

DOI: [10.14515/monitoring.2026.1.3042](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.3042)**В. Б. Звоновский, А. В. Ходыкин, А. В. Раскевич****ПРИЧИНЫ ПРЕРЫВАНИЯ ИНТЕРВЬЮ В ПАНЕЛЬНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЯХ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕМЫ****Правильная ссылка на статью:**

Звоновский В. Б., Ходыкин А. В., Раскевич А. В. Причины прерывания интервью в панельных исследованиях на политические темы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 1. С. 65—89. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.3042>.

For citation:

Zvonovsky V. B., Khodykin A. V., Raskevich A. V. (2026) Reasons for Interrupting Interviews in Panel Political Surveys. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 65—89. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.3042>. (In Russ.)

Получено: 05.06.2025. Принято к публикации: 16.12.2025

ПРИЧИНЫ ПРЕРЫВАНИЯ ИНТЕРВЬЮ В ПАНЕЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕМЫ

ЗВОНОВСКИЙ Владимир Борисович — доктор социологических наук, доцент, социолог, Фонд социальных исследований, Самара, Россия
E-MAIL: zvb@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

ХОДЫКИН Александр Владимирович — кандидат социологических наук, преподаватель, Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия
E-MAIL: a.khodykin@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0003-0230-5775>

РАСКЕВИЧ Александра Владимировна — студентка магистратуры, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия
E-MAIL: a.raskevich@socio-fond.com
<https://orcid.org/0009-0008-4278-7872>

Аннотация. При проведении массовых репрезентативных опросов необходимо учитывать различия в достижимости разных групп респондентов, так как они могут приводить к значимым систематическим смещениям. Поэтому важно контролировать различия между респондентами, которые охотнее соглашаются участвовать в опросе, и всеми остальными респондентами. В ходе исследования мы сравнили распределения прерванных интервью и причин прерываний среди двух выборок массового телефонного опроса на тему российско-украинского конфликта: первая выборка (А) случайная, стратифицированная по федеральным округам и репрезентирующая взрослое население России ($N=1242$ успешных и 602 прерванных интервью, октябрь 2024 г.). Вторая выборка (Б) была получена из выборки 1603

REASONS FOR INTERRUPTING INTERVIEWS IN PANEL POLITICAL SURVEYS

Vladimir B. ZVONOVSKY^{1,2} — Dr. Sci. (Soc.), Associate Professor, Sociologist
E-MAIL: zvb@socio-fond.com
<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

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

Alexandra V. RASKEVICH³ — Graduate Student
E-MAIL: a.raskevich@socio-fond.com
<https://orcid.org/0009-0008-4278-7872>

¹ Social Research Institute, Samara, Russia

² Samara State University of Economics, Samara, Russia

³ Samara National Research University named after academician S. P. Korolev, Samara, Russia

Abstract. Response rate of different groups of respondents in mass political telephone surveys varies. Therefore, it is important to monitor the differences between respondents who are more willing to participate in the survey and all other respondents. In the course of the study, we compared the distribution of interrupted interviews and the reasons for interruptions among two samples of a mass telephone survey on the Russian-Ukrainian conflict: the first sample (A) was random, stratified by federal districts and representing the adult population of Russia ($N=1242$ successful and 602 interrupted interviews, October 2024). The second sample (B) is made up of respondents who successfully completed a similar survey in June 2024 ($N=362$ successful and 34 interrupted interviews). A database has been compiled from them, which has been rung at least

респондентов, успешно прошедших подобный опрос в июне 2024 г. В октябре 2024 г. удалось установить контакт с 396 из них ($N=362$ успешных и 34 прерванных интервью). Проведен контент-анализ и качественный анализ аудиозаписей прерванных интервью из обеих выборок с целью измерить и охарактеризовать различия в причинах прерывания интервью и их распространенности между впервые опрошенными и повторно опрошенными (панельная выборка россиянами). На этапе прослушивания выборка аудиозаписей интервью с респондентами из выборки А стихийная: прослушаны 285 аудиозаписей из 602 прерванных интервью. Из выборки Б прослушаны все 34 прерванных интервью. Повторно опрошенные респонденты значительно реже прерывают интервью (9% против 33% среди впервые опрошенных), чаще всего — вследствие накопления проблем в ходе опроса (53% против 40% по выборке А), однако распространенность причин прерываний сходна в обеих выборках. Чаще всего к прерыванию интервью приводят нежелание обсуждать тему опроса, технические неполадки и занятость респондента. При этом, несмотря на распространенность прерываний из-за нежелания обсуждать тему опроса, вопросы про СВО не вызывают большего числа прерываний по сравнению с другими политическими темами.

Ключевые слова: телефонные опросы, российско-украинский конфликт, панельные опросы, кооперация респондентов, прерывания интервью

5 times each number or until the final status is reached. As a result, out of 1,603 previously successfully interviewed respondents, 362 people were successfully interviewed again, and 34 more interrupted the interview. A content analysis and qualitative analysis of audio recordings of interrupted interviews from both samples were conducted in order to measure and characterize differences in the reasons for interrupting interviews and their prevalence between Russians interviewed for the first time and those interviewed again (panel sample). At the listening stage, the sampling of audio recordings of interviews with respondents from sample A is spontaneous: 285 audio recordings from 602 interrupted interviews were listened to. From sample B, the audition interview sample is solid: all 34 interrupted interviews have been listened to. The results of the study. Repeated respondents interrupt interviews much less often (9% vs. 33% among first-time respondents) and interrupting interviews more often results from the accumulation of problems during the survey (53% vs. 40% in Sample A), however, the prevalence of reasons for interruptions is similar in both samples. Most often, an interview is interrupted by an unwillingness to discuss the topic of the survey, technical problems, and the respondent's employment. At the same time, despite the prevalence of interruptions due to unwillingness to discuss the topic of the survey, questions about the Russian-Ukrainian conflict cause more interruptions than other political topics.

Keywords: telephone surveys, Russian-Ukrainian conflict, panel polls, cooperation of respondents, interruptions of interviews

Введение

Для получения репрезентативных выборок в ходе массовых телефонных опросов используется случайный отбор телефонных номеров — RDD (Random Digital Dialing). Сначала в рамках диапазонов номеров, выдаваемых Минцифры РФ операторам мобильной связи по регионам, специальной программой (в нашей практике это Survey Studio) случайно генерируются номера мобильных телефонов¹, которые образуют выборку, подающуюся в колл-центр для совершения звонков по ней. Однако случайность выборки номеров телефонов для опроса не гарантирует ее репрезентативности, поскольку в ходе полевых работ могут произойти разного рода систематические смещения. Во-первых, до представителей разных групп дозвониться не одинаково просто: где-то есть проблемы со связью, какие-то группы более заняты, какие-то не отвечают на звонки с незнакомых номеров. Во-вторых, не все респонденты готовы до конца проходить опросы: по данным наших исследований, среди подходящих для опроса россиян успешно прошедших анкету оказывается меньшинство: на одно успешное интервью, как правило, приходится более десяти отказавшихся от участия в опросе [Звоновский, Ходыкин, 2026]. Еще некоторое число респондентов начинают интервью, но прерывают их, не дойдя до конца.

В каждом опросе можно выделить две группы респондентов: в первую входят успешно прошедшие опрос, а во вторую — те, кто отказался от интервью или прервал его [Tuckel, O'Neill, 2002]. Вторая всегда значительно больше первой по объему. И если она также оказывается отличающейся по измеряемым параметрам от первой, то можно констатировать систематическое смещение выборки из-за самоотбора респондентов, несмотря на то что выборка изначально была случайной. Поэтому столь важен контроль показателей кооперации респондентов и причин самоотбора респондентов. Хотя число прерванных интервью стабильно оказывается меньшим по сравнению с количеством успешно прошедших опрос, причины неготовности отвечать на вопросы анкеты, связанные с ее содержанием, лучше всего видны именно при анализе прерванных интервью, что обуславливает необходимость изучения причин 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 отказавшимися в самом начале опроса и успешно прошедшими его до конца, 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), но могут быть и следствием дискомфорта от темы опроса или неготовности отвечать на вопросы анкеты в тех формулировках, в которых они заданы. В любом случае, в отличие от отказавшихся участвовать в интервью в самом его начале, прервавшие интервью респонденты уже услышали часть вопросов анкеты и сформировали какое-то отношение к ним.

Хотя причины досрочного прекращения интервью респондентами в телефонных опросах исследованы явно недостаточно, особенно за последние 10—15 лет, ко-

¹ Сейчас большинство исследователей ограничиваются использованием только номеров мобильных телефонов ввиду почти всеобщего покрытия ими населения России: уже в 2015 г. величина ошибок покрытия из-за отсутствия доступа к мобильной связи была менее 2% [Сапонов, 2015].

гда телефонные опросы получили наибольшее распространение, все же имеются работы на эту тематику и близкие ей [Groves et al., 2009; McGonagle, 2013; Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Линейная модель вопрос-ответной коммуникации по Г. Лассуэллу включает в себя пять элементов: 1) источник сообщения; 2) содержание сообщения; 3) канал, по которому передается сообщение; 4) получатель информации и 5) эффект от передачи информации [Lasswell, 1948]. Телефонные опросы отличаются от других видов опросов каналом коммуникации — использованием телефонной связи в качестве канала сообщений, что может влиять и на содержание сообщения, и на эффект передачи информации (например, плохая слышимость или, напротив, очень хорошая слышимость, передающая нюансы пространства, в котором находится респондент при ответе на вопросы).

Особое внимание исследователи уделяют взаимодействию интервьюера и респондента, в частности особенностям поведения интервьюеров, снижающим мотивацию респондентов проходить опросы. В работах Джессики Брум показано влияние коммуникативного поведения и характеристик речи интервьюеров на достижимость респондентов: отзывчивость и эмпатия интервьюеров повышают коэффициенты ответов респондентов и побуждают их продолжать прохождение опроса даже при утрате внутренней мотивации к этому [Broome, 2012, 2014]. По данным других исследований, даже тембр голоса и темп речи интервьюеров влияют на готовность респондентов отвечать на вопросы: интервьюеры с более высоким тембром голоса, умеренной интонацией, умеренно быстрым темпом речи, меньшим количеством запинок и перебиваний респондентов оцениваются более положительно и реже сталкиваются с отказами от участия в опросе [Charoenruk, Olson, 2018; Conrad et al., 2013]. Как отмечают А. А. Ипатова и Д. М. Рогозин, «ошибки интервьюеры совершают из-за отсутствия рефлексивной позиции, из-за непонимания механики коммуникативного процесса. Большинство из них при этом обладают столь необходимыми для интервьюера техниками, которым научить нельзя: доброта, вежливость, уважение, человечность, отсутствие оценивания, но, к сожалению, они не имеют навыка применения их в коммуникации» [Ипатова, Рогозин, 2018].

К исходящим от исследователей проблемам, то есть содержанию сообщения в терминах Г. Лассуэлла, можно отнести неудачно разработанный инструментарий: мотивацию проходить опрос до конца снижают избыточная длина анкеты, длинные и сложные вопросы, которые трудно воспринимать на слух, вопросы, вызывающие у респондентов опасения. Чем длиннее анкета и, соответственно, чем больше времени у респондентов уходит на ее прохождение, тем больше будет тех, кто не готов тратить время на более длинную анкету [Rogelberg et al., 2003]. Иными словами, желающих и имеющих возможность пройти пятиминутную анкету при прочих равных условиях всегда будет больше, чем готовых тратить на опрос 20 минут. Более длинные анкеты чаще готовы проходить менее занятые и в большей степени интересующиеся темой опроса респонденты, распределение мнений которых по исследуемым параметрам может быть иным, чем у более занятых, что приводит к увеличению риска систематических смещений выборки [Keeter et al., 2006]. Увеличение длины анкеты негативно влияет и на качество получаемых данных (то, насколько вдумчиво и осмысленно респонденты отвечают на вопросы)

[Holbrook, Green, Krosnick, 2003]. Поэтому для телефонных опросов лучше не делать анкеты длиннее 15 минут [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026].

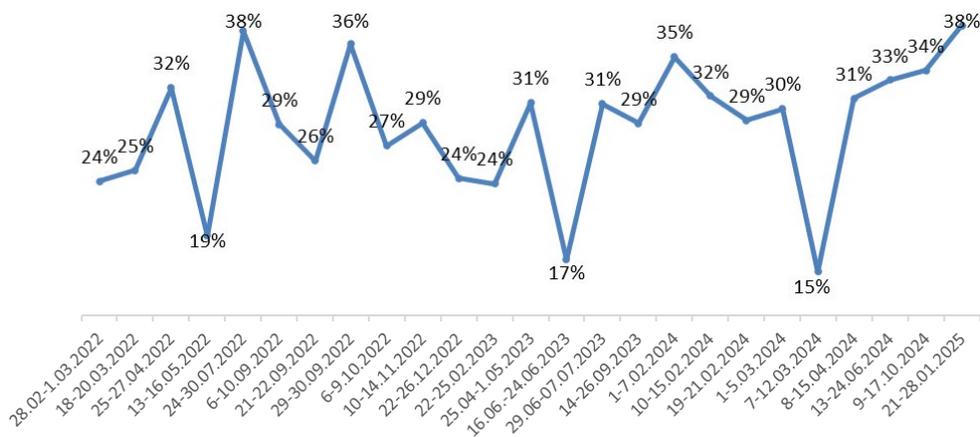
Спецификой телефонных интервью является необходимость воспринимать все формулировки на слух, поэтому, если они превышают способность респондента к восприятию и удержанию информации в памяти или вынуждают его тратить на это слишком много ресурсов, готовность осмысленно отвечать на такие вопросы и в целом проходить такие опросы снижается [Мануильская, 2014; Dillman, Smyth, Christian, 2014]. Поэтому Р. Гроувс и его соавторы пришли к выводу о первоочередном значении формулировок вопроса для эффективной опросной коммуникации, на сбой в которой влияют стилистические характеристики вопросных форм: краткость, простота, соответствие знаниям респондентов и другие характеристики задаваемых в анкете вопросов [Groves et al., 2009].

Сенситивность политической тематики и динамика прерываний интервью

Отдельное внимание следует уделить сенситивности темы опросов. Если вопросы интервью воспринимаются респондентами как дискомфортные и сенситивные, количество прерванных интервью возрастает [Звоновский и др., 2024]. Сенситивность для россиян темы конфликта с Украиной неоднократно охарактеризована как в наших исследованиях [Звоновский, Ходыкин, 2023а, 2023б], так и в исследованиях коллег [Frye et al., 2024; Tkachenko, Vyrskaia, 2025].

На базе наших опросов на политическую тематику, проведенных с 24 февраля 2022 г. до конца января 2025 г., мы сравнили доли прерванных интервью от общего числа начавших опрос (успешно прошедших скрининг). Средняя доля прерываний от суммы прерванных и успешных интервью составила 29%, но изменялась от опроса к опросу в соответствии с особенностями каждой волны (длиной анкеты, формулировками вопросов и т. п.) (см. рис. 1). Средняя доля прерываний в российских телефонных опросах, хоть немного и превышает аналогичную долю в сходных по методу зарубежных исследованиях (23%), но близка к ним количественно [McGonagle, 2013].

Рис. 1. Динамика доли прервавших опрос от суммы прерванных и полных интервью (Фонд социальных исследований, 2022—2025 гг.)



Чтобы нивелировать влияние особенностей каждого конкретного опроса и проследить связь прерываний интервью с политическими событиями, представим динамику доли прерванных интервью от суммы прерванных и успешных в ключевые периоды изменения интереса к политическим событиям. В предыдущих исследованиях нами выделены шесть основных периодов изменения интереса россиян к политике, связанного с военно-политическими событиями: 1) начало военных действий (опрос 28 февраля — 1 марта 2022 г., $N = 1642$), 2) период до мобилизации (опросы с 10 марта по 10 сентября 2022 г., суммарный объем выборок — 18 694), 3) период первых десяти дней мобилизационной кампании (опросы с 21 сентября по 1 октября 2022 г., суммарный объем выборок — 2802), 4) время после окончания самой активной фазы мобилизации, но до начала предвыборной кампании (опросы с 6 октября 2022 г. по 26 сентября 2023 г., суммарный объем выборок — 8377), 5) время перед президентскими выборами (опросы с 1 февраля по 12 марта 2024 г., суммарный объем выборок — 5008) и 6) после президентских выборов (опросы с 8 апреля 2024 г. по 26 февраля 2025 г., суммарный объем выборок — 7279) [Звоновский, Ходыкин, 2024].

Сразу после начала военных действий доля прерываний была самой низкой: около 24%. После она выросла до 27% и оставалась на этом уровне до президентских выборов 2024 г., после которых доля обрывов выросла до 33% (см. рис. 2). То есть имеется тенденция роста числа прерываний, но вклад в нее вносят только два изменения их доли: произошедшее в марте 2022 г. и после президентских выборов. На первую точку роста прерываний могли повлиять ужесточение законодательства и криминализация антивоенной позиции, на вторую — усталость от военных действий в сочетании с утратой интереса к политической тематике после того, как президентские выборы уже прошли.

Рис. 2. Динамика доли прервавших опрос от суммы прерванных и полных интервью в основные периоды (Фонд социальных исследований, 2022—2025 гг.)



Наметившаяся тенденция роста числа прерванных интервью означает, что все больше россиян начинают интервью, но не имеют желания или возможности его завершить. Для выявления причин неготовности значимой части респондентов проходить политические опросы до конца проводятся методические исследования прерванных интервью. В предыдущем исследовании мы проанализировали причины прерываний интервью в репрезентирующем взрослое население России массовом телефонном опросе [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Однако, во-первых, то исследование проведено впервые, поэтому в нем невозможно

было измерить устойчивость выявленных причин прерываний и проследить динамику их распространенности, во-вторых, на предыдущем этапе у нас не было возможности сравнить причины и уровень распространенности досрочных прекращений интервью у респондентов, которых легче и сложнее достичь, а это в свою очередь помогает охарактеризовать специфику прохождения анкеты россиянами, с большей готовностью участвующими в политических опросах, и, возможно, узнать, что может сделать такие опросы более привлекательными и для остальных.

Поэтому в данной статье мы сравним распространенность и причины прерываний интервью респондентами, опрошенными впервые, и участвовавшими в политических опросах ранее, то есть теми, кого можно условно отнести к более легкодоступным участникам таких опросов. Методических работ предшественников с подобным сравнительным анализом причин прерываний нам найти не удалось. В основном сравнительный анализ опросов по первичным и повторным выборкам проводится с целью выявления 1) различий в политических взглядах между респондентами с разной готовностью проходить политические опросы или 2) изменения либо в ответах повторно опрошенных респондентов, либо в их готовности продолжать участвовать в опросах, несмотря на не способствующие этому политические изменения.

В 2022 г. Д. Волков и К. Агапеева описали результаты методического эксперимента, в котором они проверяли гипотезу о том, что более оппозиционно настроенные россияне уклоняются от участия в опросах. С этой целью они агрегировали ($N = 6995$) «массивы телефонных опросов, проведенных центром в 2021 г., а затем в течение двух дней пытались повторно опросить отобранных респондентов. По каждому номеру было сделано не менее четырех попыток дозвониться, по возможности, в разное время дня. Тем, кто согласился принять участие в опросе, было задано несколько вопросов о текущих событиях»². Тот эксперимент не подтвердил предположение, что респонденты, которые не одобряют деятельность руководства страны, после начала военного противостояния стали чаще отказываться от участия в опросах.

В 2024 г. исследователи проекта «Хроники» проверили гипотезу о влиянии наличия опыта прохождения политического опроса на ответы респондентов при повторном опросе³. Или, по-другому: они выясняли, есть ли разница по числу попыток контакта (с какой попытки дозвонились до респондента и провели успешное интервью) между сторонниками СВО, ее противниками и не пожелавшими ответить на этот вопрос и изменяется ли эта разница при повторном опросе этих респондентов. Социологи пытались связаться с респондентами, позиция которых относительно военных действий измерялась в телефонных опросах, проводившихся за 6—13 месяцев до повторного опроса. В ходе первой волны такого панельного исследования не обнаружено никаких значимых различий в числе попыток контактов со сторонниками, противниками военных действий и не пожелавшими

² Волков Д., Агапеева К. Готовность участвовать в опросах: результаты эксперимента // Левада-Центр. 2022. 14 июня. URL: <https://www.levada.ru/2022/06/14/gotovnost-uchastvovat-v-oprosah-rezultaty-eksperimenta/> (дата обращения: 25.02.2026) (материал создан и распространен российским юридическим лицом, признанным выполняющим функции иностранного агента).

³ Аналитический отчет по итогам 13 волны опросов проекта «Хроники». URL: https://github.com/dorussianswantwar/research1/tree/main/Глава_13 (дата обращения: 25.02.2026).

дать определенный ответ. При повторном опросе в сентябре 2024 г. также не оказалось значимых различий.

Цель и задачи исследования

Цель исследования — измерить и охарактеризовать различия в причинах прерывания интервью и их распространенности между впервые опрошенными и повторно опрошенными (панельная выборка) россиянами.

Задачи исследования:

- выявить и охарактеризовать основные причины прерывания интервью в политических телефонных опросах;
- описать проблемы опросной коммуникации интервьюеров и респондентов на материалах предшествующих прерываниям диалогов;
- измерить влияние накопительного эффекта проблем в опросной коммуникации на число прерываний;
- сравнить распространенность причин прерываний в разных выборках;
- измерить влияние особенностей составления вопроса и его темы на долю прервавшихся на нем интервью.

Материалы и методы исследования

Исследование проведено в два этапа.

Первый этап

Метод — телефонный опрос (CATI) на тему отношения россиян к военному противостоянию с Украиной, проведенный в октябре 2024 г. одной из исследовательских групп. Опрос проведен по двум выборкам.

В выборку А ($N = 1242$ успешных и 602 прерванных интервью) вошли респонденты, опрашиваемые впервые. Выборка случайная, стратифицирована по федеральным округам. Ошибка выборки не превышает 2,78 % при уровне значимости 95 %. Базы контактов сгенерированы случайным образом на основании диапазонов, выдаваемых Минцифры РФ операторам мобильной связи на 2023 г. Опрос проводился только по мобильным номерам, поскольку покрытие населения мобильной связью в России почти сплошное, что побудило исследовательские компании (ВЦИОМ, Russian Field, ExtreamScan, Фонд социальных исследований и др.) отказаться от использования стационарных номеров в телефонных опросах.

В выборку Б ($N = 362$ успешных и 34 прерванных интервью) попали респонденты, участвовавшие в предыдущей волне опроса на военно-политическую тематику (13—24 июня 2024 г., $N = 1603$) и успешно завершившие интервью. На основе этих контактов сформирована база: каждый номер из нее прозванивался не менее пяти раз либо до получения финального статуса. В результате из 1603 ранее успешно опрошенных респондентов повторно удалось успешно опросить 362 человека (57 % мужчин и 43 % женщин; 10 % в возрасте 18—29 лет, 53 % 30—59 лет и 37 % 60 лет и старше) и еще 34 прервали интервью (56 % мужчин и 44 % женщин; 12 % в возрасте 18—29 лет, 56 % 30—59 лет и 32 % 60 лет и старше). Таким образом, половозрастная структура прервавших и успешно прошедших опрос респондентов не различается, однако в целом панельная выборка незначительно смещена в сторону преобладания мужчин и недостатка молодежи.

Второй этап

Методы — контент-анализ и качественный анализ документов, а именно аудиозаписей диалогов с респондентами, прервавшими интервью, из обеих выборок. Количественное исследование (контент-анализ) позволяет измерить распространенность причин прерывания интервью, а качественный анализ дает материалы для описания нарративов, стоящих за этими причинами. На этапе прослушивания выборка аудиозаписей интервью с респондентами из выборки А стихийная: прослушаны 285 из 602 прерванных интервью. Записи в выборку специально не отбирались, их количество в ней обусловлено ограниченными ресурсами авторов. Из выборки Б прослушаны все 34 прерванных интервью.

Гипотезы исследования

1. Повторное участие в опросах на военно-политическую тему указывает на возможности и желание проходить такие опросы. Исследование компании «Хроники» показывает, что достигать респондентов, ранее успешно проходивших политические опросы, легче⁴, поэтому можно предположить, что и доля прерванных интервью от суммы прерванных и успешных среди респондентов выборки Б будет ниже, чем в выборке А.

2. При этом на предыдущем этапе исследования мы выяснили, что конкретные особенности вопроса (его длина, формулировка, сложность и т. п.) влияют на число прерываний в нем сильнее, чем его тема [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Предположим, что эта зависимость сохранится и в новой волне опроса, и по сформированным по-разному выборкам.

3. В опросах, проведенных на одинаково сформированных выборках, причины прерывания интервью с большей вероятностью будут похожими. В то же время в опросах, где выборка формируется случайно, и в опросах на базе ранее успешно опрошенных респондентов причины отказов и прерываний, скорее всего, будут различаться. Это связано с тем, что люди, уже участвовавшие в политических опросах, как правило, более лояльны к исследователям и менее чувствительны к политической тематике, поскольку не в первый раз соглашаются тратить время и усилия на участие в таких исследованиях.

Поэтому предположим, что распределение причин прерываний между выборками А и Б будет различаться сильнее, чем между выборкой А и выборкой из предыдущего репрезентативного опроса взрослого населения РФ, проведенного в январе 2024 г.

4. Наши предыдущие исследования показывают, что в политических опросах по случайным выборкам досрочное прекращение интервью часто является следствием накопительного эффекта проблем в коммуникации, случившихся между интервьюером и респондентом [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Однако доля прерванных интервью, в которых обрыву предшествовали такие проблемы, измерена не была. Предположим, что она составляет большинство от всех прерванных и в случайно составленной, и в панельной выборках.

⁴ Аналитический отчет по итогам 13 волны опросов проекта «Хроники». URL: https://github.com/dorussianswantwar/research1/tree/main/Глава_13 (дата обращения: 25.02.2026).

Структура анкеты

Для обеих выборок (А и Б) анкета была идентичной. В выборке А доля прерванных интервью от суммы прерванных и успешных составила 33%, тогда как в выборке Б — лишь 9%, что подтверждает первую гипотезу о том, что повторные участники опросов чаще готовы доводить их до конца. В выборку Б входят респонденты, знакомые с политическими опросами и вопросами в них и в большей степени готовые в таких опросах участвовать.

Среднее время на успешное прохождение интервью у респондентов из выборки А составило 13 мин. 54 сек., тогда для выборки Б — 13 мин. 7 сек., то есть повторно опрошенные респонденты проходили анкету чуть быстрее, но эта разница невелика, хотя и статистически значима ($p < 0,05$). Анкета разделена на шесть тематических блоков: 1) про выборы и отношение к политикам, 2) экономику, 3) используемые респондентами источники политической информации, 4) военное противостояние 5) отношение к политическим опросам и 6) социально-демографический блок. Структура анкеты представлена в таблице 1. Из таблицы мы видим, что количество прерываний не связано с длиной вопроса, как это было в нашем прошлом исследовании [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Видимо, причина этому — отсутствие в анкете сложных вопросов и лишь два длинных вопроса — про отношение к политикам (73—74 сек.) и про источники информации о политике (58—62 сек.). На этих вопросах респонденты прерывали заполнение анкеты чуть чаще, чем в среднем по опросу. Видимо, длинные вопросы имеют накопительный эффект, аккумулируя недовольство респондентов. Когда же таких вопроса в анкете только два, респонденты готовы продолжать интервью.

Таблица 1. Вопросы анкеты и число прерванных на них интервью

Кол-во прерванных в выборке А	Кол-во прерванных в выборке Б	Средняя длина вопроса по А в сек.	Средняя длина вопроса по Б в сек.	Текст вопроса
0 (0%)	0 (0%)	15,24	15,41	6—8 сентября во многих регионах России прошли региональные или местные выборы. Вы что-то слышали или ничего не слышали об этих выборах?
149 (25%)	5 (15%)	18,55	18,92	Вы знаете, что-то слышали или ничего не знаете и не слышали о независимых, т. е. не связанных с органами власти, наблюдателях на выборах в России?
78 (13%)	5 (15%)	18,51	17,25	Вы скорее согласны или скорее не согласны с тем, что независимые наблюдатели важны для того, чтобы выборы в нашей стране были честными и справедливыми?

Кол-во прерванных в выборке А	Кол-во прерванных в выборке Б	Средняя длина вопроса по А в сек.	Средняя длина вопроса по Б в сек.	Текст вопроса
70 (12%)	5 (15%)	26,41	23,54	Вы скорее поддерживаете или скорее не поддерживаете запрет для россиян, которых объявили иностранными агентами, избираться, наблюдать и участвовать в избирательных кампаниях кандидатов?
29 (5%)	1 (3%)	19,67	18,27	Как вы считаете, допустимо или не допустимо проводить выборы в России во время режима чрезвычайной ситуации?
35 (6%)	1 (3%)	21,19	18,98	Насколько вы удовлетворены своим экономическим положением в настоящее время? Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 — совершенно НЕ удовлетворены, а 5 — полностью удовлетворены
12 (2%)	1 (3%)	18,36	17,42	А насколько вы удовлетворены экономическим положением в стране в целом? Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 — совершенно не удовлетворены, а 5 — полностью удовлетворены
9 (1%)	0 (0%)	18,38	16,56	Скажите, пожалуйста, насколько вы интересуетесь российской политикой?
6 (1%)	1 (3%)	14,16	13,53	Как часто вы обсуждаете политические вопросы с другими людьми?
28 (5%)	2 (6%)	61,65	57,52	Из каких источников Вы получаете информацию о российской политике? Отметьте все источники
36 (6%)	3 (9%)	9,35	8,62	Вы используете или не используете ви-пи-эн (VPN)?
28 (5%)	2 (6%)	74,13	72,72	Вы знаете, что-то слышали или ничего не знаете и не слышали о следующих деятелях?
27 (4%)	1 (3%)	14,46	13,69	Как вы полагаете, большинство ваших друзей и знакомых поддерживают или не поддерживают президента Путина?

Кол-во прерванных в выборке А	Кол-во прерванных в выборке Б	Средняя длина вопроса по А в сек.	Средняя длина вопроса по Б в сек.	Текст вопроса
4 (1%)	1 (3%)	11,39	10,68	А большинство граждан России поддерживают или не поддерживают президента Путина?
14 (2%)	1 (3%)	31,90	28,43	Вы в целом скорее одобряете или скорее не одобряете работу следующих органов власти?
10 (2%)	2 (6%)	19,01	15,87	Вы в целом скорее доверяете или скорее не доверяете своим согражданам, уехавшим из России после 24 февраля 2022 года?
4 (1%)	1 (3%)	24,04	22,66	Скажите, пожалуйста, Вы или кто-то из членов вашей семьи участвует или участвовал в спецоперации России на территории Украины, или никто не участвовал?
4 (1%)	1 (3%)	16,53	15,82	Скажите, пожалуйста, вы поддерживаете или не поддерживаете военную операцию России на территории Украины, затрудняетесь однозначно ответить или не хотите отвечать на этот вопрос?
5 (1%)	1 (3%)	14,66	13,28	Как вы полагаете, спецоперация России на территории Украины была неизбежной или ее можно было избежать?
16 (3%)	0 (0%)	22,42	20,90	Каким источникам информации о спецоперации в Украине вы доверяете в большей степени — государственным СМИ или независимым источникам? Или не доверяете ни тем, ни другим?
10 (2%)	0 (0%)	30,39	31,14	Что, на ваш взгляд, является наиболее правильной позицией гражданина России в отношении спецоперации в Украине?
2 (0%)	0 (0%)	18,96	17,19	В завершении нескольких вопросов о Вас для статистики. Какой у вас наивысший уровень образования, подтвержденный дипломом, аттестатом?

Кол-во прерванных в выборке А	Кол-во прерванных в выборке Б	Средняя длина вопроса по А в сек.	Средняя длина вопроса по Б в сек.	Текст вопроса
1 (0%)	0 (0%)	29,02	27,68	Какой основной род занятий у Вас в настоящее время?
2 (0%)	0 (0%)	15,01	14,59	Сколько всего человек проживает вместе с вами, включая вас, включая маленьких детей и временно отсутствующих?
2 (0%)	0 (0%)	26,07	26,70	Назовите, пожалуйста, примерный совокупный доход вашей семьи, тех, кто проживает вместе с вами, в месяц (включая зарплаты, пособия, выплаты, любые денежные поступления)? Нам нужно лишь приблизительное число
5 (1%)	0 (0%)	47,10	43,03	Какое из перечисленных описаний точнее всего соответствует материальному положению вашей семьи?
13 (2%)	0 (0%)	24,62	22,89	Насколько, по вашему мнению, безопасно принимать участие в социологических опросах на тему спеоперации? Оцените по шкале от 1 до 5, где 1 — совершенно безопасно, а 5 — очень опасно
3 (0%)	0 (0%)	24,49	22,71	Для улучшения качества наших исследований, скажите, по какой причине вы согласились принять участие в опросе:
0 (0%)	0 (0%)	12,99	11,58	Это были все вопросы, которые мы хотели Вам задать. Большое спасибо за участие в опросе!

Поскольку блоки анкеты включают разное количество вопросов, рассчитаем среднее число прерываний на один вопрос каждого блока, чтобы узнать, на какой блок приходится больше прерываний вне зависимости от количества вопросов в нем. Вопросы в выборке Б, состоящей из повторно опрошенных респондентов, прерывались слишком редко для сравнительного анализа выборок. В выборке А (впервые опрошены) чаще всего прерывался блок про выборы и отношение к политикам: на его вопросах респонденты вдвое чаще прекращали интервью (46), чем на блоке про экономику (24) (см. табл. 2). На каждый вопрос блока про источники информации о политике и политиках приходилось в среднем по 21 прерыванию, тогда как на блоки про СВО и отношение к опросам — по восемь прерываний на вопрос, а в социально-демографическом блоке — лишь по два. В нашем пре-

дыдущем исследовании причин прерывания интервью, проведенном по результатам прослушивания прерванных интервью всероссийского репрезентативного телефонного опроса на военно-политическую тематику (январь 2024, $N = 1619$ успешных и 888 прерванных), чаще всего прерывались блоки про источники политических новостей (22 прерывания на вопрос), СВО (15) и выборы (10) [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2026]. Иными словами, разница в количестве прерываний на вопросах по сходной тематике из разных анкет показывает, что конкретное содержание и формулировки вопросов влияют на число прерываний значительно сильнее, чем тема блока, — вторую гипотезу можно считать подтвержденной.

Таблица 2. *Распределение прерываний по блокам и выборкам*

Тема блока	Кол-во вопросов в блоке	Характеристики блоков					
		Среднее число прерываний на 1 вопрос выб. А	Среднее число прерываний на 1 вопрос выб. Б	Средняя длина вопроса (в сек.) выб. А	Средняя длина вопроса (в сек.) выб. Б	Всего прерываний выб. А	Всего прерываний выб. Б
Выборы и отношение к политикам	8	46	2	19,5	18,3	371 (62%)	19 (56%)
Экономика	2	24	1	19,8	18,2	47 (8%)	2 (6%)
Источники политической информации	5	21	2	35,5	33,8	107 (18%)	8 (24%)
СВО	6	8	1	21,2	19,9	49 (8%)	5 (15%)
Отношение к политическим опросам	2	8	0	24,6	22,8	16 (3%)	0 (0%)
Социально-демографический блок	5	2	0	27,2	25,8	12 (2%)	0 (0%)

Описание причин прерываний интервью

По итогам аудиоконтроля прерванных интервью нами выделены семь причин досрочного прекращения интервью респондентами и вариант с другими причинами, не вошедшими в перечень самых распространенных. Далее причины расположены в порядке убывания распространенности. Проиллюстрируем каждую из них конкретными диалогами интервьюера и респондента, указывающими на эту причину.

Нежелание обсуждать тему опроса проявляется в критических высказываниях респондентов по отношению к теме опроса, а также выражении дискомфорта или других отрицательных реакций на ее обсуждение. Распространенность таких причин свидетельствует о чувствительности темы опроса. Нежелание обсуждать российско-украинский конфликт проявляется в следующем диалоге:

И.: Каким источникам информации о спецоперации в Украине вы доверяете в большей степени: государственным СМИ или независимым источникам? Или не доверяете ни тем, ни другим?

Р.: Да ничего я это не понимаю и не хочу даже говорить на эту тему! (Прерывание на стороне респондента)

Слабо интересующийся политикой респондент неуверенно, тише ответов на другие вопросы и обрывисто отвечал на вопросы про военные действия, что может быть проявлением опасений в разговоре на острую политическую тему. Этот вопрос оказался пятым из посвященных военной тематике, и в нем, по-видимому, сказался накопительный эффект других вопросов из этого блока: дискомфорт от разговора о событиях, которые респондент в обычной жизни стремится не обсуждать и вытеснять из своей жизни как не зависящие от него, но грозящие проблемами, вызвал у него раздраженную реакцию и неготовность продолжать диалог. Этот пример важен еще и для понимания того, что, если опрос прерывается на каком-либо вопросе, то в случае неготовности обсуждать тему это не всегда связано с содержанием или формулировкой конкретного вопроса, на котором положили трубку: нередко сказывается накопительный эффект, когда на каком-то вопросе на дискомфортную респонденту тему у него просто заканчивается терпение. Для более поздних вопросов тематического блока вероятность собрать такие прерывания больше, чем для более ранних. Для снижения количества таких прерываний лучше снижать количество вопросов в блоках на острые или сложные для ответа темы. Как вариант — «разбавлять» блоки сенситивных вопросов менее чувствительными, чтобы расслабить респондента, снизить уровень дискомфорта для него.

К нежеланию обсуждать тему относятся и явно высказанные опасения столкнуться с государственными репрессиями за оценку решения о начале военных действий. Но столь прямо опасения проговариваются в единичных случаях:

И.: Скажите, пожалуйста, вы поддерживаете или не поддерживаете спецоперацию России на территории Украины? Затрудняетесь однозначно ответить или не хотите отвечать на этот вопрос?

Р.: Не хочу отвечать. Это статья уголовного розыска [вероятно, респондент имел в виду кодекс].

И.: Как Вы считаете, была ли спецоперация России на территории Украины неизбежной или ее можно было избежать?

Р.: Вы сейчас задаете мне вопросы, которые регулируются уголовным кодексом, да? Кодексом Российской Федерации. Я не буду отвечать на эти вопросы. (Прерывание на стороне респондента)

Технические неполадки проявляются в проблемах со связью, когда в диалог вмешиваются шипение, посторонние звуки, плохая слышимость респондента, обрыв звонка на полуслове и т. п. Приводить конкретные диалоги для иллюстрации этой причины нецелесообразно ввиду очевидности ее проявлений.

К занятости респондента мы относим случаи, когда респондент говорит, что у него мало времени, торопит интервьюера или в момент опроса случается си-

туация, которая мешает продолжить разговор: появилось срочное дело, встретил на улице друга, заплакал ребенок, почувствовал себя плохо и т. п. Пример такого случая:

И.: Вы в целом скорее одобряете или скорее не одобряете работу следующих органов власти?

Р.: Давайте прекратим, у меня времени нет, и я на работе сейчас. Извините Вы меня, у меня рабочее время, все, истекло обеденное. До свидания. (Прерывание на стороне респондента)

С одной стороны, респонденты не всегда могут адекватно оценить время, необходимое на прохождение опроса. Слова интервьюера о том, что интервью займет 10—15 минут, не помогают в случае неправильной оценки респондентом наличия у него этого количества времени: некоторые участники опросов думают, что 15 минут — это очень быстро, но, столкнувшись с реальной длиной анкеты, иногда понимают свою неготовность тратить такое количество времени. Также возможно, соглашаясь на прохождение опроса, она полагают, что справятся быстрее большинства других респондентов, а когда в реальности это не получается, прерывают звонок. С другой стороны, нехватка времени иногда может служить легитимным и социально одобряемым оправданием нежелания продолжать интервью, разного рода опасений или других причин: проще сослаться на занятость, чем говорить о своем нежелании продолжать опрос. Проблема методических исследований в невозможности в большинстве случаев отличить реальную занятость от используемой в качестве легитимной подмены других причин: почти никогда респонденты голосом не выдают себя, а считывать выражение лица и другие визуальные проявления в условиях телефонных опросов невозможно.

Неактуальность темы отмечается, когда ясно, что респондент плохо разбирается в теме опроса или не интересуется ей. В отличие от нежелания обсуждать тему при ее неактуальности, дискомфорт вызван не опасениями или неловкостью, а проявляемой в ответах низкой информированностью о теме опроса. Если респондент часто затрудняется, с трудом отвечает, просит пояснить значение каких-то понятий и т. п., можно прийти к выводу о его низкой осведомленности о предмете обсуждения, как и в случае, когда респондент четыре раза подряд затруднился с ответом или отказался — в таких случаях интервью с ним прекращается досрочно. Пример диалога, в котором слабая информированность стала причиной досрочного прекращения опроса:

И.: Вы в целом скорее одобряете или скорее не одобряете работу следующих органов власти? Работу президента России скорее одобряете или скорее не одобряете?

Р.: Ну вы прям вообще, чем дальше в лес, тем глубже партизаны. Я занимаюсь своими делами и не занимаюсь делами президента.

И.: Правительство России?

Р.: Тот же самый ответ.

И.: Государственной думы?

Р.: Господи, я вообще ничего не знаю. Они просто есть.

И.: *Вы в целом скорее доверяете или скорее не доверяете своим согражданам, уехавшим из России после 24 февраля 2022 года?*

Р.: *У меня таких сограждан знакомых нету.*

И.: *Мы изучаем, как спецоперация России на территории Украины повлияла на жизни российских граждан. Скажите, пожалуйста, вы или кто-то из членов вашей семьи участвует или участвовал в спецоперации России на территории Украины?*

Р.: *Вот этих дел я вам не скажу.*

И.: *Скажите, пожалуйста, вы поддерживаете или не поддерживаете военную операцию...*

Р.: *Спасибо, до свидания. (Прерывание на стороне респондента)*

У не интересующейся политикой респондентки вызывают недоумение вопросы на политическую тематику. Она прямо говорит об отсутствии желания разбираться в принимаемых решениях и оценивать их, считая это прерогативой руководства страны: «Я занимаюсь своими делами и не занимаюсь делами президента». Со своим окружением о политике она также не разговаривает, оставаясь неинформированной об их политических взглядах. Вопросы на тему, в которой респондентка некомпетентна, вызывают у нее раздражение, накапливающееся по мере прохождения анкеты и в конце концов приводящее к прерыванию интервью. Хотя прерывание случилось на вопросе об отношении к СВО, утрата интереса к опросу у респондентки происходила постепенно, когда она получала один за одним вопросы на неинтересную ей тему политики, накопительный эффект которых не позволил ей пройти анкету до конца.

Длину анкеты можно отнести к причинам прерывания, когда респондент говорит, что анкета слишком длинная, что уже долго идет разговор, дольше обещанного и в других случаях, когда респонденты отказываются проходить опрос, прямо ссылаясь на продолжительность интервью. От причины «занятость респондента» это отличается тем, что при занятости причина прерывания внешняя: если бы не возникли дела или какие-то внешние обстоятельства, респондент бы продолжил отвечать. Длина анкеты — это причина преимущественно внутренняя: респонденту надоело отвечать, он устал или не готов столь много времени тратить на опрос.

И.: *Назовите, пожалуйста, примерный совокупный доход вашей семьи, тех, кто проживает вместе с вами, в месяц (включая зарплаты, пособия, выплаты, любые денежные поступления)? Нам нужно лишь приблизительное число.*

Р.: *Слушайте, вы меня так утомили уже, полчаса, я, вот, сериал смотрела, что-то подустала я от вас.*

И.: *А все уже, вопросы для статистики...*

Р.: *Ну, Вы сказали, вопросов на две минуты, а уже три минуты прошло... Подустала я от вас.*

И.: *Ну, видимо, мы с вами общаемся помимо... Ну вот, мне отметить, приблизительно, как мне написать? Вот примерно сколько у Вас в месяц получается на семью? (Прерывание на стороне респондента)*

В данном случае интервью действительно получилось длинным — звонок прервался на 29-й минуте при средней длине анкеты в 13 минут. Так получилось из-за

того, что респондентка подробно отвечала на все вопросы, долго рассуждала, ей приходилось повторять формулировки и возвращать от рассуждений к выбору конкретных вариантов. В случае таких разговорчивых респондентов перед интервьюером возникает сложная дилемма, универсальных решений которой нет: или жестко прерывать рассуждения респондентов, возвращая их к выбору конкретных вариантов, экономя тем самым время и деньги опросной компании, но рискуя утратить динамический характер коммуникации и вызвать раздражение собеседника, или более мягко направлять разговор в нужное русло, но рискуя удлинением анкеты и утомлением обеих сторон диалога. Несмотря на инструктажи, конечное решение в каждом конкретном случае остается за интервьюером и принимается им на основании его опыта и трактовки коммуникативной ситуации. В целом же чем короче анкета, тем лучше будет кооперация респондентов при прочих равных условиях. Среди всех опросных методов длина анкеты наиболее принципиальна для телефонных опросов, поскольку в них звонок опросной компании вторгается в повседневную жизнь респондента при всей его возможной занятости и требует от респондента наибольших усилий, поскольку вопросы и варианты ответов ему приходится воспринимать на слух, что быстрее вызывает утомление.

Формулировки вопросов отмечаются в качестве причины прерывания, когда респондент критикует длину, логику, формулировки или понятия, использованные в вопросах или вариантах ответов.

И.: Вы скорее поддерживаете или скорее не поддерживаете запрет для россиян, которых объявили иностранными агентами, избираться, наблюдать и участвовать в избирательных кампаниях кандидатов?

Р.: Ни хрена не понял вопрос. (Прерывание на стороне респондента)

По мере прохождения анкеты у респондента вопросы в целом вызывали затруднения, несколько раз повисали паузы перед ответом, один раз пришлось повторить вопрос. Формулировка данного вопроса в виде сложного предложения оказалась непонятой респонденту на слух, что вызвало его раздражение, грубый ответ и нежелание продолжать опрос. Это еще раз демонстрирует, что в телефонных опросах предложения должны быть максимально простыми с минимумом знаков препинания и однородных членов предложения, поскольку в опросах участвуют люди с разной способностью к восприятию информации на слух, с разным уровнем образования и качеством телефонной связи.

Поведение интервьюера называется в качестве причины прерывания, когда оно произошло из-за того, что интервьюер в недостаточной мере подготовился к опросу (часто запинался, путался в словах и т. п.) или повел себя некорректно: нагрубил респонденту, высказал свою точку зрения или другим способом отбил у респондента желание проходить опрос. Как верно отметил Д. М. Рогозин и его коллеги, большая нагрузка на интервьюеров, их эмоциональное выгорание, большое число отказов и не всегда адекватные ответы респондентов вызывают нарушения интервьюерами инструкции [Рогозин, 2017; Рогозин, Ипатова, Галиева, 2018]. Иногда они допускают некорректные реакции или высказывания в адрес респондента. Чаще всего это приводит к прерыванию опроса, поскольку восста-

новить такую коммуникацию почти невозможно. К счастью, такие случаи редки, но и это тоже случается:

И.: (После долгих рассуждений респондентки при ответе на вопрос об оценке органов власти) *Вы не согласны отвечать на вопросы? Вы согласились на опрос, но Вы не хотите на них отвечать.*

Р.: *Почему это я не согласна? Я отвечаю.*

И.: *Вы начинаете рассказывать истории. Если бы туда бы, если бы вот отсюда.*

Р.: *У Вас вопросы категоричные.*

И.: (С раздражением) *Да, опрос короткометражный, а беседы — с Соловьевым. (Прерывание на стороне интервьюера)*

В данном случае интервьюер в ответ на долгие рассуждения респондентки и после неудачных попыток вернуть ее к выбору вариантов ответа начинает грубо отвечать, потом сама прерывает звонок.

Распространенность причин прерываний

Представленное в таблице 3 распределение причин прерываний по выборкам свидетельствует об устойчивости причин прерываний интервью и в разных выборках, и в разные опросные периоды (третья гипотеза не подтвердилась: распределение причин прерываний между выборками А и Б не различается сильнее, чем между выборкой А и опросом января 2024 г.). Обращает на себя внимание меньшее число прерываний из-за ошибок интервьюера в более короткой октябрьской анкете и отсутствие жалоб на формулировки вопросов со стороны повторно опрошенных в октябре респондентов (выборка Б). В вариант «другое» попали все случаи, когда опрос прерывался из-за поведения респондента (грубит, отвечает в шутку, допускает оскорбления и т. п.), его состояния (пьяный, неадекватный, больной и т. п.) или отсутствия принадлежности к генеральной совокупности (не гражданин России), а также все случаи, когда в опрос вмешивались третьи лица или аудиозапись интервью не давала ни малейшей возможности выяснить причину прерывания.

Таблица 3. *Распределение причин прерываний по выборкам, в %*

Причина прерывания	Выборка А	Выборка Б	Январь 2024
Нежелание обсуждать тему	26	29	22
Технические неполадки	23	29	23
Занятость респондента	15	12	17
Неактуальность темы	11	15	16
Длина анкеты	8	6	5
Формулировки вопросов	6	0	7
Поведение интервьюера	1	0	4
Другое	9	9	7

Не всегда прерывание интервью происходит из-за внезапно возникшей трудности, иногда к досрочному прекращению приводит накопление проблем: нарастающее недовольство темой или вопросами анкеты, нехватка знаний у респондента, демонстрация усталости от опросной процедуры и аналогичные проблемы имеют свойство накапливаться на протяжении интервью и, достигнув критической точки, приводят к обрыву. Распространенность предшествующих прерыванию трудностей коммуникации мы посчитали на массивах прослушанных интервью по обеим выборкам. Таблица 4 показывает, что такие трудности характерны для большинства прерванных интервью из выборки Б (53%), тогда как в выборке А таких меньше половины (40%), то есть четвертая гипотеза подтверждена частично — только для выборки Б (повторно опрошенных респондентов). Различия между выборками можно объяснить большей устойчивостью повторно опрашиваемых респондентов к нарушениям коммуникации: респонденты, которые уже участвовали в похожих опросах, реже прерывают интервью из-за единичной трудности — чтобы они потеряли готовность проходить анкету, им нужно столкнуться с несколькими проблемами коммуникации и ощутить кумулятивный эффект этих трудностей. В то же время впервые опрашиваемым россиянам для прерывания интервью чаще достаточно и одной видимой трудности в диалоге.

Таблица 4. *Распределение по выборкам сбоев коммуникации, предшествовавших прерыванию интервью, в % от всех прерванных интервью в каждой выборке*

Наличие выявленных при прослушивании интервью проблем в коммуникации до прерывания, на предыдущих вопросах: критика анкеты, затруднения, спор с интервьюером, высказывание претензий, нежелания отвечать и т. п.	Выборка А (впервые опрошенные)	Выборка Б (повторно опрошенные)
Да	40	53
Нет	60	47

Накопительный эффект проблем коммуникации в большей степени обуславливает прерывания повторно участвующими в политических опросах респондентами, тогда как впервые опрашиваемые чаще досрочно прекращают интервью и без влияния накопленных в диалоге трудностей.

Выводы и обсуждение результатов

Повторно участвующие в опросах на тему российско-украинского конфликта значительно реже прерывают интервью: в 9% случаев, тогда как среди впервые опрашиваемых респондентов эта доля составляет 33%, что подтверждает первую гипотезу: доля прерванных интервью от суммы прерванных и успешных среди повторно опрошенных респондентов действительно ниже, чем среди впервые опрошенных. Получается, что повторно в опросах на военно-политическую тему участвуют респонденты с более высокой заинтересованностью в ней. Можно предположить, что использование повторных выборок и панельных данных в целом будет увеличивать долю готовых обсуждать военно-политические темы и уменьшать число затруднившихся с ответом или имеющих нейтральную позицию.

При этом конкретное содержание вопросов влияет на число прерываний сильнее, чем тема блока — вторую гипотезу можно считать подтвержденной. Например, вопрос об информированности о выборах не вызвал прерываний ни в одной выборке, тогда как идущий следом вопрос о независимых наблюдателях из того же блока про выборы и политику в сумме по обеим выборкам собрал 154 прерывания. То есть дискомфорт для респондента не столько в обсуждаемой теме, сколько в конкретном ее аспекте, который измеряется опросом и в формулировке вопросов. Соответственно, находя более удачные формулировки, исследователи получают возможность изучать чувствительные на данный момент для общественного мнения темы.

Распределение причин досрочного прекращения интервью стабильно и слабо различается и между волнами исследования, и между по-разному сформированными выборками — третья гипотеза не подтвердилась. Нежелание обсуждать российско-украинский конфликт часто связано с опасениями негативных последствий, однако напрямую об этом говорится в единичных случаях. Тем не менее основными причинами прерывания интервью являются нежелание обсуждать тему опроса, технические неполадки и занятость респондента. При этом, несмотря на распространенность прерываний из-за нежелания обсуждать тему опроса, вопросы про СВО не вызывают большего числа прерываний по сравнению с другими политическими темами.

В 53% прослушанных прерванных интервью с повторно опрошенными респондентами и в 40% — с участвовавшими впервые перед досрочным завершением опроса возникали трудности в коммуникации. Это могло проявляться в нарастающем недовольстве темой или вопросами анкеты, затруднениях с ответами, спорах с интервьюером и т. п. Таким образом, прерывание интервью часто связано не с одной причиной, а с накоплением нескольких проблем, которые в итоге делают продолжение опроса невозможным. Однако только в выборке повторно опрошенных респондентов (выборка Б) прерыванию интервью в большинстве случаев предшествовали проблемы в коммуникации: среди впервые опрошенных таких прерываний все же не большинство — четвертая гипотеза о том, что большинству прерываний предшествуют проблемы в диалоге интервьюера и респондента, подтвердилась частично, только для выборки Б.

Более склонные к участию в политических опросах респонденты действительно реже прерывают интервью, для обрыва ими коммуникации нужно больше проблем в ходе опроса. Однако структура причин прерываний среди них сходна той, которая выявлена у впервые опрошенных. Более высокая готовность одних и тех же респондентов участвовать в опросах создает риск систематического смещения выборок в сторону преобладания таких респондентов за счет самоотбора более труднодоступных групп. Поэтому следует обеспечивать повышение репрезентативности выборок за счет обязательного прозвона всей базы контактов не менее трех раз или до достижения финального статуса. Поскольку конкретное содержание и формулировки вопросов влияют на готовность отвечать сильнее, чем обсуждаемая тема, важно с помощью вопросных формулировок делать анкету более комфортной для респондента: делать вопросы более короткими и менее сложными (как синтаксически, так и содержательно), использовать проективные

формулировки в вопросах на чувствительные темы, спрашивать о более известном и актуальном для большинства респондентов, относительно сложные и чувствительные вопросы сочетать с более простыми, избегая концентрации дискомфортных для респондентов вопросов, сокращать как длину всей анкеты, так и длину конкретных вопросов в ней.

Список литературы (References)

1. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Восприятие россиянами конфликта с Украиной: проверка гипотезы «спирали молчания» // Социологические исследования. 2023а. № 11. С. 38—50. <https://doi.org/10.31857/S013216250028531-7>.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2023a) 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.)
2. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Стратегии адаптации сторонников и противников спецоперации к жизни в ее условиях (на примере жителей Самарской области) // Социологический журнал. 2023б. Т. 29. № 1. С. 8—35. <https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.1.1>.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2023b) Strategies of Adaptation of Supporters and Opponents of the Special Operation to Life in Its Conditions (On the Example of Residents of the Samara Region). *Sociological Journal*. Vol. 29. No. 1. P. 8—35. <https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.1.1>. (In Russ.)
3. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Российское общественное мнение в условиях военного конфликта 2022—2023. Chişinău: Historical Expertise, 2024.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2024) Russian Public Opinion in the Context of Military Conflict 2022—2023. Chişinău: Historical Expertise. (In Russ.)
4. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В., Блинова Е. В., Пятницкая Н. А. Проявления чувствительности темы российско-украинского конфликта в массовых телефонных опросах россиян: анализ аудиозаписей интервью // Вестник общественного мнения. 2024. № 1. С. 19—36.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V., Blinova E. V., Pyatnitskaya N. A. (2024) Manifestations of Sensitivity of the Topic of the Russian-Ukrainian Conflict in Mass Telephone Surveys of Russians: Analysis of Audio Recordings of Interviews. *Bulletin of Public Opinion*. No. 1. P. 19—36. (In Russ.)
5. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В., Раскевич А. В. В свете опросов. Методические проблемы измерения общественного мнения о российско-украинском конфликте. Самара: Стандарт, 2026.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V., Raskevich A. V. (2026) In The Light of The Polls. Methodological Problems of Measuring Public Opinion on The Russian-Ukrainian Conflict. Samara: Standard, 2026. (In Russ.)
6. Ипатова А. А., Рогозин Д. М. Неправильные решения интервьюеров при коммуникативных сбоях в стандартизированном телефонном интервью // Телескоп. 2018. № 4. С. 21—34.

- Ipatova A. A., Rogozin D. M. (2018) Incorrect Decisions of Interviewers in Case of Communication Failures in a Standardized Telephone Interview. *Telescope*. Vol. 130. No. 4. P. 21—34. (In Russ.)
7. Мануильская К. М. Инструменты для повышения эффективности автоматизированного телефонного опроса: на основе анализа прерванных интервью // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6. С. 28—41. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.6.03>.
Manuil'skaya K. M. (2014) Tools for Improving the Effectiveness of Automated Telephone Polling: Based on the Analysis of Interrupted Interviews. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. Vol. 124. No. 6. P. 28—41. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.6.03>. (In Russ.)
 8. Рогозин Д. М. В тени опросов, или Будни интервьюера. М.: Страна ОЗ, 2017.
Rogozin D. M. (2017) *In the Shadow of Polls, or the Everyday Life of an Interviewer*. Moscow: Strana OZ. 1 (In Russ.)
 9. Рогозин Д. М., Ипатова А. А., Галиева Н. И. Стандартизированное (телефонное) интервью. М.: Пункт, 2018.
Rogozin D. M., Ipatova A. A., Galieva N. I. (2018) *Standardized (Telephone) Interview*. Moscow: Punkt. (In Russ.)
 10. Сапонов Д. И. Типы ошибок покрытия в телефонном опросе // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 4. С. 36—49. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2015.4.02>.
Sapouov D. I. (2015) Types of Coverage Errors in a Telephone Survey. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 36—49. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2015.4.02>. (In Russ.)
 11. Broome J. S. (2012) *Vocal Characteristics, Speech, and Behavior of Telephone Interviewers*. Unpublished PhD Diss. Ann Arbor, MI: University of Michigan.
 12. Broome J. S. (2014) How Telephone Interviewers' Responsiveness Impacts Their Success. *Field Methods*. Vol. 27. No. 1. P. 66—81. <https://doi.org/10.1177/1525822X14531477>.
 13. Charoenruk N., Olson K. (2018) Do Listeners Perceive Interviewers' Attributes from their Voices and Do Perceptions Differ by Question Type? *Field Methods*. Vol. 30. No. 4. P. 312—328. <https://doi.org/10.1177/1525822X18784500>.
 14. Conrad F. G. Broome J. S., Benki J. R., Kreuter F., Groves R. M., Vannette D., McClain C. (2013) Interviewer Speech and the Success of Survey Invitations. *Journal of the Royal Statistical Society Series A: Statistics in Society*. Vol. 176. No. 1. P. 191—210. <https://doi.org/10.1111/j.1467-985X.2012.01064.x>
 15. Dillman D. A., Smyth J. D., Christian L. M. (2014) *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*. Hoboken, NJ: Wiley.
 16. Frye T., Hale H., Reuter O. J., Rosenfeld B. (2024) Sensitivity Bias in Regime Support: Evidence from Panel Surveys in an Autocracy at War. URL: <https://socialsciences>.

cornell.edu/sites/default/files/2024-10/sensitivity_bias_in_regime_support.pdf
(date of access: 13.05.2025).

17. Groves R. M., Fowler F. J., Couper M. P., Lepkowski J. M., Singer E., Tourangeau R. (2009) *Survey Methodology*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press; John Wiley & Sons.
18. Holbrook A. L., Green M. C., Krosnick J. A. (2003) Telephone versus Face-to-Face Interviewing of National Probability Samples with Long Questionnaires: Comparisons of Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 67. No. 1. P. 79—125. <https://doi.org/10.1086/346010>.
19. Keeter S., Kennedy C., Dimock M., Best J., Craighill P. (2006) Gauging the Impact of Growing Nonresponse on Estimates from a National RDD Telephone Survey. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 70. No. 5. P. 759—779. <https://doi.org/10.1093/poq/nfl035>.
20. Lasswell H. D. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In: *The Communication of Ideas*. New York, NY: Harper and Brothers. P. 37—51.
21. McGonagle K. A. (2013) Survey Breakoffs in a Computer-Assisted Telephone Interview. *Survey Research Methods*. Vol. 7. No. 2. P. 79—90.
22. Rogelberg S. G., Conway J. M., Sederburg M. E., Spitzmüller C., Aziz S., Knight W. E. (2003) Profiling Active and Passive Nonrespondents to an Organizational Survey. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 88. No. 6. P. 1104—1114. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.6.1104>.
23. Tkachenko A., Vyrskaia M. (2025) Public Opinion and Casualties in Wartime Censorship. SSRN. URL: <https://ssrn.com/abstract=5160862> (date of access: 13.05.2025).
24. Tuckel P., O'Neill H. (2002) The Vanishing Respondent in Telephone Surveys. *Journal of Advertising Research*. Vol. 42. No. 5. P. 26—48. <https://doi.org/10.2501/jar-42-5-26-48>.