно, авторы показывают, что правильно заданная двухэтапная модель, включающая потенциальное истинное изменение латентной переменной, является неидентифицируемой, и, следовательно, если исследователь не готов сделать некоторые потенциально рискованные предположения, параметры надежности невозможно оценить. Статья сравнивает двухэтапный корреляционный подход с альтернативной моделью для оценки надежности — оценками Хейса на основе трехэтапной симплексной модели. Используя три волны данных из панелей GSS с интервалом 2 года между волнами, статья исследует условия, при которых корреляции между волнами 1 и 2, которые не учитывают стабильность, аппроксимируют оценку надежности, полученную из трехэтапных симплексных моделей, учитывающих стабильность. Результаты позволяют сделать вывод, что различия между оценками зависят от стабильности и/или неизменной природы задействованных базовых процессов. Практи-

чески нет различий, когда признаки являются фиксированными или высокостабильными, но для признаков, подразумевающих изменения, различия могут быть достаточно велики, и, следовательно, авторы выступают за превосходство дизайнов повторного интервью, включающих более 2 волн, для оценки параметров надежности.

Stanton, J., Ramnarine-Rieks, A., & Sang, Y. (2024). Evaluating Item Content and Scale Characteristics Using a Pretrained Neural Network Model. *Survey Research Methods*, 18(2), 153–165. <https://doi.org/10.18148/srm/2024.v18i2.8240>

Составные шкалы широко используются в социальных исследованиях. Психометрические характеристики таких шкал и их успешное использование частично зависят от формулировок пунктов. В статье демонстрируется использование средств обработки естественного языка (NLP) для разработки пунктов. Показывается, что цифровое представление включаемых пунктов полезно для прогнозирования характеристик шкалы. NLP включает в себя ряд алгоритмических методик для анализа слов, фраз и более крупных единиц письменного языка. Авторы использовали инструменты NLP для создания и анализа семантических обобщений формулировок пунктов для 386 ранее опубликованных составных шкал. *Результаты показали, что семантические представления пунктов связаны с характеристиками шкалы, такими как внутренняя согласованность альфа Кронбаха.*