

DOI: [10.14515/monitoring.2025.2.2757](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2757)**О. А. Оберемко, Т. С. Смак**

**ОФИЦИАЛЬНЫЕ ОПРОСЫ ПО КОМБИНИРОВАННЫМ
ВЫБОРКАМ: ДИЗАЙН И АНАЛИЗ.
РЕЦ. НА КН.: SCHOUTEN B., VAN DEN BRAKEL J.,
BUELENS B., GIESEN D., LUITEN A., MEERTENS V. (2022)
MIXED-MODE OFFICIAL SURVEYS: DESIGN AND ANALYSIS.
BOCA RANTON, FL: CRC PRESS**

Правильная ссылка на статью:

Оберемко О. А., Смак Т. С. Официальные опросы по комбинированным выборкам: дизайн и анализ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 2. С. 243—251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2757>. Рец. на кн.: Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. (2022) Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis. Boca Ranton, FL: CRC Press.

For citation:

Oberemko O. A., Smak T. S. (2025) Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 243–251. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2757>. Book Review: Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. (2022) Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis. Boca Ranton, FL: CRC Press. (In Russ.)

Получено: 04.10.2024. Принято к публикации: 03.04.2025.

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ОПРОСЫ ПО КОМБИНИРОВАННЫМ ВЫБОРКАМ: ДИЗАЙН И АНАЛИЗ. РЕЦ. НА КН.: SCHOUTEN B., VAN DEN BRAKEL J., BUELENS B., GIESEN D., LUITEN A., MEERTENS V. (2022) MIXED-MODE OFFICIAL SURVEYS: DESIGN AND ANALYSIS. BOCA RANTON, FL: CRC PRESS

ОБЕРЕМКО Олег Алексеевич — кандидат социологических наук, руководитель методической лаборатории, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия
E-MAIL: oberemko_o@wciom.com
<https://orcid.org/0000-0002-7967-2533>

СМАК Татьяна Сергеевна — кандидат социологических наук, ведущий специалист методической лаборатории, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия
E-MAIL: smaktanya@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0001-2002-1111>

Аннотация. В статье представлена рецензия на книгу, авторы которой обобщают опыт проектирования и реализации исследований в стратегии комбинированной (смешанной) методологии на основе практических примеров Национального статистического управления Нидерландов (NSO). Осмысляя этот опыт, авторы книги предлагают свой взгляд на эту тему, рассматривают основные концепции, проблемы и будущее разработок исследований смешанного типа.

Ключевые слова: комбинированные опросы, ошибки измерения, ошибки репрезентации, методы опросов населения

Благодарность. Авторы рецензии благодарны Барри Шаутену, Яну ван ден Бракелю, Барту Бюленсу, Дейдрре Гизен, Аннемике Лёйтен, Вивиан Меертенс за любезно предоставленный в дар экземпляр книги.

MIXED-MODE OFFICIAL SURVEYS: DESIGN AND ANALYSIS. BOOK REVIEW: SCHOUTEN B., VAN DEN BRAKEL J., BUELENS B., GIESEN D., LUITEN A., MEERTENS V. (2022) MIXED-MODE OFFICIAL SURVEYS: DESIGN AND ANALYSIS. BOCA RANTON, FL: CRC PRESS

Oleg A. OBEREMKO¹ — Cand. Sci. (Soc.), Head of Methodological Laboratory
E-MAIL: oberemko_o@wciom.com
<https://orcid.org/0000-0002-7967-2533>

Tatiana S. SMAK¹ — Cand. Sci. (Soc.), Leading specialist, Methodological Laboratory
E-MAIL: smaktanya@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0001-2002-1111>

¹ Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Moscow, Russia

Abstract. The article presents a review of the book, the authors of which summarize the experience of designing and implementing research in the strategy of combined (mixed) methodology based on practical examples of the National Statistics Office of the Netherlands (NSO). Reflecting on this experience, the authors of the book offer their views on this topic, consider the main concepts, problems and future of mixed-method research developments.

Keywords: combined surveys, survey errors, representation errors, population survey methods

Acknowledgments. The authors of the review are grateful to Barry Schouten, Jan van den Brakel, Bart Buelens, Deirdre Giesen, Annemieke Luiten, and Vivian Meertens for kindly providing a copy of their book as a gift.

Комбинированные опросы становятся все более востребованным инструментом в современной социологической практике, объединяя преимущества разных методов сбора данных. Книга, посвященная этой теме, предлагает глубокий теоретический и прикладной анализ того, как эффективно сочетать онлайн, телефонные, почтовые и очные форматы в условиях падения достижимости опросов. Поначалу причину взрывного в последние годы интереса к комбинированию выборок авторы подают упрощенно: «онлайн-опрос — дешевый и быстрый модус, однако по уровню отклика он уступает традиционным методам интервью и анкетирования [по почте]. Поэтому комбинирование модусов было и остается естественным способом повысить низкие показатели отклика, особенно в масштабных официальных опросах» [Schouten et al., 2022: xi]. В авторском видении обращают на себя внимание два момента: 1) традиционными затратными методами восполняется низкий отклик дешевого онлайн-опроса, а не наоборот — дыры в «хороших выборках» не затыкаются дешевыми субститутами; 2) в этом контексте даже «дешевый» онлайн-опрос заведомо имеет полный охват случайным отбором генеральной совокупности; в противном случае декларация о диахронной и синхронной сравнимости опросных статистик [ibid.: xi] окажется пустым звуком.

Более фундаментально интерес к мультимодальным дизайнам подсвечивается в самом начале главы 4: «В большинстве ситуаций нет какого-то одного модуса, который охватывает всю генеральную совокупность. Как мы увидим в этой главе, не у всех есть зарегистрированный телефон, не у всех есть подключение к интернету, СAPI иногда невозможно из-за закрытых ворот или других барьеров, а конверт с анкетой может не попасть в отобранное в выборку домохозяйство. Проблемы охвата одним модусом можно обойти, комбинируя его с другими модусами» [ibid.: 57].

Мы полагаем, что разумный интерес к комбинированию выборок исчерпывается преодолением этих двух сугубо практических трудностей, с которыми сталкивается опросная индустрия в разных странах мира: низкого отклика и неполного охвата генеральных совокупностей.

Представляемая книга нидерландских методологов выборочных опросов, чье профессиональное становление связано с Национальным статистическим управлением Нидерландов (National Statistics Office of the Netherlands), адресована и разработчикам опросов, и пользователям опросных данных [ibid.: 4]. Из «духа» книги можно понять: первым она нужна, чтобы при проектировании опросов научиться минимизировать и статистически оценивать недостатки комбинированных выборок, вторым — чтобы понимать, насколько можно доверять комбинированным данным. Как пишут авторы, читать книгу могут специалисты с самой разной подготовкой и извлекать большую или меньшую пользу для себя из разных глав, одни из которых в большей степени психологические, другие — методологические, третьи — статистические [ibid.].

Цель книги — «всесторонне представить комбинирование на всех методологических этапах опроса, начиная от разработки дизайна и завершая анализом и оценкой [собранных данных]» [ibid.: xi], и все это — на материале «официальных выборочных опросов», как следует из заголовка. То есть речь идет о «масштабных официальных» опросах, «зачастую регулярных и охватывающих население стра-

ны или крупные целевые группы», «с относительно высоким бюджетом на единицу выборки», «с упором на полный охват генеральной совокупности и повышенное внимание к сравнимости статистик во времени и между релевантными группами населения» [ibid.]. Здесь вполне прозрачные намеки: *официальный статус* опросов предполагает опору на них при разработке государственных политик, для чего требуются данные, позволяющие надеяться на *несмещенные* оценки; а синхронные межгрупповые и диахронные сравнения требуют от оценок еще и *точности*. Выходит, что книга обещает разговор о производстве выборочных опросов с минимальным смещением и максимальной точностью оценок, что возможно только при обеспеченности полстеров необходимой статистической информацией о генеральной совокупности. Таким образом, тем, кто не ставит в своих опросах задачу статистически представить генеральную совокупность, книга покажется чересчур академичной.

Предметную структуру книги исчерпывающе отражает абзац: «Во всяком выборочном опросе выделяют четыре этапа: установление контакта, оценка принадлежности к генеральной совокупности, получение согласия на участие, получение ответов на вопросы. Через призму четырех этапов описываются четыре самых распространенных в настоящее время модуса (modes) сбора опросных данных: почтовый, онлайн, телефонный и личный опрос» [ibid.: 4]¹.

Формально книга делится на пять частей. Вводная часть I состоит из двух глав. В главе 1 раскрываются назначение и план книги; в главе 2 поясняются ключевые термины, кратко описаны типы смешанных дизайнов и сформулированы принципиальные вопросы, которые методологу приходится решать при выборе дизайна.

Часть II открывается главой 3 — о влиянии *модуса общения* на результаты измерения. В каждом модусе общения авторы видят специфический канал коммуникации со свойственными ему средствами стимулирования органов чувств; у каждого модуса — свои особенности, и для их системной характеристики авторы предложили шесть критериев:

- 1) близость общения (intimacy): степень, в которой общение затрагивает личные обстоятельства и повседневную жизнь;
- 2) интерактивность (interaction): степень, в которой общение является интерактивным и напоминает обычный двусторонний разговор между людьми;
- 3) поддержка в общении (assistance): степень, в которой респонденты могут получать помощь в понимании хода разговора;
- 4) скорость, или темп речи (speed-pace): скорость, с которой обычно происходит общение в данном модусе;
- 5) форма представления (presentation): аудиальная или визуальная форма, в которой вопросы и варианты ответов представляются респондентам;
- 6) рамки (timing): степень свободы, с которой респонденты могут выбирать место и время для проведения опроса [ibid.: 35—36].

Оценки по перечисленным шести критериям сведены авторами в таблицу 1.

¹ В русскоязычной традиции для описания этих и других видов опроса обычно применяется слишком многозначный термин «метод». Для различения методов почтового, онлайн-, телефонного опросов и личного интервью в данной рецензии мы используем кальку «модус».

Таблица 1. Особенности четырех модусов общения
(опросы: онлайн, почтовый, телефонный и личный)

Критерии различий	Модусы опросов / общения с респондентом			
	Онлайн-	Почтовый	Телефонный	Личный
Близость общения	Некоторая	Малая	Умеренная	Сильная
Интерактивность	Нет	Нет	Некоторая	Сильная
Поддержка в общении	Некоторая	Нет	Есть	Есть
Скорость, или темп речи	Не зависит	Не зависит	В среднем 15 сек	В среднем 18 сек
Форма представления вопросов	Визуальная	Визуальная	На слух	В основном на слух
Рамки	Любое время	Любое время	День и ранний вечер	День и ранний вечер

По сути, все особенности модусов суть производные от канала коммуникации с респондентом (представлением вопросов визуально и/или на слух) и автономностью респондента, предоставляемой отсутствием интервьюера. Здесь читатель найдет общие сравнительные характеристики модусов [ibid.: 36—42], сведения об их влиянии на поведение (на формирование и стили ответов) респондента [ibid.: 42—49] и о том, как измеряют вероятность ошибки измерения в зависимости от модуса [ibid.: 49—55]. Приведенные в главе 3 характеристики модусов общения с респондентами могут быть полезны всем интересующимся опросами, в том числе и студентам бакалаврских программ.

Глава 4 повествует о том, как модус общения влияет на репрезентативность опроса. Влияние модуса раскрывается через степень охвата генеральной совокупности и величины коэффициентов ответа, показывающие готовность к участию в опросах в разных стратах (и странах). Неполнота охвата модусом обусловлена тем, что «не у каждого [члена генеральной совокупности] есть телефон, не каждый подключен к интернету, личное интервью иногда невозможно провести из-за калиток на запоре и тому подобных преград, а письмо могут не прочитать в отобранном домохозяйстве»; а еще «неполный охват случается, если основа выборки содержит не все элементы генеральной совокупности» [ibid.: 57]. Статистические данные о телефонизации и интернетизации в странах Европы (без Беларуси, Молдовы, России и Украины, но с Турцией) за 2010—2017 гг. простимулируют читателя к поиску новых данных, а несистематические ссылки на редкие источники об охвате генеральной совокупности почтой и персональными контактами [ibid.: 58—68] заставят пережить неловкость от того, как по-прежнему мало методологи знают об обществах, в которых живут.

Особый интерес представляет заключительный параграф (4.4) главы, в котором среди метааналитического обзора сравнительной эффективности комбинаций четырех модусов на этапах рекрута и получения данных читатель найдет абзац об источнике основ выборок официальных выборочных опросов в Нидерландах:

«Основой выборки для лиц и домохозяйств в Нидерландах является (муниципальный) регистр населения. Регистр содержит информацию о ряде демографических характеристик каждого жителя: возраст, пол и этническое происхождение. Эта информация позволяет сравнивать характеристики респондентов и неотвечивших» [ibid.: 71]. И еще в этом абзаце сказано, что для сравнительного анализа эффективности модусов статистикам доступна информация о средних доходах и уровне урбанизации в почтовых участках, которым присвоены почтовые индексы и для которых доступны детальные карты «на уровне улиц или даже подробнее» [ibid.: 71]. И вся эта информация об участках обнаруживает тесную связь с показателями отклика их жителей на адресные приглашения к опросам.

Как минимум сказанное означает, что планирующий опрос нидерландский статистик находится в удивительно выгодных условиях: в его распоряжении основа выборки, по которой можно строить адресную выборку, репрезентирующую целевую территорию, формировать списки случайно отобранных в выборку респондентов по стратам, а потом делать статистические выводы о сравнительной эффективности всех четырех модусов общения на этапах рекрута, получения согласия и успеха. Нидерландский статистик, сформировав выборку из надежной основы, заранее знает, сколько респондентов с нужными типическими характеристиками ему предстоит опросить, и с некоторой уверенностью знает, где и как с ними легче вступить в контакт. Остается воплотить знания в опросную практику, чтобы поэкспериментировать со взвешиванием собранных данных. Конечно, гладко только на бумаге. И потом ошибочно полагать, что в таких условиях статистики работают во всех странах, которые авторы отнесли к европейским.

В открывающей Часть III главе 5 о смешанных дизайнах сбора данных мы находим замечание о том, что выбор смешанного дизайна сильно зависит от стоящих задач: либо минимизировать общую ошибку исследования (то есть максимизировать точность измерения), либо минимизировать издержки, либо сократить сроки сбора данных; кроме того, на выбор дизайна влияют «доступность основы выборки для конкретных модусов опроса, желание минимизировать разрывы во временных рядах, особенности и традиции проектов; однако также указано, что дизайн даже в повторяющихся опросах может меняться в результате постепенного изменения в охвате генеральной совокупности определенным модусом, в показателях отклика и затрат на опросы» [ibid.: 83]. Эти соображения приводят к выводу, что нет формулы идеального комбинированного дизайна на все случаи жизни. Таблица 1 неизменно служит отправной точкой для поиска оптимального решения с учетом задач исследования и достижимости генеральной совокупности. И понятно, что в исследованиях высокого качества в дизайне вряд ли допустимо включать модус, для которого у исследователей нет основы выборки.

Отсутствие оптимального на все случаи жизни дизайна оборачивается бедностью универсальных рекомендаций, выведенных из метаанализа большого числа кейсов и обзоров. Для примера дадим реферативное изложение ключевых тезисов из выбранных наугад полутора страниц: если в смешанном проекте сбор данных начинать с дешевого модуса, бюджет будет сэкономлен, однако при невозможности регулярно посылать напоминания мы рискуем получить низкий отклик; по сравнению с последовательным одновременное применение модусов

существенно усложняет координацию сбора данных; онлайн-модус требует титанических усилий на разработку простых и понятных инструкций, чтобы ненароком не отбить у респондентов охоту к участию; вывести общее правило, как влияют материальные и нематериальные стимулы на отклик, в принципе невозможно [ibid.: 120—121].

Увлекательная глава 6 о формировании вопросников для комбинированных опросов заслуживает преподавания на соцфаках просто потому, что изложение одного и того же материала в мультимодальном контексте выглядит гораздо менее бессмысленно и скучно. Правда, выводы и рекомендации снова смотрятся бледно: «смешанный дизайн ставит специфические трудности на каждом этапе разработки вопросника... даже крошечное различие между опросниками для модусов может привести к разнице в результатах... вносить надо только те специфические изменения в вопросник для модуса, не вносить которые никак нельзя» [ibid.: 145—146].

Часть IV называется «Анализ», в нее входят: глава 7 «Полевые пробы и внедрение смешанных обследований», глава 8 «Дизайн корректировки влияний модуса опроса в повторных экспериментах» и глава 9 «Анализ данных в смешанных обследованиях». Метаанализ смешанных и одномодальных опросов обнаружил, что в одномодальных опросах ошибки измерения зачастую выпадают из поля зрения и фактически игнорируются, тогда как в смешанных опросах специфические влияния каждого модуса проявляются в разнице результатов, которую нельзя игнорировать и которая требует корректировки.

В главе 7 представлены методы количественной оценки влияния модуса: встроенные в сбор данных эксперименты и методы анализа временных рядов при повторяющихся выборках. По мнению авторов, рандомизированные эксперименты предпочтительны для выявления влияний и имеют меньшие риски ошибок, но более затратны, в то время как анализ временных рядов дешевле, но таит высокие риски ошибок. При проектировании экспериментов важно четко определить цели и гипотезы, рассчитать необходимый минимальный размер выборки, выбрать подходящий тип эксперимента и учитывать специфику полевых работ — как иначе?

Повторные эксперименты (глава 8) позволяют количественно «разложить» влияние модуса (отклик и количество неответов, результаты измерения и пр.), что вкупе с качественными данными повторного интервью помогает построить оптимальную модель взвешивания для коррекции при анализе данных эксперимента.

Одно из достоинств книги (ярко представленное в главе 9) — подробная иллюстрация расчетов с указанием и пояснением применяемых формул и переменных. Читателю понадобятся знания основ статистического анализа для понимания математических основ комбинирования. В числе других достоинств отметим изобилие кейсов с демонстрацией методов анализа, выявляющих эффекты модусов.

Полезны будут и рекомендации об использовании специализированного программного обеспечения для анализа результатов рандомизированных экспериментов, встроенных в вероятностные выборки, а также анализа временных рядов (например, пакет X-tool, встроенный в программный комплекс Blaise; STAMP; OxMetrics в сочетании с подпрограммами SsfPack 3.0; в R доступны пакеты KFAS и DLM).

Ключевой посыл части IV: комбинирование требует постоянного методологического сопровождения, ресурсов для экспериментирования и особенно базы

для проведения эталонного опроса. При этом нет единой, уникальной «формулы комбинирования» — каждый раз это уникальное решение, требующее свежего взгляда и новых расчетов.

Заключительная часть V книги посвящена будущему смешанных (комбинированных) опросов. Авторы предвидят неизбежную трансформацию опросных технологий на фоне цифровизации повседневной жизни человека. В первую очередь речь идет об использовании в *умных обследованиях* (*smart surveys*) сведений из персональных устройств (ноутбуков, компьютеров, смартфонов, часов и пр.). Эти сведения могут дополнять данные, собранные в других модулях, и помогать контролировать принадлежность респондентов к генеральной совокупности. *Умные обследования* позволяют предлагать респонденту альтернативу: отвечать на вопросы или делиться готовыми данными из персонального устройства. Авторы различают два типа онлайн-данных: общедоступные (публичные) и персональные. Публичные онлайн-данные доступны с любого онлайн-устройства, тогда как доступ к персональным данным на онлайн-устройстве можно получить только с разрешения владельца данных. К публичным относятся данные, добровольно предоставляемые лицами или домохозяйствами ради общего блага, например данные установленных на домах наружных датчиков качества воздуха².

Рассуждая о комбинировании в *умных обследованиях* данных из разных источников, авторы подчеркивают, что всякие новации несут в себе риски новых ошибок измерения и репрезентативности, имеющих совершенно иную природу, нежели в традиционных опросах. Комбинирование опросных данных, например, с данными датчиков потребует разработки не только новой *архитектуры и инфраструктуры* опросов, но и новых методологических подходов к оценке качества данных, инструментов их обработки и анализа. Очевидно, что такое комбинирование потребует временных и финансовых ресурсов, в том числе с учетом выгоды владеющих данными респондентов. Сохранит важность и проблема достижимости: высокий охват населения мобильными устройствами сам по себе не гарантирует поголовного участия в наблюдениях.

Смешанные опросы уже кардинально изменились за последние десятилетия, и, скорее всего, их ждут дальнейшие трансформации, а растущее разнообразие данных, способов их сбора и анализа стимулирует внедрение гибких дизайнов опросов. Многолетний рост затрат на один заполненный вопросник из-за снижения достижимости дает сильнейший стимул к поиску бюджетных дизайнов. Подчеркнем, что в книге речь идет не о доступе к каким угодно любым респондентам по удобным, потоковым или стихийным выборкам, а о получении согласия на передачу данных от уже известных и заранее случайно отобранных респондентов. Только такие данные подлежат комбинированию в научном исследовании.

Авторы видят шесть направлений для приложения методологии к смешанным опросам [ibid.: 275—277]:

- 1) влияние устройств (размера экрана, типа навигации и др.) на качество измерения;
- 2) оценка и корректировка влияния модуля опроса;

² См. URL: <https://sensor.community/en> (дата обращения: 03.04.2025).

3) разработка технологий интегрирования во временные ряды данных опросов, данных, хранящихся онлайн (разного рода данные сенсорных систем), административных и больших данных;

4) влияние современных интерактивных функций опроса (геймификация, чат-боты для ответов на вопросы) и дизайна интерфейсов на поведение респондентов;

5) разработка методологии модульных анкет (когда разные блоки одной анкеты показываются разным респондентам в случайном порядке) ради сокращения длительности опросов на мобильных устройствах;

6) разработка методологии *умных обследований*, куда входит создание удобных интерфейсов, эффективных стратегий рекрута и мотивации респондентов, а также разработка методов оценки влияния комбинаций активного и пассивного сбора данных на их надежность и точность.

По мысли авторов, мы являемся свидетелями конвергенции (взаимного сближения) опросов с большими данными, которая будет порождать все новые и новые гибридные формы сбора данных, но респондент по-прежнему останется ключевой фигурой.

В целом книга представляет собой полезный источник сведений о настоящем и будущем комбинирования выборок в проведении рандомных выборочных опросов. Судя по авторским справкам [ibid.: Xv–xvi], содержащим сведения об образовании и профессиональном опыте авторов, комбинирование выборок требует постоянного упражнения в компетенциях, относящихся к двум областям: 1) статистическое представление особенностей восприятия вопросников респондентами разных типов в разных модусах и с использованием разных устройств, 2) продвинутые методы статистического анализа данных.

Список литературы (References)

Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. (2022) *Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis*. Boca Ranton, FL: CRC Press.