

DOI: [10.14515/monitoring.2026.4.3479](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3479)**Н. С. Бабич, В. Б. Звоновский, А. В. Чуриков****К ДИСКУССИИ О КОМБИНИРОВАНИИ МЕТОДОВ
В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ:
ВОЗМОЖНОСТИ ОПРОСОВ ПО ТЕЛЕФОНУ
И ПО МЕСТУ ЖИТЕЛЬСТВА****Правильная ссылка на статью:**

Бабич Н. С., Звоновский В. Б., Чуриков А. В. К дискуссии о комбинировании методов в социологических исследованиях: возможности опросов по телефону и по месту жительства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 4. С. 363—372. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3479>.

For citation:

Babich N. S., Zvonovsky V. B., Churikov A. V. (2026) On the Discussion About Combining Methods in Sociological Research: The Possibilities of Telephone and Face-to-Face Surveys. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 363–372. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.4.3479>. (In Russ.)

Получено: 27.08.2026. Принято к публикации: 05.09.2026.

К ДИСКУССИИ О КОМБИНИРОВАНИИ МЕТОДОВ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: ВОЗМОЖНОСТИ ОПРОСОВ ПО ТЕЛЕФОНУ И ПО МЕСТУ ЖИТЕЛЬСТВА**ON THE DISCUSSION ABOUT COMBINING METHODS IN SOCIOLOGICAL RESEARCH: THE POSSIBILITIES OF TELEPHONE AND FACE-TO-FACE SURVEYS**

БАБИЧ Николай Сергеевич — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, руководитель Центра методологии социологических исследований Института социологии, Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН, Москва, Россия

E-MAIL: sociolog@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8697-3038>

Nikolay S. BABICH¹ — Cand. Sci. (Soc.), Senior Researcher, Head of the Center for Methodology of Sociological Research of the Institute of Sociology

E-MAIL: sociolog@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8697-3038>

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>

Vladimir B. ZVONOVSKY² — Dr. Sci. (Soc.), Associate Professor, Sociologist

E-MAIL: zvb@socio-fond.com

<https://orcid.org/0000-0002-8805-9028>

ЧУРИКОВ Алексей Владимирович — управляющий директор департамента опросов населения, Фонд «Общественное мнение», Москва, Россия

E-MAIL: churikov@fom.ru

Aleksei V. CHURIKOV³ — Managing Director of the Population Survey Department

E-MAIL: churikov@fom.ru

¹ Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

² Social Research Institute, Samara, Russia

³ Public Opinion Foundation, Moscow, Russia

Аннотация. В статье представлены размышления авторов о возможности и целесообразности использования мультимодальных выборок, сочетающих, в частности, телефонные и личные поквартирные опросы, в выборочных социологических исследованиях. Реагируя на работу О. Оберемко и соавторов «Кто участвует в опросах по телефону и по месту жительства? Сравнительный анализ и возможности применения смешанного опросного модуля», опубликованную в этом же номере, авторы открывают на страницах журнала профессиональную дискуссию на обозначенную тему, формулируют задачи, которые призвано решить ком-

Abstract. The article presents the authors' reflections on the possibility and feasibility of using multimodal samples, combining, in particular, telephone and personal door-to-door surveys, in sociological research. Reacting to the work by Oleg Oberemko and co-authors "Who Participates in Telephone and Residential Face-to-Face Surveys: A Comparative Analysis" published in the same issue, the authors open a professional discussion on the designated topic, outline the tasks that the combination of modes is designed to solve and the main methodological challenges growing out of this design, and also suggest directions for further research.

бинирование модусов, и основные методологические вызовы такого решения, а также предлагают направления для дальнейшего исследовательского поиска.

Ключевые слова: методология социологических обследований, выборочные обследования, опрос населения, комбинированные выборки

Keywords: methodology of sociological surveys, sample surveys, population surveys, combined samples

Николай Сергеевич Бабич

Исследовательские задачи, решаемые комбинированием методов опроса

На первый взгляд польза комбинирования методов в социологическом опросе представляется настолько очевидной, что дискутировать о ней было бы так же странно, как о пользе комплексного лечения болезни или поиска пропавшего человека по разным направлениям. Совершенно ясно, что одновременное использование нескольких путей решения задачи при прочих равных условиях повышает и скорость достижения результата, и его качество. Тем не менее методология опросов в целом тяготеет скорее к «чистоте» метода, использованию одного-единственного формата сбора данных. И дело здесь, как представляется, вовсе не только в очевидных организационных сложностях комбинирования форматов, но и в теоретических пресуппозициях, совокупность которых можно обозначить как «дескриптивизм».

В оптике этих пресуппозиций выборочные опросы нужны для того, чтобы осуществлять мониторинг распределений состояния населения вида «X% имеют свойство А, Y% имеют свойство В», своеобразный перманентный плебисцит по множеству тем. Скольким россиянам понравился «Колобок», какая доля населения страдает от одиночества — общество интересуется множеством серьезных и не очень вопросов о себе, ответы на которые должны быть даны в процентном соотношении. Признание самой возможности таких ответов означает веру (разделяемую не всеми социологами безусловно [Шубрт, 2018], однако, по нашему мнению, вполне здравую) в объективное существование соответствующих распределений и возможность их относительно точной фиксации. И в этой точке дескриптивизм сталкивается с фундаментальной проблемой критерия истинности полученных распределений. Для того чтобы убедиться в том, что наша выборка репрезентативна, мы соблюдаем строгую процедуру, но в конечном счете сравнить результаты опросов нам в большинстве случаев не с чем. Обнаруженная величина, — допустим, 15% страдающих от одиночества, — не может быть проверена непосредственным обращением к объективной социальной реальности. Ее истинность подтверждается только косвенными коррелятами (например, продажами антидепрессантов) или другими опросами. Даже там, где все же есть «внешние» критерии истинности — выборы, перепись, иная государственная статистика, — они фактически оказываются такими же неполными обследованиями состояния общества, как и сами опросы.

Из трудноразрешимой проблемы критерия истинности следует другая, уже прямо связанная с комбинированием методов. Когда мы проводим опрос с использованием двух разных форматов сбора данных, между ними неизбежно будут периодически возникать существенные расхождения. И так как у нас нет надежного критерия истинности, мы никогда не сможем достоверно определить, какая же из двух подвыборок больше отклоняется от генеральной совокупности. Таким образом, комбинируя методы опроса, исследователь фактически провоцирует сомнения в достоверности собственных данных. Вот почему многие стараются этого избегать, и вот почему открытый анализ результатов комбинирования, опубликованный коллегами в настоящем номере журнала, — это акт интеллектуальной смелости.

Что же нам дает этот акт? В рамках дескриптивизма — увы, очень немного. В обсуждаемой статье высказываются небезосновательные надежды на то, что комбинирование форматов сбора данных при накоплении определенной статистики позволит повысить точность выборочных оценок. Допустим, что эти надежды сбудутся и систематическая ошибка выборочных опросов будет снижена, например, на 5 % (то есть довольно существенно). Тогда мы, быть может, обнаружим, что страдающих от одиночества в стране не 15 %, а 20 % (оба числа — условные примеры). Изменит ли это каким-то образом знание общества о самом себе? Едва ли. Те считанные проценты, которые можно выгадать комбинированием методов в повышении точности выборок, весьма редко имеют какое-то значение, как правило — лишь в очень тесной электоральной гонке.

Однако, если мы выходим за рамки дескриптивизма и ставим перед собой более широкий набор исследовательских задач, ситуация значительно улучшается. Если нас интересует не просто процент людей, страдающих от одиночества, а персистентность этой проблемы в обществе, захватывает ли она целые страты или распространяется равномерно, наличие в выборке двух форматов сбора данных сразу дает крайне ценную информацию. Действительно, личное интервью осуществляется в относительно публичных пространствах, куда интервьюер может добраться и где его примут и согласятся поговорить. Телефонный же опрос может проникать гораздо глубже в популяцию одиноких людей, с которыми у интервьюера нет шанса встретиться. Когда мы видим, что в обеих подвыборках уровень одиночества примерно одинаков, это означает, что мы, скорее всего, нащупали величину, фундаментальную для всего общества (даже если она варьирует на 10 % в ту или другую сторону). Если же в телефонном опросе одиночество прорывается в несколько раз чаще — перед нами фундаментальное системное различие. Еще более показательными могут быть сравнения с интернет-опросами, одиночество (и множество других социальных особенностей) участников которых должны еще более отличаться. Наблюдая эти различия, анализируя их как материал для проверки содержательных гипотез, мы получим гораздо больше, чем просто проценты респондентов, отвечающих так или эдак. Поэтому инициативу коллег по «выводу из тени» комбинирования методов для российской социологии стоит признать весьма важным шагом. Но наибольшую ценность может иметь расширение задач такого комбинирования с уровня взаимного уточнения величин до уровня методической триангуляции как стратегии решения проблемы воспроизводимости социологического знания [Михайлов, 2025].

Владимир Борисович Звоновский**Методологические вызовы комбинирования модусов сбора данных**

Прежде чем комбинировать, необходимо разобраться в том, (1) что именно мы комбинируем и (2) с какой целью. Если мы хотим получить оценку работы банковского приложения, мы можем опросить его клиентов по телефону, лично (в офисе банка или по месту жительства) и онлайн — внутри самого приложения. Вероятно, ответы, полученные в этих трех средах, будут различаться, однако именно эти различия и станут значимым фактором, влияющим на оценки. Респонденты, ответившие внутри приложения, дадут более сиюминутную оценку его работе, тогда как опрошенные по телефону, вероятно, будут обобщать свой опыт использования приложения за некоторый период. Мы даже не станем суммировать эти оценки — нам важны именно различия. Это тоже комбинирование, но, очевидно, преследующее иную цель.

Иное дело, если мы стремимся получить выборку, репрезентирующую определенную часть населения — города, региона или страны. В этом случае целью будет объединение подвыборок, собранных различными методами, и формирование единой выборки, представляющей генеральную совокупность. Различным ее частям можно придать разные веса, однако именно единый массив данных отражает свойства генеральной совокупности.

Для достижения такой цели необходимо предполагать, что все части общей выборки также репрезентативны, а для этого, в свою очередь, необходимо, чтобы они были вероятностными. Поскольку вероятностными, хотя бы теоретически, можно считать только телефонные опросы и опросы по месту жительства (онлайн-выборку также можно сделать репрезентативной, но для этого сначала потребуется прибегнуть к телефонному опросу или опросу по месту жительства), комбинировать допустимо именно эти два способа сбора данных.

Рассмотрим, какие требования необходимо выполнить, чтобы телефонный опрос и опрос по месту жительства были вероятностными.

С телефонным опросом дело обстоит проще. Существует общедоступный реестр диапазонов телефонных номеров, действующий в РФ, который можно использовать для генерации стартовой выборки номеров в ходе опроса. Предположим, что для опроса 1000 человек потребуется 1 млн номеров. Однако, формируя такой запас, следует учитывать, что число номеров, приходящихся на душу населения, существенно различается по регионам. Если на одного москвича приходится около десяти номеров, распределенных в его регионе, то в Крыму этот показатель составляет лишь пять. Кроме того, межоператорские соединения обладают различной пропускной способностью. Это означает, что если соединение между оператором «большой тройки» или «большой четверки»¹ и оператором в Чечне или Дагестане устанавливается реже, чем при звонках в Пермь или Пензу, то при одинаковой скорости набора номеров в опросном колл-центре респонденты в Крыму, Пензе или Перми будут набираться быстрее, чем в Москве, Чечне или Дагестане. Иначе говоря, при формально вероятностном наборе номеров выборка оказывается смещенной, и для поддержания ее вероятностного характе-

¹ Крупнейших операторов России: МТС, Мегафон, Билайн и Т2.

ра требуются специальные процедуры. Разумеется, существуют и другие источники смещения выборки телефонного опроса, однако мы ограничимся простой демонстрацией того, что поддержание вероятностного характера выборки требует постоянных усилий и что в реальности исследователь не всегда имеет дело с репрезентативной выборкой.

С опросом по месту жительства дело обстоит значительно сложнее. Во-первых, реестр мест жительства в России долгое время отсутствовал. После того как Центральная избирательная комиссия создала реестр адресов, по которым зарегистрирован хотя бы один избиратель, мы получили более или менее полный список адресов. Однако это не решает нашу, исследовательскую задачу: нам важно не где респондент зарегистрирован, а где он фактически проживает. Предположим, эта задача решена. Дальнейшее также непросто. Очевидно, что разные группы населения с разной вероятностью можно застать дома в пригодном для интервью состоянии (человек может приходить домой только для того, чтобы спать). Поэтому проводятся повторные визиты, и если организовать их в населенном пункте, где проживает интервьюер, несложно, то в удаленных и малонаселенных селах и городах это представляет собой существенную логистическую и финансовую проблему. В итоге сбор сравнимых по качеству телефонных и личных интервью по месту жительства разительно различается как по времени, так и по стоимости.

Предположим, что мы решили и эти проблемы. Обратимся теперь к вопросу о том, как именно комбинировать. Решение «смешаем телефонную выборку и выборку опроса по месту жительства» на одной и той же генеральной совокупности крайне уязвимо. Во-первых, отсутствует обоснование пропорции такого смешивания: почему, например, мы смешиваем выборки в соотношении 50 на 50, а не 25 на 75? Во-вторых, использование двух выборок на одной и той же генеральной совокупности снижает размер каждой из них и увеличивает дисперсию оценок, а следовательно, снижает точность измерения, ради которой и замышлялось комбинирование. Согласно теореме о сложении дисперсий, общая дисперсия равна сумме средней внутригрупповых дисперсий и межгрупповой дисперсии. В наилучшем случае, когда дисперсии равны (а в нашем случае они не равны), дисперсия общей выборки будет равна просто сумме дисперсий. Если же дисперсии выборок (в нашем случае — выборка телефонного опроса и опроса по месту жительства) не равны, к этой сумме необходимо добавить межгрупповую дисперсию. В итоге погрешность такого измерения вырастет, а точность снизится. При номинальном объеме выборки в 1600 единиц погрешность будет соответствовать уровню $\pm 3,46\%$, характерному для выборки в 800 единиц. Например, рейтинг партии «Единая Россия», колебавшийся в мае — августе между 32,0 % и 36,0 %, оставался в пределах случайной погрешности выборки $\pm 3,46\%$, то есть с математической точки зрения оставался постоянным.

Более логичным выглядело бы решение, при котором определенная часть выборки, например респонденты старше 60 лет, охватывается опросом по месту жительства, что проще и доступнее в реализации, а россияне от 18 до 59 лет опрашиваются по телефону. В этом случае полученная выборка оказывается стратифицированной, с меньшей дисперсией и более высокой точностью. Такое решение обосновать значительно проще, чем смешивание в пропорции 50 на 50.

Важным остается проблема правомерности использования в одном исследовании случайной и квотной выборок. Здесь вопрос о долях выборок принципиально неразрешим: любой выбор будет одновременно и верным, и неверным. Однако само по себе такое смешивание не решает проблему труднодостижимых групп респондентов, ведь они попадают в нашу выборку не в силу своей частоты среди населения, а потому, что их целенаправленно разыскивают интервьюеры. В такой ситуации, как представляется, возможно разыскивать представителей редких групп и в телефонном опросе, котируя выборку так же, как это делается в ходе опроса по месту жительства.

На мой взгляд, тема комбинирования методов сбора данных не предполагает каких-либо чудесных решений, а требует выполнения определенной последовательности работ. Во-первых, необходимо провести установочное исследование, то есть максимально строгий сбор данных либо по телефону, либо по месту жительства. Тогда мы получим адекватные представления о долях различных групп в населении и об их готовности к сотрудничеству с исследователями и сможем использовать эти данные в качестве эталона достоверности. Разумеется, в случае телефонного опроса мы не сумеем охватить тех, кто не пользуется телефонной связью, а в случае опроса по месту жительства — вероятно, неохваченными останутся те, кто целенаправленно ограничил доступ к своим жилищам или вовсе его не имеет. Но, во-первых, установочное исследование тем и отличается от регулярного, что ставит целью увеличение усилий по достижению труднодоступных групп респондентов. Во-вторых, таким образом мы получаем возможность измерить (1) размер таких групп, (2) степень усилий, требуемых для их достижения. В противном случае у нас не будет достоверных данных о смещениях, возникающих в различных процедурах. Идеальным вариантом было проведение установочного исследования несколькими методами: телефонным, по месту жительства и онлайн.

Во-вторых, следует предложить описание (1) строгой, «идеальной» процедуры сбора данных в рамках каждого метода и (2) вариант ее облегченной версии, в которой сохраняются критически важные требования к реализации выборки, но ослаблены требования, ведущие к росту стоимости и длительности работ.

В-третьих, по аналогии с AAPOR необходимы описание сложившихся практик сбора данных в рамках различных типов опроса и публикация таких описаний. Это позволит коллегам ориентироваться на индустриальные образцы и сопоставлять достигнутые показатели кооперации респондентов, полученные в опросах разных типов. Эти шаги могут задать направление будущей работе по развитию методологии комбинирования.

Алексей Владимирович Чуриков

Перспективные направления дальнейшего научного поиска

В своем комментарии я хотел бы обозначить вопросы, которые, с моей точки зрения, помогут наметить направления дальнейших исследований возможностей комбинирования разных модусов сбора социологических данных.

Первое из них касается более глубокого изучения влияния дизайна выборки на опросы CATI и F2F. Статья О. Оберемко и соавторов посвящена очень важной теме — анализу различий в ответах респондентов, опрашиваемых по теле-

фону (CATI) и при личном интервью по месту жительства (F2F). Авторы отмечают, что на различия влияет не только модус проведения интервью, но и разные возможности в реализации выборок опросов CATI и F2F. В частности, стратификация выборки F2F по типам населенных пунктов позволяет устранить отклонения от населения России по этому параметру, в отличие от CATI. Мне кажется, что в будущих исследованиях по данной тематике нужно попробовать усложнить дизайн выборки телефонных опросов и изучить его влияние на распределение ответов.

Например, в выборке телефонных опросов можно задавать пропорции между разными группами респондентов. Принадлежность респондента к конкретной группе определяется по его ответу на соответствующий вопрос анкеты. После набора запланированного числа представителей каждой группы их опрос прекращается. Внешне это выглядит как квоты, однако принципиальное отличие от привычных квот состоит в том, что интервьюер лишен возможности самостоятельно выбирать, кого опрашивать. Он всегда опрашивает очередного случайного респондента из выборки и либо прерывает опрос после его ответов на вопросы о принадлежности к стратам, либо продолжает опрос. По сути, это является стратификацией RDD-выборки по заданным параметрам: для каждого респондента, ответившего на вопросы о принадлежности к стратам, можно вычислить вероятность быть опрошенным, которая будет различаться для разных страт.

Понятно, что такой дизайн выборки приведет к удорожанию опроса. Когда останется незаполненной последняя, наименее достижимая страта, интервью с респондентами всех остальных страт будут прерываться. Но то же самое происходит и в опросах F2F, когда интервьюер набирает все квоты, кроме одной, и начинает обход домохозяйств в поисках оставшихся «редких» респондентов (только с этого момента у интервьюера F2F начинается настоящий случайный отбор, тогда как до этого он мог самостоятельно выбирать, кого опрашивать в домохозяйстве из подходящих под незаполненные квоты).

При переходе к стратифицированной телефонной RDD-выборке есть много вопросов для изучения: по каким параметрам лучше стратифицировать выборку, какое распределение выборки между стратами эффективнее, пропорциональное или нет, какой дизайн выборки обеспечивает оптимальное соотношений между стоимостью и величиной смещений. Возможно, изменение дизайна телефонных выборок приведет к уменьшению различий между CATI и F2F не только по контролируемым социально-демографическим параметрам, но также и по другим характеристикам. Хотя значительное влияние модуса опроса на параметры реализованных выборок все равно сохранится.

Второе направление — это анализ устойчивости различий в ответах респондентов CATI и F2F. Представленные в статье различия в ответах респондентов CATI и F2F имеют большую практическую значимость. Хотелось бы понять, насколько устойчивы эти различия и есть ли факторы, которые влияют на них. В том числе интересно было бы сравнить данные ВЦИОМ с данными телефонных опросов других компаний.

В частности, в телефонных RDD-опросах ФОМа, которые проводились по короткой и простой анкете (менее 15 вопросов) и использовались для последующего рекрута некоторых категорий респондентов, распределение ответов несколько

отличается от приведенных в статье. Отклонения от данных Росстата по типу населенного пункта, полу, возрасту и образованию имеют такую же направленность, но величины отклонений меньше. Нельзя однозначно сказать, с чем это связано. Возможно, с небольшой длительностью интервью, о которой информировали респондентов в начале опроса, что повышало долю согласившихся на участие и завершивших опрос. Может влиять также формулировка приглашения к участию в опросе. Иногда в ней кратко обозначают тему опроса, и это тоже влияет на состав участников. Здесь есть место для дополнительных исследований.

Наконец, третье направление — это более глубокая проработка проблем комбинирования разномодальных выборок. В статье обозначена одна из них — выбор пропорций, в которых нужно комбинировать выборки CATI и F2F, ведь от этого существенно зависят получаемые результаты. Как определить эти пропорции? Конечно, можно подобрать такие пропорции, которые максимально приближают суммарные распределения комбинированной выборки по социально-демографическому профилю к известным распределениям репрезентируемой совокупности. Но будет ли это хорошим решением с учетом того, что нет однозначной зависимости между ответами респондентов и их социально-демографическими параметрами? Существует ли единственная «правильная» комбинация разномодальных выборок или их пропорции должны варьироваться в зависимости от тематики опросов?

В частности, различия в ответах респондентов CATI и F2F по отдельным темам могут быть вызваны не только различиями между объективными параметрами опрошенных в разных модусах, но также и различиями в долях социально одобряемых ответов. Эти доли могут меняться в зависимости от тематики вопросов и от оценок респондентами вероятности негативных последствий своих откровенных ответов. Например, респондент может больше доверять словам об анонимности опроса из уст стоящего перед ним интервьюера, чем голосу в телефонной трубке. Из-за этого различия между модусами могут то увеличиваться, то уменьшаться.

Еще одна проблема связана с форматом предъявления вопросов респондентам. В модусе CATI варианты ответов зачитываются и воспринимаются респондентами на слух. В модусе F2F могут использоваться карточки, которые дают респонденту возможность видеть сразу весь набор вариантов ответов. Нужно ли отказываться от преимуществ опросов F2F, связанных с наличием карточек, или лучше отказаться от карточек ради единообразия инструментария? Я бы оставил карточки в F2F, однако это дискуссионный сюжет.

Перечисленные проблемы делают уместным вопрос: всегда ли целесообразно комбинирование разномодальных выборок? Если не всегда, то в каких случаях? Например, если исследователю важна динамика, то не будет ли эта динамика затухать из-за разнонаправленных сдвигов в CATI и в F2F? Должно ли комбинирование разномодальных выборок превратиться со временем в универсальный метод исследования или отдельные телефонные и квартирные опросы имеют право на существование? Лично у меня нет ответов на эти вопросы.

Наверное, можно указать и другие направления для дальнейших исследований, актуальность и важность которых не вызывают сомнения.

Список литературы (References)

1. Михайлов А. А. Теоретические основания применения стратегии триангуляции в социологических исследованиях // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 9—35.
Mikhailov A. A. (2025) Theoretical Foundations of the Application of Triangulation Strategy in Sociological Research. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling (Sociology: 4M)*. No. 60. P. 9—35. (In Russ.)
2. Шубрт И. Действительно ли опросы общественного мнения изучают общественное мнение? // Социологические исследования. 2018. № 12. С. 56—62.
<https://doi.org/10.31857/S013216250003169-8>.
Šubrt J. (2018) Do Public Opinion Polls Actually Provide a Survey of Public Opinion? *Sociological Studies*. No. 12. <https://doi.org/10.31857/S013216250003169-8>. P. 56—62. (In Russ.)