

DOI: [10.14515/monitoring.2024.4.2549](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549)**В. Б. Звоновский, А. В. Ходыкин****ПРОБЛЕМЫ ДОСТИЖИМОСТИ РЕСПОНДЕНТОВ
В ОПРОСАХ О РОССИЙСКО-УКРАИНСКОМ КОНФЛИКТЕ****Правильная ссылка на статью:**

Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Проблемы достижимости респондентов в опросах о российско-украинском конфликте // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 3—26. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549>.

For citation:

Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2024) Problem of Response Rates in Surveys on the Russian-Ukrainian Conflict. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 3–26. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549>. (In Russ.)

Получено: 28.12.2023. Принято к публикации: 03.05.2024.

ПРОБЛЕМЫ ДОСТИЖИМОСТИ РЕСПОНДЕНТОВ В ОПРОСАХ О РОССИЙСКО-УКРАИНСКОМ КОНФЛИКТЕ

ЗВОНОВСКИЙ Владимир Борисович — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия
E-MAIL: zvb@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

ХОДЫКИН Александр Владимирович — кандидат социологических наук, социолог-аналитик, Фонд социальных исследований, Самара, Россия
E-MAIL: a.khodykin@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0003-0230-5775>

Аннотация. Среди российских социологов развернулась дискуссия насчет возможности проведения опросов в условиях военных действий и в контексте определенных внутривнутриполитических событий. Высказываются предположения об искажениях в получаемых в таких условиях опросных данных из-за систематических смещений выборок и неискренности ответов респондентов. В статье проанализированы изменения в достижимости респондентов после начала военного конфликта. Методы исследования включают анализ параданных телефонных опросов, проведенных Фондом социальных исследований в период с 26 февраля 2022 г. по 7 июля 2023 г., а также анализ массивов телефонных опросов на политическую тематику, содержащих вопросы об отношении к военным действиям, проведенных российскими исследовательскими компаниями и размещенных в открытом доступе.

Полученные оценки показали, что число отказов от участия в опросах на тему российско-украинского конфликта в период во-

PROBLEM OF RESPONSE RATES IN SURVEYS ON THE RUSSIAN-UKRAINIAN CONFLICT

Vladimr B. ZVONOVSKY¹ — Dr. Sci. (Soc.), Professor of the Department of Sociology and Psychology
E-MAIL: zvb@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

Alexander V. KHODYKIN² — Cand. Sci. (Soc.), Sociologist-Analyst
E-MAIL: a.khodykin@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0003-0230-5775>

¹ Samara State University of Economics, Samara, Russia

² Social Research Institute, Samara, Russia

Abstract. Today, Russian sociologists encounter the issue of the possibility of conducting surveys in military conditions and in the context of certain domestic political events. Experts and sociologists suggest distortions in the survey data obtained in such conditions due to systematic sample biases and insincerity of respondents' answers. The article analyzes changes in the response rates after the start of a military conflict. The research methods include an analysis of paradata of telephone surveys conducted by the Social Research Foundation from February 26, 2022, to July 7, 2023 and an analysis of public telephone surveys conducted by Russian research companies on political topics containing questions about attitudes towards military actions.

The obtained estimates showed that the number of refusals to participate in surveys on the Russian-Ukrainian conflict during military actions increased, and the cooperation of respondents decreased. However, this did not happen immediately after the start of the

енных действий возросло, а кооперация респондентов снизилась, однако произошло это не сразу после начала военного противостояния, а только в период после окончания активной мобилизационной кампании (с октября 2022 г.). С одной стороны, вопросы о военных действиях вызывают больше прерываний интервью, чем другие блоки вопросов в анкетах на военно-политическую тематику, с другой — доля прерванных интервью за время военного противостояния не выросла. Половозрастной состав выборок в опросах о российско-украинском конфликте немного смещается в сторону от молодых мужчин к женщинам. Однако это смещение выражено слабо и не может значимо повлиять на результаты исследований. Кроме того, происходящие в структуре выборки изменения имеют компенсаторный характер: если раньше выборки в политических опросах стабильно смещались в сторону преобладания мужчин, то за время конфликта выборки постепенно приближаются к структуре населения по полу, наблюдаемой в данных Росстата (преобладание мужчин при этом сохраняется, но становится чуть менее выраженным). Некоторого сокращения доли молодежи в опросах недостаточно, чтобы значимо повлиять на их результаты. По-видимому, оно связано с резко возросшим уровнем эмиграции, при котором Россию покидали в основном молодые люди.

Ключевые слова: СВО, российско-украинский конфликт, телефонные опросы, достижимость, кооперация респондентов, чувствительные вопросы, отказы, смещение выборки

military confrontation, but only in the period after the end of the active mobilization campaign (since October 2022). On the one hand, questions about military actions cause more interruptions of interviews than other blocks of questions in questionnaires on military and political topics. On the other hand, the share of interrupted interviews did not increase during the military confrontation. The age and gender composition of samples in surveys on the Russian-Ukrainian conflict shifts slightly from young men to women. However, this shift is weakly expressed and cannot significantly affect the results of the studies. In addition, the changes in the sample structure are compensatory in nature: if earlier samples in political surveys steadily shifted towards men, then during the conflict the samples gradually approach the population structure by gender observed in the Rosstat data (the predominance of men remains but becomes slightly less pronounced). A slight reduction in the share of young people in the surveys is not enough to significantly affect their results. Apparently, it is associated with a sharp increase in level of emigration, in which mainly young people left Russia.

Keywords: Special Military Operation, Russian-Ukrainian conflict, telephone surveys, response rates, cooperation of respondents, sensitive questions, sample bias

Введение

Тема вооруженных конфликтов часто оказывается чувствительной для респондентов из участвующих в них стран из-за социального и/или государственного давления на участников опросов и общей напряженности в переживающем во-

енное противостояние обществу [Pechenkina, Bausch, Skinner, 2018]. Сенситивность для россиян темы конфликта с Украиной вызвана, среди прочего, принятием законов, криминализирующих антивоенную позицию («о фейках о ВС РФ», «о дискредитации армии» и др.), и формированием в обществе «спирали молчания» по Э. Ноэль-Нойман, в наибольшей степени побуждающей противников вооруженного противостояния отказываться от высказывания собственной позиции [Звоновский, Ходыкин, 2023]. В результате социологи сталкиваются с угрозой систематического смещения выборок в сторону большей представленности в опросах сторонников решений действующей власти [Charpovski, Schaub, 2022]. Проблема состоит в невозможности с удовлетворительной точностью контролировать смещение выборок по политическим взглядам респондентов, поскольку отсутствуют данные о распределении взглядов тех, кто систематически отказывается от участия в опросах, и нет статистического эталона распределения политических позиций россиян, с которым можно было бы сравнить результаты опросов. Однако есть данные статистики о поле, возрасте и типе населенного пункта для всех жителей РФ. Сравнивая социально-демографические показатели участников опросов с показателями общероссийской статистики, можно получить меру смещений выборок по социально-демографическим характеристикам и выяснить, насколько легко достигаются те или иные группы. Систематические отклонения в достижимости различных групп респондентов можно считать признаком систематических смещений выборок, ставящих под сомнение их репрезентативность. Поэтому проблема достижимости всех социальных групп в массовых опросах приобретает определяющее значение для репрезентативности их результатов.

Снижение уровня достижимости респондентов, связанное с уменьшением значимости для людей участия в социологических исследованиях, в последние десятилетия стало общемировой проблемой массовых опросов, проводимых различными методами [Abraham, Maitland, Bianchi, 2006; Brick, Williams, 2013]. Телефонные опросы по сравнению с другими методами проведения интервью имеют свои недостатки (выше уровень отказов, высокая вероятность контакта с респондентами в неудобное для них время) и преимущества (ниже цена, меньше влияние эффекта интервьюера, лучшие возможности для широкого охвата территорий) [Звоновский, 2012]. Наше недавнее обзорное исследование позволило прийти к выводу, что «значительная географическая дисперсия российского населения делает именно телефонные опросы наиболее адекватным способом сбора опросной информации, особенно если речь идет о репрезентации всей генеральной совокупности» [Звоновский, Григорьева, Соловьева, 2019: 135]. В представленной статье проанализированы в основном телефонные опросы, поскольку и авторы, и большинство российских социологов, исследующих вооруженный конфликт с Украиной, собирают данные именно таким методом.

Гипотезы исследования:

1) Число отказов от участия в опросах на политическую тематику¹ после начала военных действий увеличилось по сравнению с довоенным периодом. Сенситив-

¹ До 24 февраля 2022 г. эти опросы включали широкий спектр политических тем: от измерений рейтингов политиков до готовности к участию в протестах, после 24 февраля 2022 г. исследуемые здесь опросы содержат вопросы на тему военных действий в Украине.

ность темы снижает готовность ее обсуждать, что проявляется в увеличении числа отказов от участия в опросах и снижении кооперации респондентов [Мягков, 2024]. Поскольку опасение обсуждать тему конфликта неравномерно распределено между его сторонниками и противниками, это создает угрозу систематического смещения выборок и ставит под сомнение их репрезентативность. Наши исследования показали, во-первых, некоторое смещение выборки проведенного нами с 28 февраля по 1 марта 2022 г. опроса в сторону аудитории провластных каналов на YouTube, во-вторых, наличие «спирали молчания», по данным на июль 2023 г., воздействовавшей в большей степени на противников конфликта [Звоновский, Ходыкин, 2024]. Относительно динамики отказов от участия в опросах среди социологов развернулась дискуссия. С одной стороны, исследователи из компании «Russian Field» выявили в своих опросах рост числа отказов и прерванных интервью после начала военных действий в опросах на тему военного противостояния². С другой стороны, в целях выявить изменения готовности участвовать в политических опросах после начала конфликта «Левада-Центр»³ провел эксперимент, повторно опросив респондентов 2021 г. по ключевым политическим вопросам. Эксперимент показал, что ни достижимость, ни мнения респондентов после начала боевых действий значительно не изменились⁴. Однако, как отмечает Уильям Рейзингер с соавторами, политические опросы стали деликатными задолго до 2022 г.: еще в 2015—2018 гг. отмечалась повышенная настороженность респондентов из-за страха перед репрессиями [Reisinger, Zaloznaya, Woo et al., 2023]. Поэтому самоотбор респондентов в 2021 г. уже мог быть высоким.

2) После начала военных действий выросло число прерванных интервью в опросах на тему российско-украинского конфликта. Уровень кооперации респондентов снижается под влиянием роста числа отказов (см. гипотезу 1) и прерываний интервью. Как отмечено выше, социологи из «Russian Field» фиксируют увеличение числа прерванных интервью в своих опросах на тему вооруженного конфликта с Украиной. Методические исследования показывают, что кооперация влияет на результативность телефонных опросов сильнее, чем техническая недоступность респондентов [Рогозин, 2006]. В то же время кооперация респондентов в наибольшей степени воздействует на репрезентативность результатов опроса [Elder, 1992].

3) После начала военных действий в посвященных им опросах выборки стали смещаться по социально-демографическим параметрам: пол, возраст, округ и т. п. Такие смещения говорят о снижении репрезентативности результатов опросов [Рогозин, 2004]. У разных групп населения различна вероятность быть призванными в армию против своей воли: для молодежи и мужчин она выше, чем для женщин и людей старшего поколения. У людей из малых населенных пунктов и беднейших регионов страны вероятность попасть на фронт выше, чем у жителей столиц [Звоновский, Ходыкин, 2022]. Поэтому можно предположить, что люди

² «Специальная военная операция» на Украине: отношение россиян. Третья волна (13—16 марта) // Russian Field. URL: <https://russianfield.com/beregiterossiy> (дата обращения: 23.12.2023).

³ Здесь и далее * означает российское юридическое лицо, признанное выполняющим функции иностранного агента.

⁴ Готовность участвовать в опросах: результаты эксперимента // Левада-Центр*. 2022. 14 июня. URL: <https://clck.ru/34W96A> (дата обращения: 23.12.2023).

из групп большего риска (мужчины, молодежь, сельчане) чаще предпочитают уклониться от участия в обсуждении военных действий. Кроме того, уровень поддержки военных действий зависит от социально-демографической группы, особенно велики различия по возрасту: молодежь реже поддерживает военное противостояние⁵. В условиях государственного и общественного давления на противников военных действий можно предположить, что молодежь как наиболее настроенная против военных действий, но при этом чаще других рискующая попасть на фронт группа, реже будет соглашаться на участие в опросах на тему российско-украинского конфликта.

Материалы и методы исследования

Анализ основан на материалах проведенных российскими исследовательскими компаниями массовых телефонных опросов, репрезентирующих взрослое население России по федеральным округам, полу и возрасту. Для получения результатов использовались две группы источников данных:

1) параданные телефонных опросов на тему российско-украинского конфликта, проведенных Фондом социальных исследований (ФСИ) в период с 26 февраля 2022 г. по 7 июля 2023 г.;

2) массивы телефонных опросов на политическую тематику, проведенных российскими исследовательскими компаниями и содержащих вопросы о российско-украинском конфликте.

Смещение социально-демографических параметров выборки

Рассмотрим выборки опросов на тему российско-украинского конфликта на предмет систематических смещений по социально-демографическим показателям. Начнем с пола и возраста, по которым статистические данные наименее дискуссионны. В опросах использовались случайные выборки⁶ и не предусматривалось их квотирование. Изменения в структуре случайной выборки могут быть результатом смещения, то есть систематической ошибки, вызванной какой-то внешней причиной. После объявления в России мобилизации многие россияне оказались под угрозой попасть на фронт против своей воли. Этот риск различен в разных социально-демографических группах. Можно предположить, что более высокая вероятность личного вовлечения в боевые действия побуждает респондентов с большим опасением относиться к участию в опросах общественного мнения. Проанализируем социально-демографические характеристики участников опросов⁷, проведенных различными компаниями, и сравним их динамику в ее связи с главными военными событиями.

Для анализа динамики российского общественного мнения о военных действиях наиболее важны два события: 1) мобилизация государственной пропаганды

⁵ Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Год СВО: как менялось восприятие конфликта с Украиной в российском общественном мнении // Аналитический обзор. 2023. URL: <https://t.me/TheBellIV/112> (дата обращения: 19.12.2023).

⁶ Единственное исключение здесь составляют измерения, проведенные компанией «Russian Field». В качестве источника для формирования стартовой выборки они использовали не случайную генерацию телефонных номеров на основании данных о диапазонах номеров, распределенных Минцифры РФ между провайдерами телефонной связи в России, а базы данных, сформированные на основе разных сервисов вроде «Авито», «Озона» и пр.

⁷ Все опросы проведены методом телефонного интервью (CATI).

с начала марта 2022 г., позволившая значительно увеличить уровень поддержки интервенции в Украину, и 2) объявленная 21 сентября того же года мобилизация россиян на фронт. Для того чтобы увидеть влияние этих двух событий на готовность участвовать в опросах, результаты исследований общественного мнения объединены нами в три группы: 1 — результаты опросов в начале конфликта; 2 — данные, собранные до объявления мобилизации; и 3 — опросы после объявления мобилизации (см. табл. 1). Объемы выборок всех исследуемых опросов представлены в Приложении 1.

Таблица 1. Суммарное описание выборок опросов различных компаний в исследуемые периоды

Организация	Название периода	Даты опросов периода	Суммарный объем выборок	Кол-во мужчин 18—29 лет	Кол-во мужчин	Кол-во женщин
ФСИ	Начало конфликта	28 фев.— 1 мар. 2022	1642	9%	54%	46%
	До мобилизации	10 мар.— 10 сен. 2022	18694	8%	52%	48%
	После мобилизации	21 сен. 2022— 7 июля 2023	11179	7%	50%	50%
Хроники	Начало конфликта	28 фев.— 2 мар. 2022	1807	8%	53%	47%
	До мобилизации	10 мар.— 5 июля 2022	8454	7%	50%	50%
	После мобилизации	10 окт. 2022— 22 окт. 2023	5486	6%	50%	50%
ВЦИОМ	Начало конфликта	25—27 фев. 2022	3200	9%	54%	46%
	До мобилизации	17 мар.— 13 авг. 2022	9600	7%	52%	48%
	После мобилизации	1 окт. 2022— 1 апр. 2023	6402	7%	49%	51%
Russian Field	Начало конфликта	26—28 фев. 2022	2022	10%	52%	48%
	До мобилизации	5 мар.— 31 июля 2022	11282	10%	51%	49%
	После мобилизации	29 сен. 2022— 29 окт. 2023	10027	8% ⁸	46%	54%

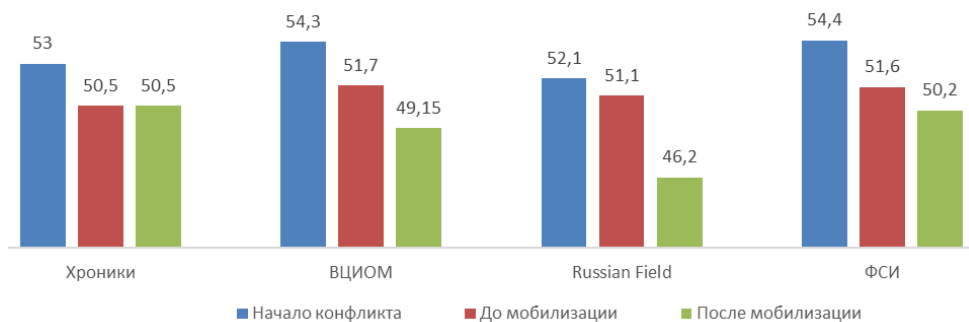
По актуальным на время проведения упомянутых опросов данным Росстата за 2021 г., соотношение взрослых мужчин и женщин составляло примерно 45 % к 55 %. Однако выборки опросов всех компаний смещены в сторону гендерного баланса (то есть соотношение мужчин и женщин близко к 50 % на 50 %). В опросах проекта «Хроники» доля мужчин в среднем по всем волнам составила 51 %, в ежедневном проекте ВЦИОМ «Спутник» — 52 %, у «Russian Field» — 50 %, у Фонда социальных исследований — 52 % (см. рис. 1). То есть выборки стабильно оказываются немного смещенными в сторону преобладания мужчин. Согласно данным, представленным на Грушинской конференции ВЦИОМ социологом Фонда «Обществен-

⁸ В 9-й волне опроса, проводившейся с 29 сентября по 1 октября 2022 г., группа 18—29 лет заменена группой 18—26 лет. Во всех остальных волнах опроса исследованы группы 18—29 лет.

ное мнение» Тимуром Османовым⁹, ФОМ также зарегистрировал значимое увеличение доли мужчин (на 3—5 п. п.) в выборочной совокупности, собираемой в ходе ежедневного телефонного опроса. Как видим, мужчины в целом несколько чаще женщин готовы участвовать в телефонных социологических опросах на политическую тематику, содержащих вопросы на тему российско-украинского конфликта.

Однако в период военных действий смещение в сторону мужчин постепенно снижалось. В опросах ВЦИОМ доля мужчин значимо¹⁰ сократилась с 54 % в опросах сразу после начала боевых действий до 49 % после объявления мобилизации. В опросах Фонда социальных исследований она снизилась за этот же период с 54 % до 50 % (см. рис. 1). Видимо, можно говорить о накопительном эффекте событий, повлиявших на плавное снижение доли мужчин, поскольку разница значима только между опросами в начале боевых действий и проведенными после мобилизации: в период до мобилизации доля мужчин в опросах ВЦИОМ и ФСИ номинально ниже, чем в начале конфликта, и выше, чем после мобилизации, но эти различия незначимы. Возможно, мы имеем дело с плавным трендом, у которого монотонная незначительная динамика с неслучайными, но слабыми изменениями. В выборках «Russian Field» доля мужчин статистически значимо снизилась после объявления мобилизации: с 51 % до 46 %. У «Хроники» значимой гендерной динамики не обнаружено.

Рис. 1. Суммарные доли мужчин в опросах различных компаний в исследуемые периоды (массивы не взвешены, в %, 2022—2023 гг.). Данные получены как средние по всем выборкам исследуемой компании в приведенный период



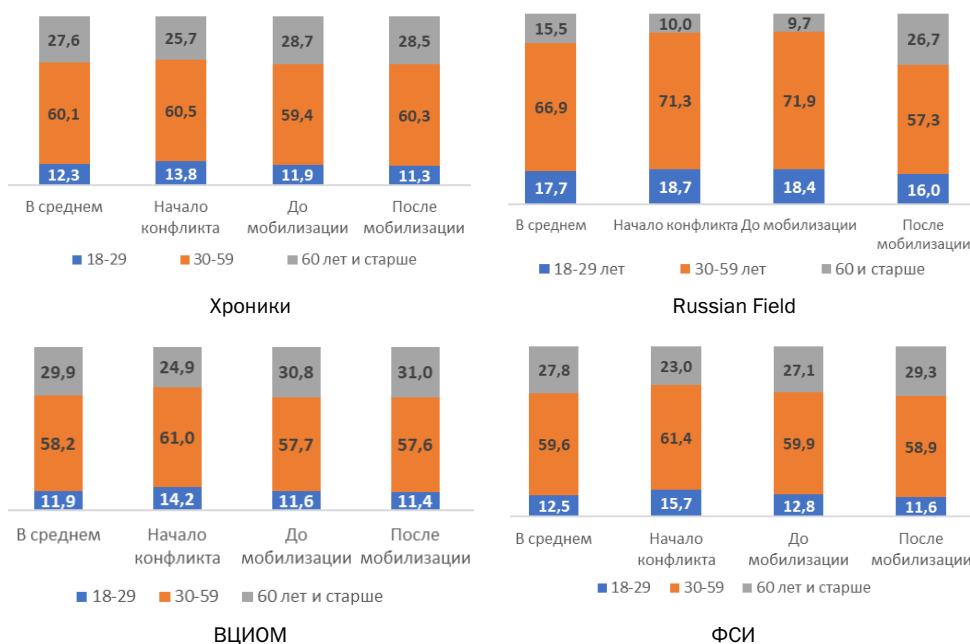
Выборки всех компаний имеют небольшие возрастные смещения. По актуальным на момент проведения опросов данным Росстата, доля граждан в возрасте от 18 до 29 лет включительно составляла примерно 16 % от взрослого населения России. Опросы, проведенные ВЦИОМ, проектом «Хроники» и Фондом социальных исследований, во время российско-украинского конфликта содержат немного меньшие доли молодежи — 12 %, 12 % и 13 % соответственно (см. рис. 2). У «Russian Field» недостатка в молодежи нет (18 %), однако имеется значитель-

⁹ См. Доклад Тимура Османова на XIII Грушинской конференции. URL: <https://conf.wciom.ru/materialy-konferencii/2023/section/section-24> (дата обращения: 09.12.2023).

¹⁰ Здесь и далее значимость различий измерена методом Z-теста для независимых выборок с доверительным интервалом 95 %.

ная нехватка респондентов старше 60 лет (16% вместо 27% по статистике Росстата) — перекося выборку в сторону более молодого населения компании удалось исправить только в опросах после мобилизации. Доля самых старших респондентов в опросах ВЦИОМ и ФСИ выросла сразу после начала конфликта (у ВЦИОМ — с 25% до 31%, у ФСИ — с 23% до 27%). Мобилизация на изменение возрастного состава респондентов не повлияла. По данным Фонда «Общественное мнение», доля младшей возрастной группы статистически значимо (на 2—3 п. п.) уменьшилась после начала военных действий, а затем еще на 3—4 п. п. после начала мобилизации, в то время как доля мужчин в выборочной совокупности статистически значимо возросла (на 3—5 п. п.) сразу после начала интервенции¹¹.

Рис. 2. Суммарные доли возрастных групп в опросах различных компаний в исследуемые периоды (массивы не взвешены, в %, 2022—2023 гг.)

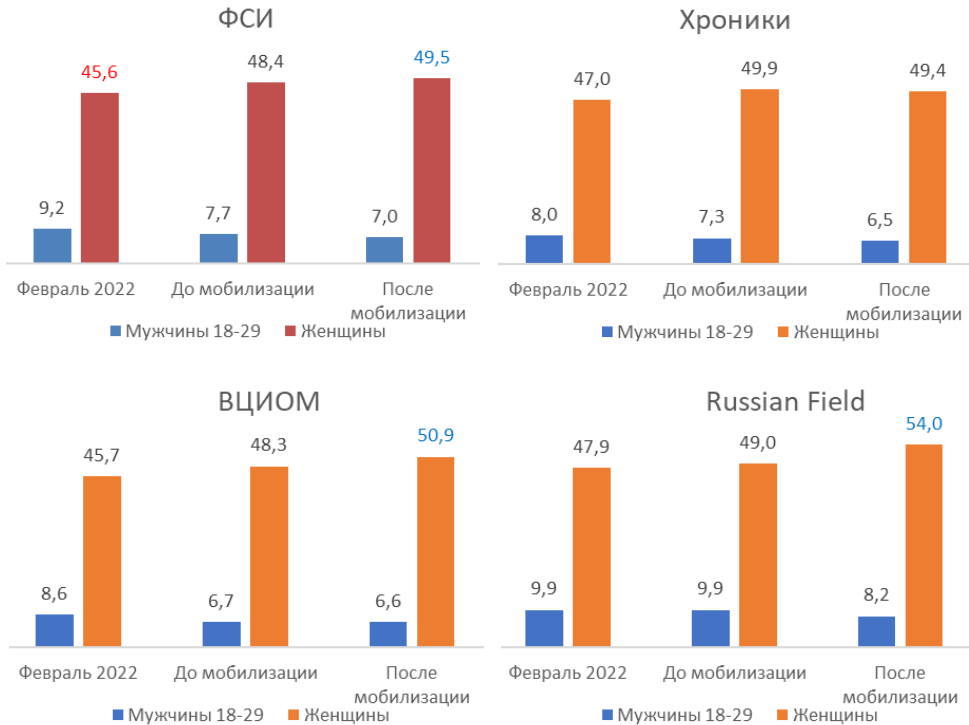


Для измерения смещений, связанных с неравным риском попасть на фронт у различных групп, проанализируем динамику представленности в выборках двух полярных по риску быть призванными групп: 1) мужчин 18—29 лет, имеющих наибольшие шансы быть призванными в воюющую армию, и 2) женщин, которые за редким исключением не рискуют быть мобилизованными. Как видно на рисунке 3, доля женщин в опросах ВЦИОМ, ФСИ и «Russian Field» постепенно возрастает (здесь и далее значимые различия окрашены цветом). В то же время доли самых молодых мужчин в опросах всех компаний номинально снижаются, однако это снижение не значимо из-за слабой выраженности изменений и малого коли-

¹¹ См. Доклад Тимура Османова на XIII Грушинской конференции. URL: <https://conf.wciom.ru/materialy-konferencii/2023/section/section-24> (дата обращения: 09.12.2023).

чества мужчин-респондентов 18—29 лет (см. табл. 1). Возможно, здесь мы также наблюдаем плавный тренд, имеющий монотонную, но незначительную динамику с неслучайными и при этом слабыми изменениями. Иными словами, тенденция на снижение доли молодых мужчин если и есть, то слишком слаба, чтобы обрести статистическую значимость в нашем исследовании.

Рис. 3. Суммарные доли мужчин 18—29 лет и женщин в опросах различных компаний в исследуемые периоды (массивы не взвешены, в %, 2022—2023 гг.)



Таким образом, во время военных действий выборки постепенно смещаются от младших к старшим возрастным группам и от мужчин к женщинам. Однако эти смещения хоть и значимы, но невелики и недостаточны для того, чтобы повлиять на достоверность полученных в опросах данных. Помимо чувствительности для молодежи военной тематики возрастные смещения могут быть связаны с резко выросшим в 2022 г. уровнем эмиграции, когда страну покидают в основном молодые люди. Значимого влияния риска попасть на фронт на половозрастную структуру выборок опросов на тему российско-украинского конфликта не выявлено.

Динамика отказов и кооперации респондентов

Важным показателем готовности потенциальных респондентов участвовать в опросах является коэффициент кооперации. Он рассчитывается как «отношение опрошенных ко всем единицами наблюдения, удовлетворяющим условиям

выборки, с которыми удалось связаться» [Звоновский, 2007: 39]. Чем выше его значение, тем чаще люди соглашаются на интервью и доводят его до конца. Формула для расчета коэффициента кооперации такова:

$$\frac{I}{(I+P)+R+O} = COOP,$$

где I — успешные интервью, P — прерванные интервью, R — отказы, O — другие случаи, когда состоялся контакт с респондентом, но не удалось провести успешное интервью.

Проследим изменения кооперации респондентов на материалах опросов, проведенных Фондом социальных исследований. Обобщая данные, мы исследуем динамику изменения кооперации респондентов на протяжении пяти основных для изменения российского общественного мнения периодов: 1) до начала боевых действий (опрос 1—13 февраля 2021 г., $N=1038$) 2) начало боевых действий (опрос 28 февраля — 1 марта 2022 г., $N=1642$), 3) до мобилизации (опросы с 10 марта по 10 сентября 2022 г., суммарный объем выборок — 18 694), 4) во время мобилизации (опросы с 21 сентября по 1 октября 2022 г., суммарный объем выборок — 2802) и 5) после мобилизации (опросы с 6 октября 2022 г. по 7 июля 2023 г., суммарный объем выборок — 8377) (см. табл. 2).

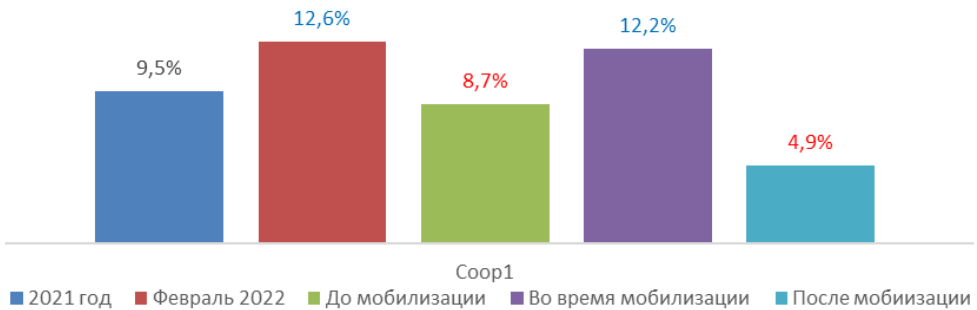
Таблица 2. Доли различных причин недостижимости в их общем массиве в среднем по всероссийским телефонным опросам 2022 и 2023 гг.

	2021 год	Февраль 2022	До мобилизации	Во время мобилизации	После мобилизации
Успешные, прерванные, отказы	10954	13067	213969	23035	171127
	100%	100%	100%	100%	100%
Успешные	1038	1642	18694	2802	8377
	9,5%	12,6%	8,7%	12,2%	4,9%
Прерванные	753	512	6945	1039	3134
	6,9%	3,9%	3,2%	4,5%	1,8%
Отказы	9163	10913	188330	19194	159616
	83,6%	83,5%	88,0%	83,3%	93,3%

Для расчета коэффициента кооперации (COOP1) подставим представленные в таблице 2 данные в приведенную выше формулу. На рисунке 4 показано, что кооперация респондентов в самом начале конфликта (февраль 2022 г.) выросла по сравнению с предыдущим годом главным образом за счет снижения числа прерванных интервью с 7% до 4%. Вероятно, актуализировавшаяся военно-политическая тема вызвала интерес у согласившихся ее обсуждать. С марта 2022 г. и до объявления мобилизации кооперация снизилась с 13% до 9% за счет значимого роста доли отказов при стабильном уровне прерываний интервью. В это время уже определились группы готовых и неготовых проходить опросы на тему

военных действий, и те, кто не желал отвечать на такие вопросы, стали отказываться от интервью в самом его начале. Во время мобилизационной кампании показатели кооперации респондентов вернулись на уровень февраля 2022 г.: респонденты стали реже отказываться от интервью (доля отказов снизилась с 88 % до 83 %) и несколько чаще прерывать их (доля прерванных анкет выросла с 3 % до 5 %). При этом опросы во время мобилизационной кампании отличались от всех остальных малыми выборками и длиной анкеты: опрошены были по 1000 и 800 человек, тогда как в обычных опросах выборка чаще всего составляет около 1600 респондентов, а средняя длина анкеты в период мобилизации была около 5 минут, тогда как в остальных опросах она в среднем около 12 минут. Поэтому рост прерываний при вдвое сниженной длине анкет, вероятно, связан с усилением чувствительности военно-политической тематики в мобилизационный период. Снижение доли отказов может быть объяснено либо усилением интереса к резко актуализировавшейся теме (как это было в начале военных действий), либо особенностями этих трех волн опросов (меньшие выборки и анкеты, которые короче остальных вдвое). После мобилизационной кампании кооперация респондентов упала до 5 % за счет увеличения средней доли отказов на 10 п. п. до 93 %, то есть после мобилизации россияне значительно реже стали соглашаться обсуждать военно-политическую тематику в телефонных опросах. Иными словами, предполагавшийся нами рост доли отказов и снижение кооперации в целом отмечены в периоды с марта по сентябрь 2022 г. и с октября 2022 г. с перерывом на мобилизационную кампанию, во время которой доля отказов снизилась, а кооперация выросла.

Рис.4. Динамика коэффициента кооперации (COOP1) по данным общероссийских опросов в РФ (массивы не взвешены, ФСИ, 2022—2023 гг.)



На протяжении 2022 г. в телефонных опросах ВЦИОМ постепенно снижалось количество набираемых номеров, необходимое для получения одной успешной анкеты, т. е. достигать респондента постепенно становилось несколько легче. В январе 2022 г. в рамках ежедневного опроса «Спутник» каждый день набиралось в среднем 95499 номеров, а успешных интервью было 1609, т. е. для получения одного успешного интервью приходилось совершать в среднем 59 звонков. В августе 2022 г. количество наборов составило 84052 при числе успешных 1607 (52 звонка на одну успешную анкету), в декабре — 80602 при 1608 успешных (50 звонков на одно успешное интервью). Как видим, число неуспешных контактов, —

а значит, скорее всего, и отказов, — плавно снижалось. Однако это данные по всем опросам, не обязательно связанным с политикой и военными действиями. То есть данные показывают, что в целом готовность участвовать в опросах на различные темы у россиян после начала военных действий, как минимум, не снизилась. ФОМ также не выявил роста числа отказов в квартирных опросах на разные темы после начала российско-украинского конфликта. После объявления мобилизации число отказов значимо, но слабо выросло, что позволило представителям ФОМ сделать вывод: «СВО влияет на результаты опросов, но это влияние не очень существенное»¹². Они полагают¹³, что снижение кооперации респондентов началось еще до военных действий и отражает длительный процесс ослабления мотивации к участию в опросах, если и усиленного военным противостоянием, то в незначительной степени. Количество отказов в телефонных опросах «Russian Field» на военно-политическую тематику сильно различается от волны к волне (возможно, это связано с особенностью формирования баз контактов), однако общего тренда изменения числа отказов не прослеживается¹⁴.

Василий Токарев проанализировал параданные ежедневного всероссийского телефонного опроса от ВЦИОМ на злободневные темы жизни страны, не всегда связанные с военными действиями: исследована часть выборки этого омнибуса, выполненная Южным исследовательским центром, — это в абсолютном большинстве случаев столичные регионы (Москва, Санкт-Петербург и их области). Выявлены плавное устойчивое снижение коэффициента кооперации и столь же устойчивый рост числа отказов за весь период российско-украинского конфликта¹⁵. Иными словами, жители столичных регионов всё менее охотно участвуют в опросах, даже не обязательно связанных с военно-политической тематикой.

Екатерина Козыренко приводит результаты анализа недостижимости респондентов по итогам проводимого «Левада-Центром»* ежемесячного опроса «Курьер» по месту жительства респондентов. Она показывает, что основной вклад в невозможность опросить человека («в среднем около 70 %) вносит недостижимость, не связанная с респондентом и его мотивацией». В числе недостижимостей преобладают ситуации, «когда либо никого нет дома, либо отсутствует нужный респондент (48—50 %), и «отказ открыть дверь интервьюеру из соображений общей безопасности (19 %)»¹⁶. Отказы от интервью конкретного респондента, отобранного по процедуре, в 2021 г. составили 10 % общей недостижимости, в 2022 г. они выросли до 12 %, причем максимальная их доля была в марте-апреле 2022—14 %. «Абсолютное большинство таких отказов, за исключением 1—2 %, происходят в самом начале интервью и связаны с занятостью респондента (ответы „у меня нет времени“, „занят“, „плохо себя чувствую“, „ребенок плачет“ и т. п.)». При этом во время мобилизационной кампании уровень отказов резко вырос на 8 п.п., однако после ее активной фазы вернулся к прежним значениям.

¹² См. доклад Алексея Чурикова на XIII Грушинской конференции: <https://conf.wciom.ru/materialy-konferencii/2023/section/section-24> (дата обращения: 09.12.2023).

¹³ См. доклад Тимура Османова там же.

¹⁴ См. доклад Екатерины Нойкиной там же.

¹⁵ См. доклад Василия Токарева там же.

¹⁶ Козыренко Е. О недостижимости и прерванных интервью // Левада-Центр*. 2022. 15 ноября. URL: <https://www.levada.ru/2022/11/15/o-nedostizhimosti-i-prervannyh-intervyu/> (дата обращения: 25.12.2023).

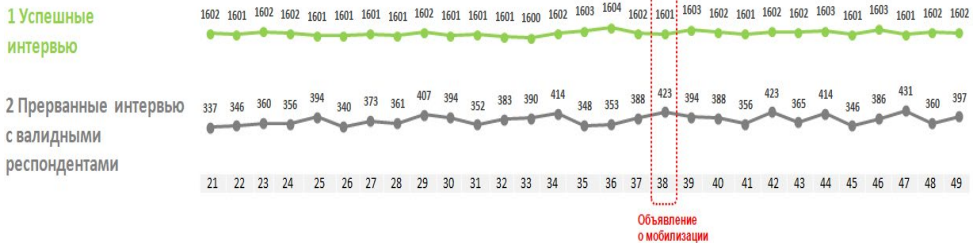
Данные опросов ФСИ показывают, что, с одной стороны, кооперация респондентов на тему российско-украинского конфликта снизилась после мобилизационной кампании преимущественно за счет увеличения числа отказов от участия в опросах, однако при этом снизилась доля прерванных интервью в тот период. Данные других компаний показывают небольшое, но значимое снижение кооперации респондентов в опросах на военно-политическую тематику, проведенных в период военных действий. В опросах на разные темы в этот же период данные противоречивы: с одной стороны, у ВЦИОМ показатели не изменились, с другой стороны, ФОМ зафиксировал некоторое снижение кооперации на всероссийских выборах, а Южный исследовательский центр обнаружил такое снижение на выборках ВЦИОМ по столичным регионам. «Левада-Центр»* получил существенный рост числа отказов в опросах по месту жительства только в период активной мобилизационной кампании, после чего показатели вернулись к прежним значениям. Таким образом, в целом можно говорить о значимом снижении кооперации респондентов в телефонных опросах о военных действиях, главным образом в период после мобилизации. Динамика кооперации респондентов в телефонных опросах по сравнению с опросами по месту жительства респондента в меньшей степени подвержена резким колебаниям в период мобилизационной кампании, но имеет больший потенциал формирования трендов на длинных промежутках времени.

«Осыпание выборки» в ходе опроса: анализ динамики прерываний интервью

Прерванными интервью мы называем такие, где респондент дал согласие, успешно прошел скрининг, ему был задан хотя бы один вопрос по теме интервью, но от него не получен ответ на последний вопрос анкеты. Другими словами, это все интервью между «отказами» и «успешными», и их можно рассматривать как вариацию отказа от интервью. Ситуации, когда интервью начато, но не закончено, могут происходить по техническим или бытовым причинам (обрыв связи, плохая слышимость или внезапно проснувшийся ребенок), однако могут быть и следствием дискомфорта от темы опроса или неготовности отвечать на задаваемые вопросы. Если вопросы интервью воспринимаются респондентами как некомфортные и сенситивные, количество прерванных интервью возрастает. На базе наших опросов мы сравнили доли прерванных интервью от общего числа начавших опрос (успешно прошедших скрининг). Телефонные опросы ФСИ показывают противоречивую связь доли прерываний с военными событиями: с одной стороны, доля прерванных интервью предсказуемо выросла во время мобилизации, с другой стороны, после мобилизационной кампании она стала ниже, чем в любые другие периоды, хотя доля отказов в это время, наоборот, выросла. При этом важно отметить, что на выявленную динамику прерываний в большей степени влияют особенности каждой конкретной анкеты: ее длина, качество формулировок вопросов и специфика исследуемых признаков.

ВЦИОМ в ходе ежедневных опросов «Спутник» на протяжении 2022 г. не выявил значимой динамики прерываний. Как видим на рисунке 5, доля прерванных интервью колебалась в очень узком диапазоне. Однако это касается опросов на различные темы, не обязательно посвященные военным действиям.

Рис. 5. Динамика прерванных интервью в ходе ежедневных опросов «ВЦИОМ-Спутник» по неделям в 2022 г.¹⁷



Данные, приведенные Е. Козыренко, также показывают, что прерывание интервью происходит в 1,3—1,4 % контактов, и этот показатель практически не меняется со временем¹⁸. Само по себе столь небольшое число прерываний не может повлиять на распределение изучаемых переменных. Как видим, и в случае телефонных, и в случае личных интервью доля прерываний невелика и не изменилась под влиянием военных событий. Однако это касается опросов в целом, проводимых на различные темы.

О чувствительности темы опроса как причине неготовности респондентов проходить анкету до конца можно говорить в том случае, когда на посвященных исследуемой теме вопросах прерывается значительно больше интервью, чем на вопросах на другие темы, т. е. когда вопросы на исследуемую тему вызывают скачки прерванных интервью (при этом мы понимаем, что такие скачки могут быть связаны не только с темой вопросов, но и с их длиной или качеством формулировки). Если же число участников опроса снижается постепенно, мы скорее всего, имеем дело с техническими проблемами и банальной усталостью респондентов, монотонно нарастающей с каждым следующим вопросом.

Прослушивание аудиозаписей интервью показывает, что чаще всего респонденты отказываются отвечать из-за того, что считают себя недостаточно компетентными для суждений по теме опроса. Поэтому наибольшие потери возникают на первых вопросах интервью, когда респонденты решают уклониться от неинтересной для них темы разговора. Если же вопросы не касаются тем, в которых значимое число респондентов чувствуют себя некомпетентными, количество прерываний на этих вопросах остается умеренным. Лучше всего это можно увидеть на осыпании выборки в ходе сентябрьского опроса, проведенного ФСИ до мобилизации. Интервью началось с вопросов о материальном благополучии респондентов, продолжилось вопросами об экономической ситуации в стране и влиянии санкций, о популярных источниках информации об экономике и политике и лишь примерно в середине опроса был задан первый вопрос о военных действиях. И сразу же доля прерванных интервью подскочила с 18 % до 29 %. На втором во-

¹⁷ Источник: иллюстрация взята из презентации доклада руководителя Методлаборатории ВЦИОМ Олега Оберемко на заседании научного совета ВЦИОМ в декабре 2022 г. (публикуется с разрешения автора).

¹⁸ Козыренко Е. О недостижимости и прерванных интервью // Левада-Центр*. 2022. 15 ноября. URL: <https://www.levada.ru/2022/11/15/o-nedostizhimosti-i-prervannyh-intervyu/> (дата обращения: 25.12.2023).

просе по данной теме — до 31 %. После этого прерывания накапливались плавно. До прощания с интервьюером не дотянул 41 % от начавших интервью (см. рис. 6). Три четверти потерь пришлось на начало обсуждения конфликта. Можно предположить, что из беседы выпадали респонденты, неготовые обсуждать данную тему, но скорее не по причине своего какого-то определенного — позитивного или негативного — отношения к ней, а как раз по причине его отсутствия.

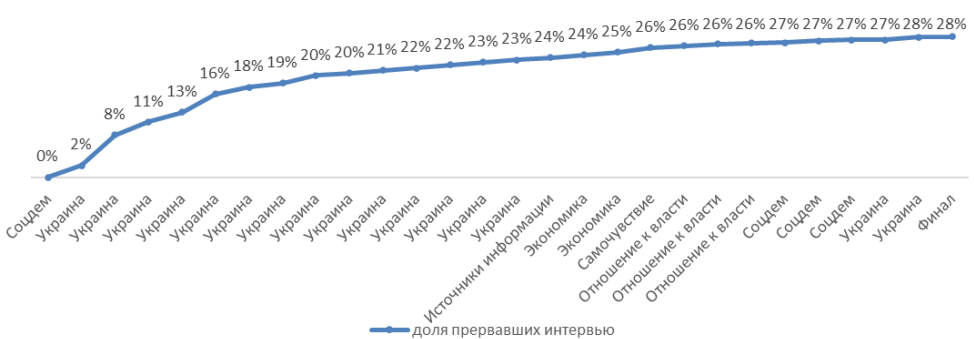
Рис. 6. «Осыпание» выборки в ходе телефонного интервью от конца скрининга до конца интервью (массивы не взвешены, ФСИ, 6—10 сентября 2022 г., N = 1600)



Если сравнить распределение полученных ответов у тех, кто интервью закончил, с ответами тех, кто его прервал, то единственное значимое отличие, и то лишь по сумме всех позиций — по доле затруднившихся с ответом. Среди прервавших интервью доли затруднившихся выше, чем среди тех, кто его закончил.

Параданные мартовского опроса 2022 г. показывают, что появление темы конфликта в начале интервью смещает рост числа отказов на начальный этап опроса, что позволяет отвергнуть предположение о росте числа прерываний по причине усталости респондентов. В марте 2022 г. после первого блока вопросов про ситуацию в Украине выборка потеряла 23 % респондентов, тогда как общая доля прервавших интервью оказалась 28 % от начавших его (см. рис. 7).

Рис. 7. «Осыпание» выборки в ходе телефонного интервью от конца скрининга до конца интервью (массивы не взвешены, ФСИ, 18—20 марта 2022 г., N = 1625)



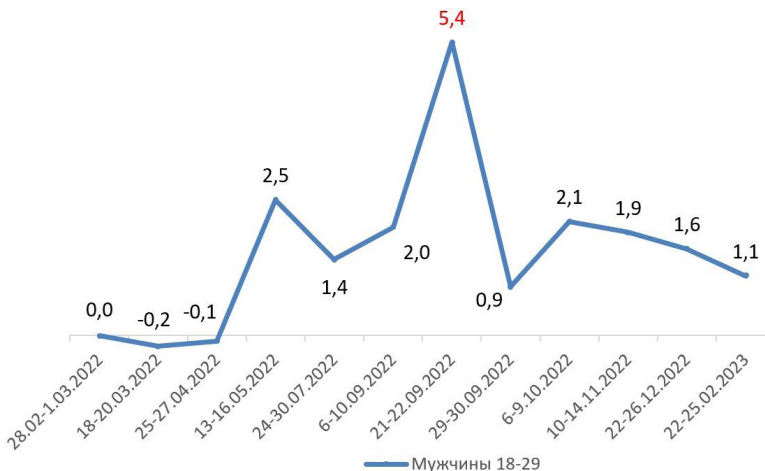
Вопросы про военные действия вызывают больше прерванных интервью, чем другие вопросы социально-политических анкет вне зависимости от места в анкете, где они расположены.

Смещение выборок из-за прерывания интервью

Сравнение социально-демографических характеристик успешно завершивших и прервавших интервью респондентов позволяет выяснить, приобретают ли выборки систематические смещения под влиянием прерванных интервью. Для этого вычтем процентную долю социально-демографической группы в массиве успешных интервью из процентной доли этой же группы в массиве прерванных интервью. Полученное значение, назовем его индексом прерываний, покажет, на сколько процентных пунктов доля данной группы среди прервавших разговор больше, чем среди успешно прошедших опрос. Положительное значение индекса свидетельствует о том, что доля данной группы среди прервавших опрос больше ее доли среди успешно завершивших его. Отрицательное значение, напротив, показывает, что среди успешно прошедших опрос доля исследуемой группы больше, чем среди прервавших интервью.

Наиболее интересна динамика изменения индекса среди самых молодых мужчин (18—29 лет), у которых наибольшая вероятность быть призванными/мобилизованными (см. рис. 8). В этой группе выявлен только один значимый всплеск индекса — сразу после объявления мобилизации. Доля молодых мужчин среди прервавших интервью оказалась значимо выше такой же доли среди успешно прошедших опрос. Однако уже к следующему опросу рубежа сентября/октября значения вернулись на прежний уровень. Вероятно, по прошествии первого шока вопросы на военную тематику перестали восприниматься респондентами из группы наибольшего риска в качестве особой угрозы для себя, достаточной для того, чтобы прервать разговор.

Рис. 8. Динамика индекса прерываний интервью в группе мужчин 18—29 лет (массивы не взвешены, ФСИ, 2022—2023 гг.)



Молодых людей обоего пола больше среди прервавших интервью, чем среди завершивших его, причем среди женщин эта разница выражена сильнее, чем среди мужчин — их ровесников. По-видимому, во время мобилизации у девушек уровень опасения за близких мужчин оказался выше, чем у самих этих мужчин за собственную жизнь. Люди старшего возраста тоже чаще среднего бросают трубки, но с мобилизацией и военными событиями это не связано. Скорее всего, пожилые люди быстрее устают отвечать в силу возрастных ограничений. Реже других прерывают интервью россияне средних возрастных групп (см. табл. 3).

Таблица 3. **Индекс прерываний среди различных групп респондентов (массивы не взвешены, ФСИ, 2022—2023 гг.)**

	28.02—1.03.2022	18—20.03.2022	25—27.04.2022	13—16.05.2022	24—30.07.2022	6—10.09.2022	21—22.09.2022	29—30.09.2022	6—9.10.2022	10—14.11.2022	22—26.12.2022	22—25.02.2023
Женщины 18—29	-2	0	-2	0	-1	7	9	10	0	1	0	2
Мужчины 18—29	0	0	0	3	1	2	5	1	2	2	2	1
18—29	-1	0	-2	3	0	4	7	5	1	1	2	3
30—39	0	2	-2	-3	0	2	-3	-2	-5	-1	-6	-2
40—49	0	-2	-2	-9	-2	-8	-3	-8	0	-3	0	-4
50—59	-1	0	-2	0	-4	-4	-5	1	0	-2	-3	-1
60 лет и старше	2	1	8	9	6	6	4	3	4	5	6	4

Жители областных центров стабильно реже прерывают интервью, тогда как сельчане реже доводят их до конца. Доли жителей других городов среди прервавших и успешно завершивших интервью меняются от опроса к опросу, однако изменения не имеют системного характера (см. табл. 4).

Таблица 4. **Индекс прерываний среди групп респондентов, проживающих в населенных пунктах различных типов (массивы не взвешены, ФСИ, 2022—2023 гг.)**

	28.02—1.03.2022	18—20.03.2022	25—27.04.2022	13—16.05.2022	24—30.07.2022	6—10.09.2022	21—22.09.2022	29—30.09.2022	6—9.10.2022	10—14.11.2022	22—26.12.2022
Областной центр	-6	-4	-3	-7	-4	-3	-3	-2	-8	-6	2
Другой город	5	3	-2	3	-3	0	-2	-1	0	-1	2
Села	0	0	6	4	5	-1	-2	2	9	7	9

Динамика индекса прерываний в разных группах респондентов может свидетельствовать о влиянии происходящих в стране событий на уровень опасения отвечать на вопросы о них: когда ранее считавшиеся приемлемыми вопросы начинают вызывать дискомфорт у участников опросов, растут доли прервавших интервью. Наибольшими потрясениями для многих россиян стали начало боевых действий и объявление о мобилизации. Мы разделили все наши опросы на четыре группы: 1 — до военных действий (2021 г.), 2 — в самом начале военных действий (февраль 2022 г.), 3 — по прошествии первого шока и до объявления мобилизации (с марта по сентябрь 2022 г.) и 4 — после объявления мобилизации (с 21 сентября 2022 г. по июль 2023 г.). Исследуемыми группами мы выбрали молодых людей обоего пола — группы, чаще прерывавшие интервью и в наименьшей степени поддерживающие военные действия. Доли этих групп в военно-политических опросах на протяжении всех четырех периодов значимо не менялись (см. табл. 5).

Таблица 5. Доли мужчин и женщин 18—29 лет в массивах прерванных интервью (массивы не взвешены, ФСИ, 2022—2023 гг.)

	2021 год	Февраль 2022	До мобилизации	После мобилизации
Мужчины 18—29 лет	15	44	558	239
	9,4%	8,5%	8,4%	7,5%
Женщины 18—29 лет	13	33	460	208
	8,2%	6,4%	6,5%	6,2%

Прерванные интервью почти не влияют на смещения выборок по социально-демографическим параметрам. Некоторые группы стабильно чаще прерывают интервью (молодежь и пожилые люди, сельчане), другие реже бросают трубки (люди среднего возраста и жители областных центров), однако к значимым смещениям выборок это не приводит из-за малого числа тех, кто не доводит интервью до конца, по сравнению с числом успешно проходящих опросы.

Выводы и обсуждение результатов

Число отказов от участия в опросах на тему российско-украинского конфликта в период военных действий возросло, а кооперация респондентов снизилась, однако произошло это не сразу после начала военного противостояния, а только в период после окончания активной мобилизационной кампании (с октября 2022 г.), то есть первая гипотеза подтверждена частично. После начала боевых действий кооперация не только не снизилась, а даже немного возросла за счет снижения доли прерванных интервью на фоне оставшегося прежним числа отказов. Однако такой вывод ограничен тем фактом, что в нашем распоряжении для сравнения оказался лишь один политический опрос, проведенный до февраля 2022 г.

После начала военных действий в посвященных им опросах доля прерванных интервью не только не возросла, но даже немного снизилась. Выросла она только в период активной мобилизационной кампании, однако после ее окончания доля прерванных интервью опять снизилась, то есть вторая гипотеза об увеличении

числа прерываний в опросах на тему российско-украинского конфликта не подтвердилась — респонденты не стали чаще прерывать интервью во время военных действий. Влияние прерванных анкет на результаты опроса невелико из-за малой доли таких обрывов. К значимым систематическим смещениям выборок они не приводят, несмотря на то что есть социально-демографические группы, которые стабильно чаще других прерывают опрос: это молодежь, люди пенсионного возраста и сельчане, тогда как жители столиц регионов и люди среднего возраста стабильно чаще проходят опрос до конца. Хотя на число прерываний влияет множество факторов, вопросы на тему военных действий вызывают значительно больше прерываний, чем вопросы на другие темы в тех же опросах.

Половозрастной состав выборок в опросах о российско-украинском конфликте немного смещается в сторону от молодых мужчин к женщинам, однако, во-первых, это смещение выражено слабо и не может значительно повлиять на результаты исследований, во-вторых, это смещение имеет компенсаторный характер. Если раньше выборки в политических опросах стабильно смещались в сторону преобладания мужчин, то за время конфликта выборки постепенно становятся в несколько большей степени соответствующими гендерному составу населения России по данным Росстата (преобладание мужчин при этом сохраняется, но становится чуть менее выраженным). Некоторого сокращения доли молодежи в опросах недостаточно, чтобы значительно повлиять на их результаты. По-видимому, оно связано с резко возросшим уровнем эмиграции, при котором Россию покидали в основном молодые люди¹⁹. Таким образом, третью гипотезу можно считать не подтвердившейся.

Несмотря на то что конфликт с Украиной изменил политические и экономические условия жизни в России, к масштабным изменениям массового сознания россиян он не привел, «социотрясением» в терминологии Б. А. Грушина пока не стал, хотя к тому есть все основания. Это подтверждается результатами как наших исследований восприятия россиянами конфликта с Украиной, так и приведенными в этой статье методическими данными и анализом исследований коллег. Проведенный анализ параданных доступных нам опросов на тему российско-украинского конфликта показал, что существенным изменением в период военных действий стало только снижение кооперации респондентов после мобилизационной кампании из-за значимо выросшей доли отказов.

Список литературы (References)

1. Звоновский В. Б. Выбор метода исследования и реализация выборки // Социологический журнал. 2012. № 1. С. 107—117.
Zvonovsky V. B. (2012) The Choice of the Research Method and the Implementation of the Sample. *Sociological Journal*. No. 1. P. 107—117. (In Russ.)

¹⁹ Точных данных относительно количества и социальных характеристик уехавших из страны после начала военных действий россиян до сих пор нет. Но имеется ряд исследований эмиграции после февраля 2022 г., основанных на косвенных данных, которые показывают, что Россию покинули от 600 тыс. до 1 млн ее граждан, преимущественно молодых и высокообразованных (см., например, исследования Маргариты Завадской, https://www.filia.fi/wp-content/uploads/2023/03/bp358_margarita_war-induced-exodus-from-russia.pdf). Более подробный обзор исследований эмиграции военного периода см. в [Звоновский, Ходыкин, 2024: 26—27].

2. Звоновский В. Б. Реализация репрезентативной выборки в массовом опросе // Социологический журнал. 2007. № 4. С. 25—47.
Zvonovsky V. B. (2007) Implementation of a Representative Sample in a Mass Survey. *Sociological Journal*. No. 4. P. 25—47. (In Russ.)
3. Звоновский В. Б., Григорьева М. В., Соловьева Ю. В. Современные практики проведения телефонных опросов в странах мира // Социологические исследования. 2019. № 1. С. 127—138. <https://doi.org/10.31857/S013216250003754-2>.
Zvonovsky V. B., Grigorieva M. V., Solovieva Y. V. (2019) Contemporary Practices of Telephone Surveys in the World. *Sociological Studies*. No. 1. P. 127—138. <https://doi.org/10.31857/S013216250003754-2>. (In Russ.)
4. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Восприятие россиянами конфликта с Украиной: проверка гипотезы «спирали молчания» // Социологические исследования. 2023. № 11. С. 38—50. <https://doi.org/10.31857/S013216250028531-7>.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2023) Russians' Perception of the Conflict with Ukraine: Testing the “Spiral of Silence” Hypothesis. *Sociological Studies*. No. 11. P. 38—50. <https://doi.org/10.31857/S013216250028531-7>. (In Russ.)
5. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Отражение культурной власти геополитического нарратива в коллективных представлениях россиян о специальной военной операции // Социологические исследования. 2022. № 11. С. 38—53. <https://doi.org/10.31857/S013216250021524-9>
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2022) Reflection of the Cultural Power of The Geopolitical Narrative in the Collective Perceptions of Russians about the Military Operation in Ukraine. *Sociological Studies*. No. 11. P. 38—53. <https://doi.org/10.31857/S013216250021524-9>. (In Russ.)
6. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Российское общественное мнение в условиях военного конфликта 2022—2023. Кишинев: Historical Expertise, 2024.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2024) Russian Public Opinion in the Context of the Military Conflict 2022—2023. Chişinău: Historical Expertise. (In Russ.)
7. Мягков А. Ю. Косвенные методы в сенситивных исследованиях / науч. ред. И. В. Журавлева. М.: ИНФРА-М, 2024.
Myagkov A. Y. (2024) Indirect Methods in Sensitive Researches. Moscow: INFRA-M. (In Russ.)
8. Рогозин Д. М. Влияние интервьюера на доступность респондентов в телефонном опросе // Социологический журнал. 2004. № 1—2. С. 75—105.
Rogozin D. M. (2004) The Influence of The Interviewer on The Accessibility of Respondents in a Telephone Survey. *Sociological Journal*. No. 1—2. P. 75—105. (In Russ.)
9. Рогозин Д. М. Влияние пола респондента на результативность телефонного опроса // Социология 4М. 2006. № 22. С. 77—89.
Rogozin D. M. (2006) The Influence of The Respondent's Gender on The Effectiveness of a Telephone Survey. *Sociology 4M*. No. 22. P. 77—89. (In Russ.)

10. Abraham K. G., Maitland A., Bianchi S. M. (2006) Nonresponse in the American Time Use Survey: Who Is Missing from the Data and How Much Does It Matter? *International Journal of Public Opinion*. Vol. 70. No. 5. P. 676—703.
11. Brick J. M., Williams D. (2013) Explaining Rising Nonresponse Rates in Cross-sectional Surveys. In: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 645. No. 1. P. 36—59.
12. Chapkovski Ph., Schaub M. (2022) Do Russians Tell the Truth When They Say They Support the War In Ukraine? Evidence from a List Experiment. *LSE European Politics and Policy (EUROPP) Blog* (06 Apr 2022). <https://eprints.lse.ac.uk/116770/> (accessed: 25.05.2024).
13. Elder S. R. (1992) Systems for Monitoring Fieldwork Progress and Performance. In: Westlake A., Banks R., Payne C., Orchard T. (eds.) *Survey and Statistical Computing*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers. P. 119—128.
14. Pechenkina A. O., Bausch A. W., Skinner K. K. (2018) The Pitfalls of List Experiments in Conflict Zones. *Civil Wars*. Vol. 20. No. 3. P. 408—435.
15. Reisinger W. M., Zaloznaya M., Woo B. D. (2023) Fear of Punishment as a Driver of Survey Misreporting and Item Non-Response in Russia and Its Neighbors. *Post-Soviet Affairs*. Vol. 39. No. 1—2. P. 49—59. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2022.2150490>.

Приложение 1.**Описание выборок исследуемых опросов различных компаний**

Организация	Даты опроса	Объем выборки	Примечания
ФСИ	28 фев.— 1 мар. 2022	1642	Все телефонные опросы репрезентируют взрослое население России по полу, возрасту и федеральным округам. Выборки стратифицированы по федеральным округам. Базы контактов сгенерированы случайным образом на основании диапазонов, выдаваемых Минцифры РФ операторам мобильной связи. Опросы проводились только по мобильным номерам. Весовые коэффициенты рассчитаны на основе последних опубликованных данных Росстата на момент проведения опросов
	10—16 мар. 2022	1650	
	18—20 мар. 2022	1625	
	22—24 мар. 2022	1004	
	31 мар.— 3 апр. 2022	1600	
	4—6 апр. 2022	1001	
	9—11 апр. 2022	1904	
	25—27 апр. 2022	1600	
	10—11 мая 2022	1500	
	13—16 мая 2022	1000	
	5—7 июля 2022	1010	
	24—30 июля 2022	1600	
	23—27 авг. 2022		
	6—10 сен. 2022		
	21—22 сен. 2022	1000	
	29—30 сен. 2022	800	
	27 сен.— 1 окт. 2022	1002	
	6—9 окт. 2022	1600	
	10—14 нояб. 2022		
22—26 дек. 2022			
22—25 фев. 2023	1977		
1—7 июля 2023			
14—26 сентября 2023			
Хроники	28 фев.— 2 мар. 2022	1807	
	10—13 мар. 2022	1811	
	26—30 мар. 2022	1602	
	10—18 апр. 2022	1613	
	14—19 мая 2022	1605	
	29 июня— 5 июля 2022	1823	
	10—16 окт. 2022	1685	
	2—9 фев. 2023	1600	
	4—9 июля 2023	1002	
	17—22 окт. 2023	1199	
ВЦИОМ	25 февраля 2022	1600	
	27 февраля 2022		
	17 марта 2022		
	24 марта 2022		
	18 апреля 2022		
	26 мая 2022		
	25 июня 2022		
	13 августа 2022		
	1 октября 2022		
	17 ноября 2022		
	29 декабря 2022		
1 апреля 2023	1602		

Организация	Даты опроса	Объем выборки	Примечания
Russian Field	26—28 фев. 2022	2022	В качестве источника для формирования стартовой выборки компания Russian Field использовала не данные о диапазонах номеров, распределенных Минцифры РФ между провайдерами телефонной связи в России, а базы данных, сформированных на основе разных сервисов, вроде Авито, Озона и пр., что может способствовать смещению выборок в сторону более активных в Интернете россиян
	5—7 мар. 2022	1606	
	13—16 мар. 2022	1608	
	23—25 мар. 2022	1628	
	13—15 апр. 2022	1616	
	2—5 мая 2022	1609	
	23—26 мая 2022	1606	
	28—31 июля 2022	1609	
	29 сен.— 1 окт. 2022	1610	
	29 нояб.— 5 дек. 2022	1603	
	31 янв.— 6 фев. 2023	2000	
	16—19 июня 2023	1604	
	26—30 июня 2023	1600	
	21—29 октября 2023	1610	