

DOI: [10.14515/monitoring.2026.4.3445](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3445)**О. А. Оберемко, И. И. Буханский, Д. А. Зеленев****КТО УЧАСТВУЕТ В ОПРОСАХ ПО ТЕЛЕФОНУ И ПО МЕСТУ
ЖИТЕЛЬСТВА? СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ВОЗМОЖНОСТИ
ПРИМЕНЕНИЯ СМЕШАННОГО ОПРОСНОГО МОДУСА****Правильная ссылка на статью:**

Оберемко О. А., Буханский И. И., Зеленев Д. А. Кто участвует в опросах по телефону и по месту жительства? Сравнительный анализ и возможности применения смешанного опросного модуля // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 4. С. 337—362. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3445>.

For citation:

Oberemko O. A., Bukhanskiy I. I., Zelenev D. A. (2026) Who Participates in Telephone and Residential Face-to-Face Surveys: A Comparative Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 337–362. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3445>. (In Russ.)

Получено: 14.07.2026. Принято к публикации: 19.08.2026.

КТО УЧАСТВУЕТ В ОПРОСАХ ПО ТЕЛЕФОНУ И ПО МЕСТУ ЖИТЕЛЬСТВА? СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СМЕШАННОГО ОПРОСНОГО МОДУСА

ОБЕРЕМКО Олег Алексеевич — кандидат социологических наук, руководитель методической лаборатории, Аналитический центр ВЦИОМ, Москва, Россия
 E-MAIL: nvivos@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-7967-2533>

БУХАНСКИЙ Илья Игоревич — студент магистратуры, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия; исследовательский менеджер методической лаборатории, Аналитический центр ВЦИОМ, Москва, Россия
 E-MAIL: buhanskiy_j@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0004-7051-4960>

ЗЕЛЕНЕВ Дмитрий Андреевич — студент 4 курса бакалавриата направления «Социология» Высшей школы современных социальных наук, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия; ассистент методической лаборатории, Аналитический центр ВЦИОМ, Москва, Россия
 E-MAIL: zelenev_d@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0001-9114-3490>

Аннотация. В статье обсуждается неуклонное падение достижимости, которое ставит под сомнение дальнейшую пригодность гэллоповской парадигмы вероятностных опросов национального и регионального масштабов. Авторы предлагают и обосновывают введение понятия «модус» для сравнительных исследований специфики и ошибок репрезентации и измерения при использовании разновидностей опросов, таких как личный, телефонный или онлайн, и показывают, что мировая наука и индустрия ответ на снижение достижимости находят в адаптивных дизайнах, наиболее сильным вариантом среди которых является смешанный

WHO PARTICIPATES IN TELEPHONE AND RESIDENTIAL FACE-TO-FACE SURVEYS: A COMPARATIVE ANALYSIS

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

Ilya I. BUKHANSKIY^{2,1} — Master's Student; Research Manager of Methodical Laboratory
 E-MAIL: buhanskiy_j@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0004-7051-4960>

Dmitrii A. ZELENEV^{2,1} — Bachelor Student in Sociology; Assistant of Methodical Laboratory
 E-MAIL: zelenev_d@wciom.com
<https://orcid.org/0009-0001-9114-3490>

¹ Analytical Centre VCIOM, Moscow, Russia

² Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Abstract. The article discusses the steady decline in response rate, which calls into question further applicability of the Gallup paradigm for probability population surveys at national and regional scales. The authors propose and justify the introduction of the concept of mode for comparative studies of the specificity and errors of representation and measurement when using survey methods such as face-to-face, telephone, and online. They demonstrate that global science and industry are responding to declining response rate through adaptive designs, the most powerful of which is the mixed-mode survey, which combines modes of communication with re-

опросный модус (mixed-mode survey), когда для эффективной реализации спроектированных по полноценной основе вероятностных выборок смешиваются модусы общения с респондентом. Авторы отмечают страновые особенности институциональной среды исследовательской работы, которые обуславливают применимость смешанного опросного модуса в высококачественных вероятностных опросах гэллуповской парадигмы; в частности, показывают, что не все модели вероятностных опросов имеют под собой достаточную информационную базу для перехода на смешанный опросный модус. Аналитическая часть статьи посвящена анализу сходств и различий в ответах респондентов, отвечавших на одни и те же вопросы формализованного интервью в разных модусах — в модусе опосредованного компьютером телефонного интервью (CATI) и в модусе личного интервью по месту жительства (F2F). Отмеченные различия интерпретировались как следствия специфики охвата популяции. От респондентов по месту жительства респонденты телефонных интервью регулярно отличались более высокими показателями достатка и культурного капитала и более низкими оценками политической лояльности и собственного благополучия. Однако при всех различиях нет оснований полагать, что указанные модусы репрезентируют разные популяции, а не одну.

Ключевые слова: выборочные опросы, достижимость, смешанные опросы, телефонные интервью, личные интервью, комбинированные выборки, ошибки репрезентативности, сравнение опросных данных

Благодарность. Авторы благодарят анонимных рецензентов за внимательное отношение к тексту и важные замечания, которые позволили улучшить рукопись на этапе доработки.

spondents to effectively implement probability samples designed on a full-fledged basis. The authors note country-specific characteristics of the institutional research environment that determine the applicability of the mixed-mode survey in high-quality probability surveys of the Gallup paradigm; in particular, they demonstrate that not all probability survey models have a sufficient information base for the transition to a mixed-mode survey. The analytical section of the article examines the similarities and differences in the responses of respondents who answered the same formalized interview questions in different modes—computer-assisted telephone interviewing (CATI) and face-to-face interviews at their place of residence (F2F). The observed differences were interpreted as consequences of the specific population coverage. Respondents to telephone interviews consistently demonstrated higher levels of wealth and cultural capital and lower ratings of political loyalty and personal well-being than respondents to face-to-face surveys. However, the authors conclude that despite intermodal differences, there is no reason to believe that these modes represent different populations rather than a single one.

Keywords: sample surveys, response rate, mixed-mode surveys, telephone interviews, face-to-face interviews, combined samples, representativeness errors, comparison of survey data

Acknowledgments. The authors thank the anonymous reviewers for their attention to the text and important comments that allowed them to improve the manuscript during the revision stage.

Введение: проблемная ситуация

Настойчивая мантра о закате гэллаповской парадигмы вероятностных опросов национального и регионального масштабов стала досадным общим местом; как и мантра о закате Европы или загнивании Запада, она имеет шанс пережить не одно поколение своих скептических поклонников. Против центральной идеи гэллаповской парадигмы случайного отбора обоснованных возражений не видно, но ее подтачивает практика снижающейся достижимости: «Низкий уровень отклика и низкая стоимость интернет-опросов фактически уничтожили парадигму случайной выборки, которая легла в основу формирования поля общественного мнения» [Bailey, 2023].

Падение достижимости в телефонных опросах — общемировая тенденция: «В конце 1990-х годов средний процент ответов на телефонные опросы составлял 36 %. К 2012 г. Pew Research Center сообщил, что процент ответов на их стандартные телефонные опросы упал до 9 %»¹. Также эксперты Института Брукингса в апреле 2026 г. били тревогу по поводу того, что в 2025 г. в ежегодном обследовании домохозяйств Бюро переписи населения США (Current Population Survey, CPS) отклик респондентов на разосланные анкеты составил лишь 64 % (несмотря на административные штрафы за неучастие²)³. Снижение отклика вкупе с парадоксом снижения бюджетов на опросы и ростом их стоимости отмечалось и раньше (см., например, обзор [Tourangeau et al., 2017]).

Справедливости ради нужно отметить, что не все исследователи видят трагедию для репрезентативности в падении достижимости, приводя эмпирические доказательства слабой связи между неучастием и репрезентативностью результатов [Groves, Peytcheva, 2008; Brick, Tourangeau, 2017].

В России тенденция на снижение отклика тоже отмечается [Звоновский, Ходыкин, 2024]⁴. Первой жертвой пала достижимость поквартирных опросов из-за огораживания придомовых территорий и доступов в подъезды; антиковидные институциональные ограничения, ставшие привычными самоограничения в контактах и правовая незащищенность интервьюеров упрочили барьеры между полстерами и (не)респондентами.

Телефонные опросы тоже испытали на себе мощное воздействие: (а) беспрецедентной агрессии мошенников, подорвавшей доверие к опросной коммуникации как к общественному институту; (б) распространения автоответчиков и «секретарей», серьезно ограничивших контакты с абонентами; (в) антидроновых блокировок, вызвавших перебои сотовой связи во многих регионах и ухудшивших репрезентативность выборок, построенных методом случайной генерации номеров (Random Digit Dialing, RDD-выборки).

¹ См.: Kevin Founder & CEO. The Survey Response Rate Crisis: Who You're Not Hearing From // User intuition. 2026. April 6. URL: User Intuition. 2026. URL: <https://www.userintuition.ai/posts/the-survey-response-rate-crisis-who-youre-not-hearing-from/> (дата обращения: 14.07.2026).

² Признательны научному редактору С. С. Бирюковой за это уточнение.

³ Johnson D.S., Meinhardt M., Sabelhaus J. Why Did People Stop Responding to Federal Economic Surveys? What can be done? // Brookings. 2026. April 14. URL: <https://www.brookings.edu/articles/why-did-people-stop-responding-to-federal-economic-surveys-what-can-be-done/> (дата обращения: 14.07.2026).

⁴ Волков Д. К вопросу об опросах // Левада-Центр. 2025. 26 февраля. URL: <https://www.levada.ru/2025/02/26/k-voprosu-ob-oprosah/> (дата обращения: 02.09.2026) (материал создан и распространен российским юридическим лицом, признанным выполняющим функции иностранного агента).

Анализ данных ежедневного общенационального телефонного опроса «Спутник» АЦ ВЦИОМ (уникального своими рядами данных за много лет, а потому показательного для РФ) за март — апрель 2026 г. выявил накопление в RDD-выборках систематически недопредставленных страт. Под стратой в данном случае понимается базовая единица расчета при проектировании и контроле качества реализованных выборок, представляющая собой комбинацию из четырех признаков респондента: пол (мужской, женский), возраст (18—24, 25—34, 35—44, 45—59, 60+ лет), тип населенного пункта (города с численностью населения от 1 млн чел., 500 тыс. — 1 млн чел., 100—500 тыс. чел., 50—100 тыс. чел., до 50 тыс. чел., поселки городского типа (ПГТ), села), федеральный округ (8 округов и отдельно — Москва и Санкт-Петербург, также называемые столицами) — всего 530 страт. К маю 2026 г. количество недопредставленных страт превысило 10 %, что ввиду их малочисленности соответствует доле 6—7 % в населении России в возрасте от 18 лет. Основной недобор во всех федеральных округах (без столиц) фиксируется в стратах молодых женщин 18—34 лет в малых городах (до 100 тыс. чел.) и селах и жительниц села старше 60 лет.

Авторы обстоятельного аналитического обзора приводят множество других индикаторов опасного для репрезентативности снижения достижимости в опросах российских полстеров [Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2025: 61—77]. Причем достижимость снижается не только в опросах, посвященных чувствительной тематике российско-украинского конфликта, на который указано в заглавии работы.

Рассмотрение онлайн-опросов с онлайн-рекрутом респондентов в рамках этой статьи мы опускаем, поскольку они заведомо не претендуют на репрезентацию территориальных популяций за счет случайного отбора.

Беспокойство из-за непропорциональной достижимости социально-демографических страт обосновано не только и не столько абстрактной заботой о методической чистоте исследовательского процесса (хотя значимость такой заботы трудно переоценить), сколько рисками вместе с «бессодержательными» дефицитами получить смещенные данные по содержательным показателям — оценкам, установкам и мнениям, ради замера которых опросы и проводятся. Однако показать на данных расхождения во мнениях между участвующими и не участвующими в опросах методически затруднительно: например, связь достижимости с отношением к специальной военной операции (СВО) зафиксировать получилось [там же: 50—54], а с одобрением или неодобрением деятельности руководства страны — нет⁵.

На падение достижимости мировая опросная индустрия ответила переходом на «адаптивную модель опросов» (*adaptive survey design*) с наиболее сильным вариантом реализации в виде комбинированного, или смешанного, модуса (*combined, mixed-mode*) сбора опросных данных, к мультимодальным опросам (*multimodal surveys*).

В разговоре о смешанных, или комбинированных, опросах мы предлагаем использовать понятия — «кальки» с английского языка: «модус опроса» или «опрос-

⁵ Агапеева К., Волков Д. 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: 11.08.2026) (материал создан и распространен российским юридическим лицом, признанным выполняющим функции иностранного агента).

ный модус» с прилагательным «модальный» и другими производными, — поскольку привычное понятие «метод» (тоже некогда иностранное слово) не вполне подходит, ибо в данном контексте в смешанных дизайнах комбинируются не методы, а разные модусы — личный, телефонный, онлайн, почтовый — одного метода, а именно метода опроса.

Чтобы адекватно оценивать качество данных мультимодальных опросов, необходимо учитывать специфику каждого модуса и возникающие в них ошибки, или погрешности. В контексте достижимости интерес ограничивается этапом сбора и подготовки данных к содержательному анализу. Если не пытаться объять процесс исследования целиком [там же: 15—18], а ограничиться этапом сбора и подготовки данных к анализу, тогда теория совокупной ошибки обследования (*Total Survey Error*) даст нам только два рода ошибок (или погрешностей): погрешности репрезентации и погрешности измерения [Groves et al., 2009: 42]; все разновидности погрешностей низших порядков распределяются по этим двум родам без остатка.

Когда в фокусе интереса оказываются ошибки репрезентации, модус понимается прежде всего как специфический канал общения ради отбора и получения согласия на участие в опросе; когда предметом исследования выбираются ошибки измерения, модус понимается как канал получения искомых данных. На практике две эти стороны составляют единый, неделимый процесс, но аналитически (искусственно, умозрительно) их разделять целесообразно. Анализ двух родов ошибок требует принципиально разных данных, а если и появляется возможность (или необходимость) использовать одни и те же данные, тогда их анализируют под разными углами зрения (и описывают в разных структурных элементах текста).

Практический смысл перехода к «адаптивной модели опросов» очевиден: если данные не удастся собрать одним модусом (разновидностью метода опроса), их добывают другим модусом. Однако перенести «приспособительную модель» в российскую практику оказывается непросто. Чтобы иметь возможность добрать упавших в проект выборки и недостижимых в одном модусе респондентов, нужно располагать сведениями, позволяющими связываться с ними в ином модусе; то есть, если респондент оказывается недоступным по телефону, полстеру нужен его электронный адрес, чтобы установить контакт в модусе онлайн-опроса; или почтовый адрес, чтобы достичь его в модусе почтового опроса, и т. п. Все это предполагает в качестве базового условия техническую доступность такой основы выборки, которая содержит достаточные сведения об отобранных респондентах, чтобы подобрать модус, обеспечивающий к ним доступ: как минимум это номер телефона, электронный и почтовый адреса, но список может варьировать в зависимости от комбинируемых модусов.

Очевидно, что сведения о разных способах контакта так или иначе соотносятся с отобранным в выборку лицом, интересующим полстера не как личность с персональными данными, а как типичная комбинация социальных признаков, образующая одну из страт, по которым проектируемая выборка призвана репрезентировать обследуемую популяцию. Для этого нужно иметь техническую возможность случайным образом отбирать из каждой страты заранее определенное число ее представителей — например, мужчин 45—54 лет, проживающих в поселках городского типа Дальневосточного федерального округа. На этом этапе для фор-

мирования выборки о каждом респонденте достаточно сведений только о поле (мужской), возрасте (45—54 лет), типе населенного пункта (ПГТ) и федеральном округе проживания (ДФО). А дополнительные сведения о способах установления контакта необходимы только для тех, кто был случайно отобран в выборку. В персоне полстер видит лишь представителей страт; если основные страты в реализованной выборке представлены в нужных пропорциях, собранные данные репрезентируют популяцию, а какими конкретно персонами — неважно. И ответы на вопросы интервью или анкеты анализируют не по персонам, а предварительно агрегируют в группы, что обеспечивает режим анонимности, обещанный полстером еще при получении согласия на интервью.

Если нужно надежно и точно репрезентировать целевую популяцию, проектируют одну общую выборку и комбинируют модусы для ее реализации. Так делают при проведении опросов с претензией репрезентировать обследуемую популяцию посредством процедур случайного отбора (не должно быть никакого квотирования, недопустимо также управление отбором со стороны респондентов). Опросы по заказу государственных учреждений, например по госконтрактам, называют официальными (*official*) (см. [Schouten et al., 2022]); такие опросы по определению требуют высокого качества, которое гарантируется соответствующей информационной базой, обеспечивающей мультимодальный доступ к отобранным респондентам с необходимыми комбинациями социально-демографических признаков.

При этом российские полстеры работают в специфических институциональных условиях: без официального доступа к сведениям, необходимым для мультимодальной реализации спроектированных случайных выборок. Следовательно, в сложившихся институциональных условиях для реализации случайных выборок полстерам в России доступны только две одномодусные модели, которые, как было отмечено выше, сталкиваются со снижением отклика (как и во всем мире). Неудобство заключается в том, что ни одна из доступных моделей репрезентативных опросов по случайной выборке не предполагает возможности сменить модус сбора данных при поиске респондентов из малодостижимых страт.

В модели со случайным генерированием телефонных номеров (RDD) в модусе опосредованных компьютером телефонных интервью (Computer Assisted Telephone Interview, CATI) респонденты отбираются по «стратифицированной случайной выборке, извлеченной из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории РФ»⁶. В модусе личных интервью (face-to-face, F2F) по месту жительства модель предполагает отбор респондентов в процессе механического обхода домохозяйств по случайно определенным маршрутам и со случайным отбором респондентов внутри домохозяйства. Даже когда эти модели удается реализовать с полным соблюдением методических требований, мультимодальная реализация спроектированных случайных выборок недоступна. В первом случае о респонденте мы не знаем ничего, кроме случайно отобранного (сгенерирован-

⁶ Так описывается методика ежедневного общенационального телефонного опроса «Спутник» АЦ ВЦИОМ, см. любой пресс-релиз, например: Телефонное мошенничество: мониторинг: Методика // ВЦИОМ. 2026. 2 февраля. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/telefonnoe-moshennichestvo-monitoring> (дата обращения: 11.07.2026). По принципиально сходному дизайну вероятностные CATI-опросы проводят и другие российские опросные фирмы.

ного) номера телефона, с пользователем которого контакт не состоялся; во втором случае — ничего, кроме адреса домохозяйства, где дверь не открыли.

Обе описанные модели построены на таких процедурах случайного отбора, которые не требуют никакой предварительной информации о респондентах, что позволяет обходиться без персональных данных. В то же время для проектирования и реализации выборки для полноценного бимодального CATI — F2F опроса требуется полноценная основа выборки: список единиц, содержащий как минимум номер телефона того, кто живет за закрытой дверью (чтобы перейти из F2F в CATI), адрес места жительства того, кто не берет трубку телефона (чтобы перейти к F2F из CATI), и имя — для идентификации заочно отобранного в выборку респондента при бимодальных контактах. По существу, речь идет о возможности реализовать именные выборки, сравнительная эффективность которых в российских условиях была установлена для F2F модуля [Звоновский, 2007].

Эти модели отличаются организационная простота и невысокая стоимость, однако из-за недоступности информационной базы реализуемые выборки имеют ограничения по глубине стратификации: в CATI максимальная глубина стратификации — федеральный округ, в F2F стратификация достигает типа населенного пункта. Однако в разрезе базовых для репрезентативности признаков пола и возраста в обеих моделях доступным оказывается только простой случайный отбор, существенный недостаток которого заключается в том, что представительство разных групп обследуемой популяции подвержено существенным случайным колебаниям [Чуриков, 2020: 47, 52]. Из-за этих колебаний малочисленные половозрастные страты, в частности молодежные когорты сельских и малых городских населенных пунктов, при простом случайном отборе могут иметь недостаточное и даже нулевое представительство (а нулевое представительство не может быть скорректировано даже последующим расчетом весовых коэффициентов)⁷. Недостатки реализации простой (нестратифицированной) случайной выборки в обоих модулях могли бы преодолеваются доступом к информационной базе, которая позволяла бы осуществлять случайный отбор внутри многомерных страт, построенных по полу, возрасту и типу поселения. Кроме того, адекватная информационная база могла бы хотя бы отчасти нивелировать влияние несоблюдения технологической дисциплины в практикуемой модели квартирного опроса. Еще в 2012 г. В. Б. Звоновский писал о «невозможности мобилизации региональных полевых агентств, способных быстро и качественно провести опрос в сколько-нибудь значимом числе регионов» [Звоновский, 2012: 110]⁸.

⁷ «Простая случайная выборка редко используется на практике, исключая ограниченные или искусственные ситуации. При ее применении итоговая выборка может оказаться смещенной и требовать взвешивания для устранения очевидных диспропорций. В результате простые привычные формулы для вычисления стандартных отклонений и доверительных интервалов в большинстве исследований перестают работать и могут приводить к ошибочным выводам» [Dorofeev, Grant, 2006: 79].

⁸ Институциональные возможности качественно реализовывать F2F ярко проиллюстрированы историей середины 2010-х годов. Аудиторы квартирных опросов, повторно прошедшие по адресам, в аннотации подготовленной брошюры писали: «Фабрикация и фальсификация, допускаемые в опросах, отражают особую профессиональную культуру, сложившуюся в России за последние 20 лет» [Рогозин, Ипатова, 2015: 2]. Рецензент брошюры выявил в описании проведенного аудита множество указаний на существенные нарушения в технологии [Оберемко, 2015]. Эта история не столько характеризует специфику профессиональной культуры, интенции и квалификацию участников, сколько выявляет действительные трудности для рутинной реализации модели квартирного опроса.

Судя по профессиональным дискуссиям на профильных конференциях, в настоящее время (за редкими исключениями) риск превращения строго регламентированного поквартирного опроса в слабо регламентированный уличный, похоже, обретает статус факта.

Каждый модус как способ контакта с респондентом при реализации спроектированной выборки демонстрирует свои слепые и привилегированные зоны достижимости. Скажем, по месту жительства в будний (а фактически не только в будний) день экономически активные и социально подвижные респонденты менее достижимы, а по телефону (при наличии устойчивой связи и в отсутствие блокировок) менее достижимы респонденты, опасющиеся звонков с чужих номеров и не ожидающие от новых контактов ничего хорошего (см. также [Звоновский, 2007: 30]). У этих поведенческих особенностей есть свои половозрастные (и не только) измерения, порождающие избытки и дефициты репрезентации, которые могут приводить к существенным смещениям выборочных оценок. Рост подозрений, что какой-то один модус (или даже все из них) порождает существенные смещения выборочных оценок, делает мультимодальный дизайн соблазнительным.

В ситуации, когда, с одной стороны, для повышения достижимости в CATI испробованы все рекомендуемые приемы адаптивного дизайна [Brick, Tourangeau, 2017; Звоновский, Ходыкин, Раскевич, 2025: 45—55] — повторные звонки, оптимизация интервалов местного времени для проведения опроса, оптимизация длительности интервью и др., — а с другой стороны, из-за недоступности полноценной основы выборки невозможно комбинировать модусы⁹, остается только смешивать доступные случайные разномодальные выборки и фиксировать межмодальную специфику достижимости. Последнему посвящена основная часть настоящей статьи.

Предмет и характер анализа

Далее представлены сходства и различия в ответах респондентов на одни и те же вопросы (с учетом модальной специфики предъявления вопросов и фиксации ответов) формализованного интервью в модусах CATI и F2F. Для анализа привлекались только матрицы данных, поскольку мы фокусировались на модальной специфике репрезентативности. То есть, не отвергая возможных влияний на данные со стороны модальной специфики измерения, мы сконцентрировали внимание на поиске особенностей репрезентативности, полагая, что табличные данные без аудиозаписей и иных данных сами по себе мало скажут о специфике измерения.

Для оценки специфики репрезентативности мы, во-первых, фиксируем, в каком модусе собранные данные в случайно достигаемых параметрах больше соответствовали эталонным для проектирования выборки распределениям Росстата (несмотря на модный среди специалистов скепсис, другими эталонами мы не располагаем). Во-вторых, по показателям, данных по которым в доступе нет, сравнение проводилось без эталона, поскольку, с нашей точки зрения, даже безэталонное сравнение результатов измерений (предположительно) од-

⁹ Как это со вкусом сделано, например, в: [Cernat, Couper, Ofstedal, 2016].

них и тех же показателей в разных модусах позволяет уточнить представление о модальной специфике. Таким образом, приведенный ниже анализ посвящен не тому, как правильно планировать сбор данных ради исследования заранее определенного предмета, а тому, какую информацию о разных модусах проведения опросов мы можем извлечь из уже собранных данных, чтобы подсветить доселе темный предмет.

Эмпирическая база

Эмпирической базой статьи послужили ответы респондентов на идентичные вопросы, собранные в ходе национальных формализованных опросов ВЦИОМ, проведенных в апреле — июне 2026 г. в модусах опосредованного компьютером телефонного интервью (CATI) и личного интервью (F2F) по месту жительства. Материал для сравнений взят из первых восьми волн опроса «Бином»¹⁰ со смешанными выборками F2F и CATI, сформированными в пропорции один к одному (по 800 респондентов в каждом модусе).

Для F2F проектировалась многоступенчатая подвыборка: на первой ступени внутри федеральных округов случайно отбирались по одному или два крупных и средних городских поселения с численностью населения от 100 тыс. чел. на каждую страту (количество определялось в зависимости от наполненности страт), а в страте случайно отбираемых малых городов определялись центры кластеров (компактных территорий), куда для упрощения логистики включались доступные с транспортной точки зрения города с численностью населения до 100 тыс. чел., ПГТ и сельские населенные пункты. В комплект инструментария включалась таблица с обозначением населенных пунктов проведения опроса, конкретные участки проведения опроса (названия улиц и номера домов) и квотное задание по полу и возрасту для отбора респондента внутри домохозяйства¹¹. Инструкция интервьюера требовала указывать адрес, по которому проводилось каждое интервью, со следующими реквизитами: название улицы, номер дома, корпус, строение и номер квартиры. Интервью проводились со вторника по воскресенье с 10 до 20 часов местного времени.

Подвыборка CATI извлекалась простым случайным отбором из волны ежедневного «Спутника»¹², в которой за неделю проведения F2F были полностью представлены ключевые индикаторы для межмодусных сравнений. Отдавая предпочтение простому случайному отбору, мы тем самым сознательно пренебрегли возможностью целенаправленно отбирать для смешивания максимально специфических для каждого модуса респондентов. Впрочем, в отсутствие адекватной для комбинирования информационной базы оба возможных выбора не беспорны.

¹⁰ Вопросы о комбинированном методе исследования «Бином ВЦИОМ» // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/o-kompanii/faq-proekt-binom-wciom> (дата обращения: 11.07.2026).

¹¹ Введение квотного отбора на последнем шаге внутри домохозяйства продиктовано прежде всего организационными соображениями: отказ от квот привел бы к нарушению условий контракта, в рамках которого собирались данные.

¹² Методология «ВЦИОМ—Спутник» // ВЦИОМ. URL: <https://ok.wciom.ru/research/wciom-sputnik> (дата обращения: 10.08.2026).

Смешанные выборки «Бинома» составлялись из полной выборки F2F (800 чел.) и половины CATI.

В таблицах 1—16 данные представлены столбцами F2F и CATI под шапкой «Бином 1», «Бином 2» и т. п. для разных волн смешанного опроса. Некоторые вопросы, задававшиеся в подвыборке F2F, не помещались в волну «Спутника», которая подмешивалась в Бином к F2F. В этих случаях данные подвыборки F2F сравниваются с данными полных волн «Спутника» с указанием даты проведения.

Таким образом, списки вопросов F2F и CATI не были идентичными, но при этом осуществлялся тщательный предполевой контроль инструментария на предмет избегания возможных влияний композиции вопросников (разумеется, никакой тщательный априорный контроль полных гарантий отсутствия влияний дать не может).

Кого «ловят в сети» опросные модусы CATI и F2F: одну Россию или две?

В представленных данных подсвечиваются прежде всего модальные особенности достижимости, которые напрямую относятся к свойствам охвата и только опосредованно — к свойствам измерения. Отвечая на вопрос «Кого ловят в сети сравниваемые опросные модусы?», мы приводим данные как есть, без весов; так видна «работа» модусов в чистом виде (см. также [Звоновский, Ходыкин, Расквич, 2025: 32—45]).

Социально-демографические показатели

1) Федеральный округ и тип населенного пункта.

В обоих модусах федеральный округ — это стратификационная переменная первой ступени: объем страт определен заранее в соответствии с распределением населения по федеральным округам, поэтому естественно, что по этой переменной данные обоих модусов устойчиво согласуются с данными Росстата, так что нет нужды приводить таблицу.

Статистически значимые различия в данных начинаются с переменной «тип населенного пункта» из-за разницы в процедурах отбора (см. табл. 1). В F2F это стратификационная переменная второй ступени, что не может не обеспечивать близость к данным Росстата. Однако это ожидание регулярно нарушается для городов с численностью населения от 50 до 500 тыс. чел., где меры центральной тенденции и разброса против ожиданий показывают большую близость к данным Росстата CATI, чем F2F. Нестандартная мера разброса (не от средних по подвыборкам, а от данных Росстата, принимаемых за эталонные значения в генеральной совокупности) приведена, чтобы продемонстрировать очевидное для опытных практиков: соблюдение спроектированных на основе данных Росстата свойств выборки при проведении опросов в модусе F2F сопряжено с труднопреодолимыми организационными ограничениями; так можно понять тот факт, что после исключения выбросов CATI для городов-миллионников и сёл расчет суммы стандартных отклонений в F2F дает результат не ниже, а даже выше, чем в CATI. И это происходит несмотря на то, что в F2F пропорции типов населенных пунктов задаются и строго контролируются, а в CATI складываются бесконтрольно.

Таблица 1. **Представленность типов населенных пунктов в модусах CATI и F2F, %**

Населенный пункт	Средние по 8 волнам «Бинома»		Данные Росстата*	Стандарт. откл. от Росстата	
	CATI	F2F		CATI	F2F
Города с численностью населения:					
1 млн чел. и более	32,0	23,6	22,2	10,7	2,1
500—950 тыс. чел.	12,6	6,7	9,1	3,8	2,5
100—500 тыс. чел.	21,9	18,8	20,9	1,9	3,0
50—100 тыс. чел.	6,5	5,8	7,1	1,0	2,6
до 50 тыс. чел.	9,1	15,6	10,8	2,0	5,4
ПГТ	2,8	3,9	4,9	2,3	1,6
Село	15,1	25,7	25,0	10,7	1,5
Всего	100,0	100,0	100,0	32,4	18,7

* Росстат. Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2024 года. Таблицы 16, 18, 20. Группировка численности населения, проживающего в сельских поселениях, городах, поселках городского типа, на 1 января 2024 г. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282> (дата обращения: 05.06.2026).

Очевидно, что простой случайный отбор (в отличие от стратифицированного) с соблюдением пропорций справляется хуже, что продемонстрировали модальные распределения по типам населенных пунктов. Отклонения от целевых параметров F2F оказываются беспорядочными, однако само распределение ближе, чем RDD-выборки, официальным пропорциям популяции, потому что переменная используется для стратификации на второй ступени. Тогда как информационная база RDD не позволяет стратифицировать выборки глубже, чем федеральные округа, что приводит к систематическому смещению: жителей крупных городов в RDD-выборках систематически больше, чем нужно согласно Росстату, а жителей малых населенных пунктов — систематически меньше. Однако за повышение формальной точности приходится расплачиваться невозможностью рассчитывать доверительный интервал, то есть жертвовать статистически обоснованной точностью.

Конечно, возможна гипотеза, что случайный отбор RDD даже с указанными выше недостатками обгоняет официальные данные по точности — что часть населения из малых населенных пунктов фактически переселилась в населенные пункты покрупнее, однако этой гипотезой полстеры руководствоваться в своей практике не могут, а для ее проверки и уточнения данных полстеры не располагают той же самой информационной базой, которая необходима для полноценного комбинирования модусов сбора данных.

2) Пол и возраст.

Квотные задания по половозрастным когортам в F2F удается успешно соблюдать; об этом говорят меньшие по сравнению с CATI стандартные отклонения F2F (см. табл. 2).

В данных CATI мужчины устойчиво преобладают над женщинами вопреки статистике Росстата. Здесь мы снова сталкиваемся со слабой стороной простого слу-

чайного отбора: без предварительной стратификации отбираются прежде всего наиболее доступные страты. Глядя на это, мы делаем вывод: в текущих условиях общение по телефону мужчинам видится либо менее рискованным, либо более привлекательным, чем женщинам.

Таблица 2. *Представленность пола и возраста в модусах CATI и F2F, %*

Демографические характеристики	Средние по 8 волнам		Данные Росстата*	Стандарт. откл. от Росстата	
	CATI	F2F		CATI	F2F
Пол					
Мужчины	59,6	45,9	46,5	14,1	1,1
Женщины	40,5	54,1	53,5	14,1	1,1
Всего	100,0	100,0	100,0		
Возраст					
18—24 года	7,9	9,6	9,0	1,3	1,0
25—34 года	13,7	15,2	15,1	1,9	0,6
35—44 года	26,7	20,8	21,1	6,3	1,1
45—59 лет	27,9	25,5	24,6	3,8	1,7
60+	23,8	29,1	30,2	6,9	1,4
Всего	100,0	100,0	100,0	20,2	5,8

* Росстат. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2024 г. Таблица 1.1.1. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2024 г. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284> (дата обращения: 05.06.2026).

В возрастном разрезе простой случайный отбор в CATI систематически нарушает пропорции только в двух когортах. Однако многомерная картина менее радужна: по объединению «федеральные округа + типы населенных пунктов» простой случайный отбор без стратификации дает крайне неравномерное распределение возрастов. В частности, молодежные пропорции выдерживаются в общей выборке большей частью за счет мегаполисов, крупнейших и крупных городов.

Квотирование отлично справляется с репрезентацией половозрастной структуры популяции, однако само квотирование, пусть только и на последней ступени отбора, по большому счету делает отбор, мягко говоря, условно случайным. Получая формальную репрезентацию половозрастной структуры квотированием, мы теряем возможность рассчитать надежность и точность сделанных оценок.

Неконтролируемые выборочные параметры социально-демографического профиля

Под контролем выборочных параметров мы понимаем, во-первых, квотирование в F2F, а во-вторых, использование переменных для стратификации. При рассмотрении модальной специфики достижимости особый интерес представляют те социально-демографические показатели, пропорции которых, с одной стороны, специально не контролируются (ни квотированием, ни стратификацией),

а с другой — доступны в данных Росстата. Такие показатели условно можно разделять функцией независимых эталонов для контроля качества реализованных выборок; именно условно, поскольку квотирование (в отличие от стратификации), как и всякое нарушение случайности отбора, даже по какому-то одному признаку вносит детерминацию в распределение остальных признаков.

1. Образование

F2F произвольно, случайно дает образовательную структуру, более близкую к эталону, чем CATI (см. табл. 3). В F2F намечены слабые тенденции к недобору по основному общему образованию (не получили аттестат) и перебору респондентов с научными степенями, но эти диспропорции несопоставимо малы по сравнению с диспропорциями CATI.

Таблица 3. *Представленность уровней образования в модусах CATI и F2F, %*

Уровень образования	Средние по 8 волнам		Данные Росстата*	Стандарт. откл. от Росстата	
	CATI	F2F		CATI	F2F
Неполное и полное среднее	11,2	21,5	28,8	18,9	8,3
Среднее профессиональное	31,8	43,7	41,1	10,1	4,0
Незаконченное высшее, высшее	57,1	34,8	30,2	28,8	7,0
Всего	100,1	100,0	100,1	57,7	19,3

* Рассчитано по: Росстат. Численность населения Итоги ВПН-2020. Т. 3. Образование. Таблица 1. Население по возрасту, полу и уровню образования по субъектам Российской Федерации. URL: https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom3_Obrazovanie (дата обращения: 05.06.2026).

Если же из данных CATI выводить образовательную структуру населения РФ, можно подумать, что больше половины россиян имеют как минимум незаконченное высшее образование, что никогда не находило подтверждения в данных статистики.

Показатель образования относится к ареалу культурного капитала; со времен истории с «Литерари дайджест» общеизвестно, что рост культурного капитала положительно связан с участием в опросах [Батыгин, 1995: 161]. CATI явно служит фильтром для избыточной достижимости россиян с высшим образованием, и возможные объяснения состоят в том, что у образованных респондентов выше:

- *коммуникативная достижимость* — они чаще, чем менее образованные, подходят к телефону и соглашаются на участие в опросах, реже прерывают звонок после первых слов оператора, смысл которых сходу может не всегда улавливаться;
- *техническая достижимость*: лучше качество соединения (за счет лучшего места жительства, лучших по качеству телефонов и их настроек).

Другое — возможно, более спорное — объяснение, состоит в том, что в телефонных опросах информацию об уровне образования искажают (завышая его уровень), а при личном контакте стесняются и отвечают более корректно.

2. Статус занятости

По статусу занятости в силу большого количества дробных категорий межмодальные различия внутри каждой волны и между модусами в целом либо стати-

стически незначимы, либо близки к незначимым и при этом неизменно устойчивы. Поэтому подробную таблицу мы не приводим.

Однако укрупнение категорий до двух, с разделением на занятых и незанятых, обнаруживает устойчивое преобладание в CATI занятых (см. табл. 4). Тем самым подтверждается ожидание: заставить дома занятых в рабочее время будних дней труднее, чем незанятых, то есть CATI как модус чаще отсеивает незанятых.

Таблица 4. Соотношение незанятых и занятых в модусах CATI и F2F, %

Статус занятости	Средние по 8 волнам Бинома		Данные Росстата*	Стандарт. откл. от Росстата	
	CATI	F2F		CATI	F2F
Незанятые	31,9	42,0	39,2	8,0	3,8
Занятые	68,1	58,0	60,8	8,0	3,8
Всего	100,0	100,0	100,0		

* Рассчитано по: Росстат. Труд и занятость в России 2023: статистический сборник. Таблица 1.1. Основные показатели рынка труда. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13210> (дата обращения: 05.06.2026).

Одновременно мы делаем вывод, что F2F случайно дает укрупненную структуру занятости, более близкую к эталону, чем CATI. К сожалению, чтобы оценить близость F2F к эталону и в дробной структуре, необходимо сначала привести анкету опроса в более близкое соответствие с формулировками Росстата.

Обобщая описанные различия, можно сказать следующее: похоже, в массивах CATI имеются устойчивые смещения к привилегированным категориям россиян, поскольку в них больше представлены занятые мужчины с высшим образованием наиболее экономически активных возрастных когорт, живущие в крупных городах. Проверить эту догадку позволит анализ показателей, непосредственно характеризующих экономическое благополучие.

Показатели экономического благополучия

Здесь и далее анализ основан на показателях, которые в F2F-подвыборках «Бинома» задавались эпизодически, а в подвыборке CATI не задавались вовсе, поэтому сравнение оказывается возможным только с отдельными волнами «Спутника», собранными в близкие с волнами «Бинома» даты.

1. Душевой семейный месячный доход

Для межмодального сравнения по показателю душевого дохода выбрано медианное значение — как наиболее устойчивая мера центральной тенденции к влиянию выбросов и пропущенных значений (см. табл. 5).

В F2F медианой служит доход с верхней границей в 60 тыс. руб., в CATI — более 70 тыс. руб. Следовательно, семьи респондентов CATI располагают более высокими денежными доходами, что подтверждает гипотезу о более высокой ресурсной обеспеченности респондентов CATI.

Разбиение данных на 20-процентные (квинтильные) группы демонстрирует рост неравенства в доходах начиная со второго квинтиля (см. табл. 6). Кроме того, обнаруживается устойчивость межквинтильных границ в двух волнах «Бинома».

Таблица 5. Семейный месячный доход в модусах CATI и F2F, % от ответивших

Учитывая все источники денежных доходов, подсчитайте, пожалуйста, каким был общий доход за прошлый месяц, полученный Вами и всеми членами Вашей семьи, проживающими вместе с Вами, за вычетом налогов*	Бином 3 18—24.05.26	Бином 4 25—31.05.26	Спутник 25.05.26
	F2F	F2F	CATI
До 60 000 руб.	50,5		41,6
От 60 001 руб.	49,5		58,4
Всего	100,0 % = 606	100,0 % = 673	100,0 % = 1416

* Варианты ответа: (1) менее 10 000 руб., (2—5) от 10 001 до 30 000 руб. с шагом в 5 000 руб., (6—12) от 30 001 до 100 000 руб. с шагом в 10 000 руб., (13) от 100 001 до 120 000 руб., (14) от 120 001 до 150 000 руб., (15) от 151 001 до 200 000 руб., (16) свыше 200 000 руб., (99) затрудняюсь ответить, (999) предпочитаю не отвечать.

Таблица 6. Размер среднего душевого семейного месячного дохода в квинтильных группах и по выборке в целом в модусах CATI и F2F, руб.

Верхние границы квинтилей	Бином 3 18—24.05.2026	Бином 4 25—31.05.2026	Спутник 25.05.2026
	F2F	F2F	CATI
1-й квинтиль (0—20 %)	17000	15000	16250
2-й квинтиль (21—40 %)	22500	22000	25000
3-й квинтиль (41—60 %)	31700	31600	36800
4-й квинтиль (61—80 %)	45000	45000	58400
Средний душевой доход, руб.	34095	32940	43480
Всего	100,0 (N = 791)	100,0 (N = 800)	100,0 (N = 1600)

Как и в истории с «Литерари Дайджест», модус телефонного опроса «отбирает» респондентов с большими доходами.

2. Оценка материального положения семьи

Более высокий уровень доходов у респондентов CATI контринтуитивно сочетается с более низкими оценками материального положения семьи по шкале «хорошо — плохо» (см. табл. 7).

Таблица 7. Оценка материального положения семьи в модусах CATI и F2F, %

Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи — Вас и Ваших родственников, постоянно проживающих вместе с Вами?	Бином 1 02—10. 05.2026		Бином 2 11—16. 05.2026		Спутник 19. 05.2026	Спутник 26. 05.2026	Средние	
	CATI	F2F	CATI	F2F	CATI	F2F	CATI	F2F
Очень хорошее, хорошее	18,2	27,0	16,3	31,3	19,7	16,5	17,7	29,2
Среднее	57,9	61,9	59,8	57,6	58,5	64,3	60,1	59,8
Плохое, очень плохое	22,9	10,4	21,3	10,2	20,7	18,3	21,3	10,3
Затрудняюсь ответить	1,0	0,8	0,8	0,9	1,1	0,9	1,0	0,9
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В то же время по самооценке потребительских возможностей (то есть в отношении ответов на вопрос о том, на что семье респондента хватает денег) значимых различий не наблюдается даже при укрупнении категорий. Остается предположить, что разница в субъективных самооценках материального положения семьи продиктована разными уровнями притязаний, когда при формальном равенстве потребительских возможностей наблюдаются разные уровни удовлетворенности или неудовлетворенности наличным материальным статусом.

Отсюда может следовать, что модусы CATI и F2F охватывают не только неидентичные по социально-демографическим характеристикам совокупности, но и то, что опрошенные в разных модусах респонденты сходных социально-экономических статусов¹³ неодинаково оценивают свои статусы.

3. Жилищные условия и планы по их улучшению

Как и в случае с подушевыми доходами, респонденты CATI показывают более высокую обеспеченность квадратными метрами жилья на члена семьи (см. табл. 8).

Таблица 8. *Распределение размеров жилой площади в расчете на одного члена семьи по 20-процентным (квинтильным) группам в модусах CATI и F2F, кв. м*

Верхние границы квинтилей, руб.	Бином 3 18—24.05.2026	Спутник 25.05.2026
	F2F	CATI
1-й квинтиль (0—20 %)	14	15
2-й квинтиль (21—40 %)	18	20
3-й квинтиль (41—60 %)	25	28
4-й квинтиль (61—80 %)	35	40
Среднее значение, кв. м.	25,64	29,29
Всего	100,0 (N = 791)	100,0 (N = 1600)

При лучшей обеспеченности жилплощадью респонденты CATI наравне с респондентами F2F показывают потребность (и ее отсутствие) в улучшении жилищных условий (см. табл. 9).

Таблица 9. *Потребность в улучшении жилищных условий в модусах CATI и F2F, %*

Потребность в улучшении жилищных условий	Бином 3 18—24.05.2026	Спутник 25.05.2026
	F2F	CATI
Есть потребность	38,6	42,0
Жилищные условия устраивают	58,2	56,9
Затрудняюсь ответить	3,3	1,1
Всего	100,0	100,0

При равных потребностях в улучшении жилищных условий респонденты F2F, имеющие более скромные доходы, чаще респондентов CATI указывали, что плани-

¹³ По крайней мере, в измерениях использованного инструментария.

руют улучшения в среднесрочной перспективе (через два года или позже), и реже респондентов CATI не планировали улучшений (см. табл. 10).

Таблица 10. Планы улучшить жилищные условия в модусах CATI и F2F, %

Вы планируете или не планируете улучшить жилищные условия Вашей семьи?	Бином 3 18—24.05.2026	Спутник 25.05.2026
	F2F	CATI
Да, планируем в ближайший год	12,7	8,1
Да, планируем в ближайшие два, три, четыре года	24,5	18,2
Да, планируем, но не ранее, чем через пять лет или еще позже	20,2	11,7
Не планируем, хотя есть необходимость, но возможности пока не позволяют	34,7	59,2
Затрудняюсь ответить / отказ от ответа	7,9	2,7
Всего	100,0	100,0

Иными словами, респонденты F2F с более скромными семейными доходами статистически значимо чаще обозначали готовность включиться в дорогостоящее предприятие по улучшению жилищных условий. Среди возможных объяснений — повышенный оптимизм респондентов F2F, который может сообщаться:

— их социальной природой — модус F2F отбирает оптимистичных людей независимо от социально-экономического статуса;

— коммуникативной ситуацией прямого общения с интервьюером в модусе поквартирного опроса, в которой респондент может находить выражение оптимизма желательным.

4. Субъективное благополучие

Респонденты F2F оптимистичнее респондентов CATI по показателям субъективного благополучия (см. табл. 11). В четырех первых волнах «Бинома» респонденты F2F устойчиво демонстрировали большую удовлетворенность жизнью в целом, чем респонденты CATI.

Таблица 11. Удовлетворенность жизнью в целом в модусах CATI и F2F, %

Скажите, Вы удовлетворены или не удовлетворены тем, как складывается Ваша жизнь в целом?	Средняя Биномов 1—4 02—31.05.2026	Спутник 25.05.2026	Средняя Биномов 5—11 02.06—19.07.2026	Спутник 16.07.2026
	F2F	CATI	F2F	CATI
Скорее удовлетворен	80,6	62,9	78,1	57,9
Скорее не удовлетворен	15,4	32,8	17,9	38,1
Затрудняюсь ответить	4,1	4,3	4,0	4,0
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Сходная картина складывается и по двум другим показателям субъективного благополучия (см. табл. 12).

Таблица 12. **Субъективное ощущение счастья и ожидание от жизни через год после проведения опроса в модусах CATI и F2F, %**

	Спутник 29.04.2026	Бином 1 02—10.05.2026	Бином 2 11—16.05.2026	Спутник 27.05.2026
	CATI	F2F	F2F	CATI
Если говорить в целом, Вы счастливы или нет?				
Определенно и скорее да	73,7	86,8	87,1	75,9
Определенно и скорее нет	22,7	10,3	9,7	20,8
Затрудняюсь ответить	3,7	3,0	3,3	3,4
Как Вы считаете, через год Вы (Ваша семья) будете жить лучше, хуже или так же, как сейчас?				
Будет лучше	19,2	27,6	27,8	19,2
Будет так же, как сейчас	33,4	39,3	39,5	36,0
Будет хуже	34,4	13,4	13,3	32,2
Затрудняюсь ответить	13,0	19,8	19,5	12,6
<i>Всего</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Во всех приведенных данных (а другими сравнительными данными по субъективному благополучию мы не располагаем) наблюдаются устойчивое внутримодальное сходство и межмодальные различия CATI и F2F. Между замерами CATI прошел месяц, между замерами F2F — примерно неделя, и в обоих случаях размах внутримодальных отклонений ничтожен. Такие вопросы будто сами просятся в поставщики коэффициентов межмодальной эквивалентности.

Здесь мы видим возможными две интерпретации. Если считать вопросы о субъективном благополучии в ситуации прямого общения с интервьюером сенситивными (более сенситивными, чем в опосредованном общении по телефону), тогда есть основание подозревать, что в модусе F2F к оптимизму респондентов подталкивает влияние интервьюера: очное присутствие собеседника провоцирует респондентов смещать свой ответ в сторону воображаемой социальной нормы. Если так, то напрашивается вывод: быть счастливым — это норма в современном российском обществе (респондентов F2F), и присутствие интервьюера подвигает респондента давать нормативный ответ. Но если влияние интервьюера в CATI меньше, тогда истинный уровень субъективного благополучия лучше отражает именно CATI, а F2F точнее отражает нормативные реакции.

Интерпретация будет иной, если вопросы о субъективном благополучии мы не будем считать сенситивными в ситуации личного общения. Тем самым мы поставим под сомнение коммуникативную неэквивалентность вопросов в разных модусах и согласимся, что респонденты F2F, менее обеспеченные материально и с точки зрения человеческого капитала, счастливы чаще, чем респонденты CATI. Этот тезис, в свою очередь, наводит на мысль: более высокий человеческий капитал порождает у респондентов CATI несбыточные завышенные ожидания (статусное рассогласование), которые и делают их менее или реже счастливыми. Тогда как более скромные характеристики респондентов F2F завышенных ожиданий не порождают, что способствует более частому ощущению счастья.

Политэкономические оценки

С оценками субъективного благополучия перекликаются оценки политической ситуации: по сравнению с респондентами F2F восприятие политической обстановки в стране у респондентов CATI устойчиво смещается к негативному полюсу (см. табл. 13).

Таблица 13. Оценка политической обстановки в стране в модусах CATI и F2F, %

Как бы Вы оценили политическую обстановку в России?	Спутник 29.04.2026	Бином 1 02—10.05.2026	Бином 2 11—16.05.2026	Спутник 27.05.2026
	CATI	F2F	F2F	CATI
Очень хорошая и Хорошая	21,3	21,7	28,0	22,5
Средняя	40,3	49,4	46,6	38,5
Плохая и Очень плохая	32,2	22,5	20,2	32,1
Затрудняюсь ответить	6,2	6,4	6,1	6,9
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Сходная ситуация наблюдается с показателями доверия и оценки деятельности политических агентов. Как и в случае с оценками субъективного благополучия, здесь видятся два возможных объяснения: (1) признать повышенную чувствительность политических вопросов в ситуации общения F2F или (2) принять меньшую политическую лояльность респондентов CATI (при этом надо признать и коммуникативную эквивалентность политических вопросов в обоих модусах).

Обратную картину имеем в оценках темпов инфляции (см. табл. 14).

Таблица 14. Оценка темпов инфляции в модусах CATI и F2F, %

Как бы Вы оценили рост цен (инфляцию) в течение последнего месяца-двух?	Спутник 29.04.2026	Бином 1 02—10.05.2026	Спутник 27.05.2026
	CATI	F2F	CATI
Инфляция очень высокая	58,8	64,1	54,8
Инфляция умеренная	28,4	21,8	31,3
Инфляция незначительная	7,5	6,8	9,0
Затрудняюсь ответить	5,4	7,4	4,9
Всего	100,0	100,0	100,0

Можно предположить, что больший пессимизм в оценках экономической ситуации респондентами F2F связан с меньшей материальной обеспеченностью (при этом в обоих модусах выявились группы объемом в 13—15% выборки — тех, кто инфляцию либо едва замечает, либо затрудняется оценить; возможно, именно они составляют основу того более состоятельного слоя, который угадывается в распределениях душевого дохода и обеспеченности жильем).

Потребление медиа

Респонденты CATI чаще воздерживаются от телесмотрения, а по потреблению интернета существенной разницы не демонстрируют (см. табл. 15). Более рельефно различия проявляются в сочетании частоты телесмотрения и потребления

интернета, и именно такой показатель формирует типы (модели) медиапотребления: в CATI существенно меньше всеядных потребителей и больше активных интернет-пользователей, не смотрящих телевизор.

Таблица 15. Потребление медиа в модусах CATI и F2F, %

	Средние по 8 волнам Бинома	
	CATI	F2F
Скажите, пожалуйста, Вы смотрите телевизор или нет? Если смотрите, то как часто?		
Ежедневно	36,1	50,9
Несколько раз в неделю	13,5	13,8
Несколько раз в месяц и реже	12,6	9,0
Не смотрю	37,9	26,4
Скажите, пожалуйста, Вы пользуетесь интернетом? Если да, то как часто?		
Ежедневно	83,5	77,7
Несколько раз в неделю	5,8	5,9
Несколько раз в месяц и реже	1,9	1,8
Не смотрю	8,8	14,6
Модели медиапотребления		
Активные пользователи ТВ и интернета	41,1	50,7
Активные пользователи интернета, но ТВ не смотрят	48,2	32,9
Активные телезрители, но интернетом не пользуются	8,5	14,0
Не пользуются интернетом и ТВ	2,2	2,5

Сходный тренд проявляется в использовании мессенджером Telegram: CATI опрашивает больше пользователей по сравнению с F2F (см. табл. 16).

Таблица 16. Использование мессенджером Telegram в модусах CATI и F2F, % от интернет-пользователей

Скажите, Вы пользуетесь или не пользуетесь мессенджером Telegram, и если пользуетесь, то как часто?	Спутник 30.04.2026	Бином 1 02—10.05.2026		Бином 2 11—16.05.2026		Спутник 25.05.2026
	CATI	CATI	F2F	CATI	F2F	CATI
Ежедневно	39,6	41,4	24,4	33,1	23,9	31,4
Несколько раз в неделю	7,1	9,0	10,2	7,4	8,7	7,1
Несколько раз в месяц	2,5	1,9	2,7	2,6	2,4	2,0
Эпизодически	7,3	6,5	4,9	8,3	3,1	7,2
Не пользуюсь	41,3	38,5	56,0	46,3	60,0	40,6
Не знаю, что такое Telegram	1,0	1,8	0,9	1,2	0,7	1,3
Затрудняюсь ответить	1,4	0,8	0,9	1,1	1,1	1,0
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В целом в реализованных выборках CATI больше пользователей каналов, шире предоставляющих информационный выбор. А за формальной одинаковостью пользования интернетом нужно ожидать качественные различия в паттернах самого пользования между респондентами CATI и F2F.

Есть большой соблазн применительно к CATI связать пессимизм в оценках субъективного благополучия с разнообразием каналов потребляемой информации, а оптимизм F2F — с довольством малым. Однако подобные утверждения нельзя выводить из тематически (дискурсивно) связанных между собой двумерных таблиц. Вопрос в том, есть причинно-следственная связь или ее нет между получением информации через телевидение или интернет, с одной стороны, и оптимизмом и политической лояльностью — с другой. При наличии такой связи необходимо выяснить, какова ее каузальная направленность. Простым анализом в квазиэкспериментальной логике ответить на эти вопросы нельзя, в данном случае нужны настоящие эксперименты с контрольной и экспериментальной группами.

Выводы

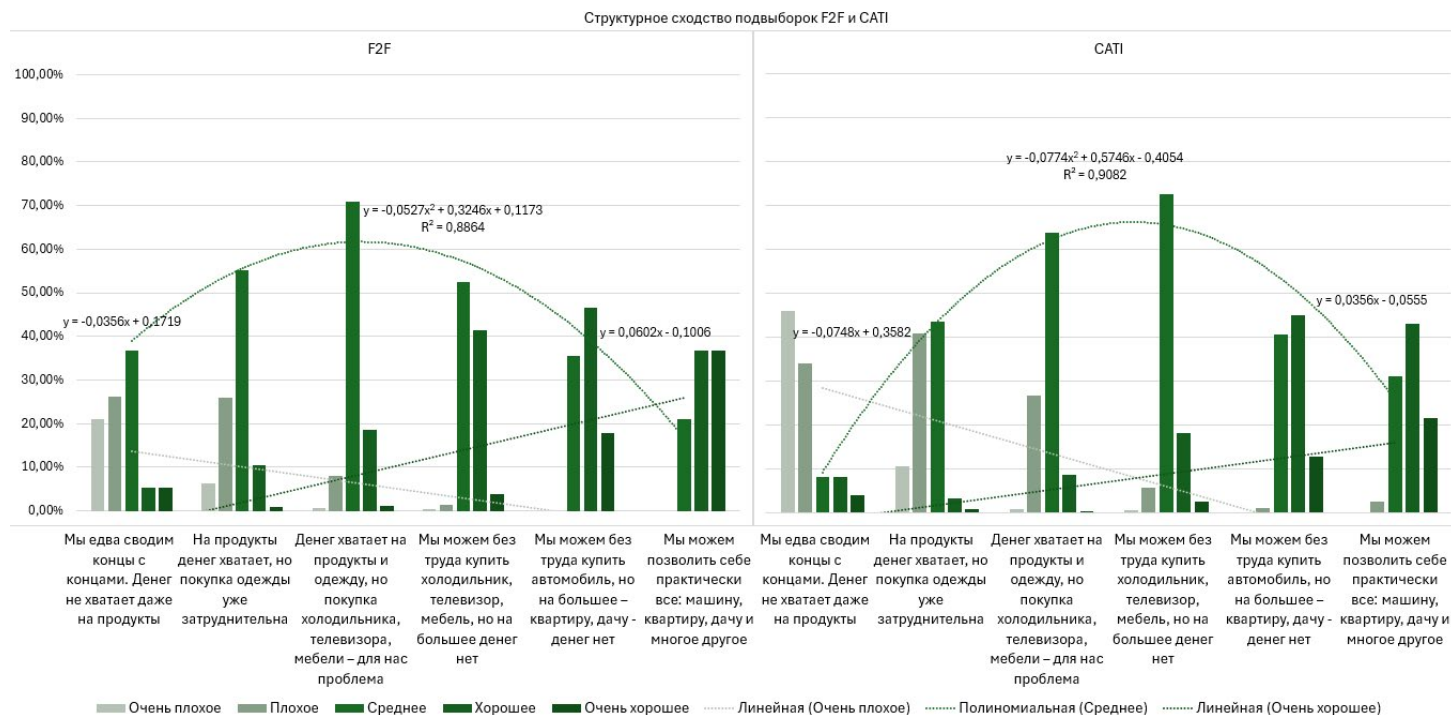
Полагаем, что нам удалось продемонстрировать пользу от смешивания модусов в опросах населения в российских условиях: некоторые дефициты CATI и F2F взаимно погашаются, а выборочные пропорции по полу, возрасту, образованию и типам населенных пунктов сближаются с эталонными пропорциями обследуемой популяции (см. табл. 17).

Таблица 17. *Специфика охвата популяции модусами*

Характеристики респондентов	Преобладание в CATI	Преобладание в F2F
<i>Объективные признаки</i>		
Пол	Мужчины	Женщины
Возраст	Экономически активный	Будут / были экономически активными
Типы населенного пункта	Крупные города	Малые города и села
Образование	С высшим	Без высшего
Статус занятости	Занятые	Незанятые
Доходы	Выше	Ниже
Жилищные условия	Лучше	Хуже
<i>Субъективные оценки</i>		
Оценка материального положения	Ниже	Выше
Оценки субъективного благополучия	Ниже	Выше
Политическая лояльность	Ниже	Выше
Оценка темпов инфляции	Ниже	Выше
<i>Потребление медиа</i>		
Ежедневное телесмотрение	Меньше	Больше
Пользование мессенджером Telegram	Больше	Меньше

Сосредоточение на поиске межмодусных различий в одномерных распределениях неизбежно укрепляет представление о том, что разные модусы репрезентируют разные популяции. Поэтому в анализе одних и тех же данных следует менять оптику. В частности, сравнение двумерных распределений лишает оптику поиска различий безусловной привилегированности (см. рис. 1).

Рис. 1. Двумерные распределения оценок уровня семейных доходов в модусах CATI и F2F, %



Целостный взгляд на двумерные распределения позволяет, не отрицая различия, видеть структурные сходства: в обоих модусах распределения *средних* оценок материального положения семьи близки к нормальному, наклоны низких оценок устремлены слева направо, наклоны высоких оценок — справа налево. Отсутствие среди множества подобных графиков отличающихся структур укрепляет представление о единстве обследованной популяции.

Можно надеяться, что приведенные в статье данные имеют определенную ценность, однако от смешивания разномодальных выборок (в отличие от мультимодальных реализаций единой выборки) едва ли следует ожидать действенного преодоления низкой достижимости дефицитных групп (страт), поскольку эмпирические успехи не дают ответов на ряд досадных вопросов к самому дизайну: какую проектируемую популяцию (проектируемый объект [Батыгин, 1995: 164, 165]) призван репрезентировать результат подобных смещений, в каких пропорциях проводить гибридизацию, как рассчитывать выборочную погрешность и др. Все-таки эмпирически достигаемая близость смешанных выборок эталону не может служить базовым критерием их качества; эталонность выборки оценивается прежде всего по соблюдению в процессе реализации процедурных правил, и только во вторую очередь по результату.

При созревании институциональных условий для комбинирования модусов ради повышения достижимости респондентов из единой выборки встанет вопрос о систематическом накоплении сведений о регулярных смещениях в данных, собранных разными модусами, которые будет необходимо учитывать в итоговых результатах. В представленных здесь результатах мы видим вклад в будущую систематическую работу. В качестве ограничений исследования укажем, что полученные результаты зависимы и от примененных методов формирования сравнимых подвыборок, и от их реализации.

Список литературы (References)

1. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований. М.: Аспект пресс, 1995.
Batygin G. S. (1995) Lectures on the Methodology of Sociological Research. Moscow: Aspekt Press. (In Russ.)
2. Звоновский В. Б. (2012) 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 Sampling. *Sociological Journal*. 2012. No. 1. P. 107—117. (In Russ.)
3. Звоновский В. Б. Реализация репрезентативной выборки в массовом опросе // Социологический журнал. 2007. № 4. С. 25—46.
Zvonovsky V. B. (2007) Implementation of a Representative Sample in a Mass Survey. *Sociological Journal*. 2007. No. 4. P. 25—46. (In Russ.)
4. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Проблемы достижимости респондентов в опросах о российско-украинском конфликте // Мониторинг общественного мнен-

- ния: экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 3—26. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549>.
- 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.)
5. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В., Раскевич А. В. В свете опросов. Методические проблемы измерения общественного мнения о российско-украинском конфликте. Самара: Полиграфическое объединение «Стандарт», 2025.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V., Raskevich A. V. (2025) In the Light of the Polls. Methodological Problems of Measuring Public Opinion on the Russian-Ukrainian Conflict. Samara: Polygraphic association „Standard“. (In Russ.)
 6. Оберемко О. А. О фальсификации, фабрикации и мистификации в методике: // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 4. С. 227—236. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2015.4.12>.
Рец. на кн.: Рогозин Д. М., Ипатова А. А. Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов
Oberemko O. A. (2015) On Falsification, Fabrication and Mystification in Techniques. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 227—236. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2015.4.12>. Book Review: Rogozin D. M., Ipatova A. A. “Naskolko razumna nasha vera v rezultaty «bumazhnykh» kvartirnykh oprosov?” (In Russ.)
 7. Рогозин Д. М., Ипатова А. А. Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов? М.: Радуга, 2015.
Rogozin D. M., Ipatova A. A. (2015) How Reasonable Is Our Belief in the Results of “Paper” Apartment Surveys? Moscow: Raduga. (In Russ.)
 8. Чуриков А. В. (2020) Основы построения выборки для социологических исследований. М.: Институт фонда «Общественное мнение».
Churikov A. V. (2020) Fundamentals of Sampling for Sociological Research. Moscow: Public Opinion Foundation. (In Russ.)
 9. Bailey M. A. (2023) A New Paradigm for Polling. *HDSR*. Vol. 5. No. 3. <https://doi.org/10.1162/99608f92.9898eede>.
 10. Brick J. M., Tourangeau R. (2017) Responsive Survey Designs for Reducing Non-response Bias. *Journal of Official Statistics*. Vol. 33. No. 3. P. 735—752, <http://dx.doi.org/10.1515/JOS-2017-0034>.
 11. Cernat A., Couper M. P., Ofstedal M. B. (2016) Estimation of Mode Effects in the Health and Retirement Study Using Measurement Models. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. Vol. 4. No. 4. P. 501—524. <https://doi.org/10.1093/jssam/smw021>.
 12. Dorofeev S., Grant P. (2006) Non-Simple-Random Samples and Weighted Data. *Statistics for Real-Life Sample Surveys*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 79—139. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511543265.004>.

13. Groves R. M., Fowler F. J., Couper M., Lepkowski J. M., Singer E., Tourangeau R. (2009). *Survey Methodology* (2nd ed.). Hoboken, NJ: Wiley and Sons.
14. Groves R., Peytcheva E. 2008. The Impact of Nonresponse Rates on Nonresponse Bias. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 72. No. 2. P. 167—189. <https://doi.org/10.1093/poq/nfn011>.
15. 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.
16. Tourangeau R., Brick J. M., Lohr S., Li J. (2017) Adaptive and Responsive Survey Designs: a Review and Assessment. *Journal of the Royal Statistical Society, Series A: Statistics in Society*. Vol. 180. P. 203—223. <http://dx.doi.org/10.1111/rssa.12186>.