

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.2.1

EDN: BXLNLE

В.Б. ЗВОНОВСКИЙ², А.В. ХОДЫКИН¹, А.В. ГОЛЬДЕБАЕВА¹

¹ Самарский государственный экономический университет.

443090, Самара, ул. Советской Армии, д. 141.

² Фонд социальных исследований.

443041, Самара, ул. Красноармейская, д. 70.

АНАЛИЗ КАТЕГОРИЧЕСКИХ ОТКАЗОВ ОТ ПРОДОЛЖЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ В ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСАХ НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ ТЕМАТИКУ

Аннотация. Необходимость анализа прерванных интервью обусловлена двумя причинами: 1) важностью контроля возможных систематических смещений выборок и 2) наиболее наглядным проявлением в таких интервью проблем, характерных для опроса в целом, но чаще всего преодолеваемых совместными усилиями интервьюеров и респондентов. Выбор для исследования жестких отказов обусловлен тем, что такой статус ставится при наиболее категорично высказанном респондентами нежелании продолжать опрос, то есть предполагается, что именно в этих случаях проблемы коммуникации выражены наиболее остро. Исследование выполнено в два этапа: 1) проведенный с 5 по 13 февраля 2025 г. компанией «Хроники» телефонный опрос (САТІ) с использованием случайной стратифицированной выборки ($N = 1600$ успешных интервью, 746 прерванных, из которых 160 получили статус «жесткий отказ»); 2) контент-анализ и качественный анализ аудиозаписей всех прерванных интервью, завершившихся категорическим отказом респондента от продолжения диалога (финальный статус «жесткий отказ») на любом вопросе после приветствия ($N = 160$). Таким образом, во всех проанализированных интервью респонденты сначала высказали готовность участвовать в опросе (согласие по результатам приветствия), но в ходе диалога утратили эту готовность по тем или иным причинам. Чаще всего жесткие отказы возникают в начале заполнения анкеты на социально-демографических вопросах, негативно воспринимаемых значимой долей респондентов как сбор их личных данных. Вопреки ожиданиям, вопросы о военных действиях не лидируют по числу отказов. Категорическая неготовность продолжать интервью в телефонных опросах на политическую тематику обусловлена тремя группами возникающих в ходе опросной коммуникации или предшествующих ей сложностей. В порядке распространенности к ним относятся: 1) неготовность или нежелание обсуждать политическую тематику (43%); 2) недоверие к исследователям (29%) и 3) методические особенности составления анкеты и проведения интервью (длина анкеты,

формулировки вопросов, поведение интервьюеров) (в сумме 14%). В 44% всех случаев жестким отказам предшествуют проблемы коммуникации между интервьюером и респондентом на предыдущих вопросах анкеты.

Ключевые слова: телефонный опрос; жесткий отказ; прерванные интервью; статус контакта; коэффициенты ответов; анализ документов; аудиозаписи опросов.

Для цитирования: Звоновский В.Б., Ходыкин А.В., Гольдебаева А.В. Анализ категорических отказов от продолжения интервью в телефонных опросах на политическую тематику // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 2. С. 9–31. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.2.1](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.2.1) EDN: [BXLNLE](https://edn.socjour.ru/BXLNLE)

Введение

Недостижимость респондентов в любых опросах становится предметом методических исследований, поскольку они потенциально могут привести к систематическим смещениям выборок за счет самоотбора респондентов (“selection bias”) [14]: если даже в случайно набранной выборке успешно прошедшие опрос респонденты по измеряемым в этом опросе параметрам статистически значимо отличаются от отказавшихся проходить его, то выборка становится смещенной и теряет репрезентативность [10]. Поэтому случайный отбор — необходимое, но недостаточное условие репрезентативности выборки. Не все согласившиеся на участие в массовом телефонном опросе респонденты, соответствующие требованиям выборки, успешно проходят анкету до конца. Часть из них по тем или иным причинам досрочно прерывают интервью. По данным наших исследований, доля прерванных интервью от суммы прерванных и успешных обычно колеблется в диапазоне 25–40%, что в несколько раз меньше доли полученных в самом начале опроса отказов участвовать в нем, однако тоже может сместить результаты опроса [4]. Если распределение мнений среди отказывающихся отвечать на вопросы значимо отличается от мнений тех, кто готов успешно завершать интервью, в итоговых данных будут систематические смещения из-за самоотбора респондентов [12]. В политических опросах это может приводить к неточному отражению распределения политических взглядов населения страны [11].

Прерывания респондентами интервью случаются по разным причинам: от технических проблем или внезапно появившихся дел до чрезмерной сложности, длины или сенситивности вопросных формулировок либо дискомфорта от опроса в целом. Профессиональные характеристики интервьюеров, такие как тембр голоса и темп речи, умение удержать респондента в диалоге и восстановить нарушенную коммуникацию, степень подготовленности к интервью и развитости речевых компетенций и т. д. также влияют на готовность респондентов проходить опросы [7; 13]. Исследователи не могут повлиять на причины, связанные с внешними обстоятельствами (проблемы со связью респондента, отвлекающие его третьи лица и т. п.), эти причины не зависят от темы опроса и методической работы социологов.

Если же прерывания вызваны дискомфортом от темы опроса, формулировок вопросов, длины анкеты и от других подобных причин, с помощью методической работы можно частично исправить ситуацию. Кроме того, анализ

прерываний интервью, случившихся по внутренним причинам, специфичным для данного опроса, позволяет выявить причины дискомфорта респондентов: если какой-то вопрос или тема чаще заставляет участников опроса прекратить интервью, то значительно большее число, испытав тот же дискомфорт, преодолеют его и все-таки продолжат опрос, но не известно, как это повлияет на качество их ответов. Поэтому анализ причин прерванных интервью необходим для выявления проблемных мест анкеты и коммуникации между интервьюером и респондентом.

Наши предыдущие исследования показывают, что чаще всего прерывания связаны с внешними обстоятельствами [4]. Поэтому, чтобы выделить среди всех прерываний по большей части те, которые случились из-за особенностей анкеты и восприятия ее прохождения обоими участниками опросной коммуникации, то есть сфокусировать исследовательское внимание на внутренних проблемах опросного диалога, в данной работе проанализируем все аудиозаписи прерванных интервью только со статусом «жесткий отказ». Причины прерывания интервью в опросах на тему российско-украинского конфликта проанализированы в наших исследованиях, положенных в основу опубликованной в текущем году монографии о различного рода смещениях, возникающих в политических опросах [4]. Однако в этих исследованиях проанализированы прерванные интервью всех статусов, что позволяет выявить соотношение распространенности прерываний интервью по разным причинам, тогда как цель данной статьи, являющейся продолжением описанных в нашей монографии исследований, — выявить и описать проблемы, которые связаны именно со сложностями, возникающими из-за содержания диалога между интервьюером и респондентом, а также из-за восприятия обоими коммуникантами опросной процедуры. Постараемся выяснить, какие особенности их диалога приводят к категорической утрате респондентами готовности участвовать в политических опросах, произошедшей в ходе интервью (именно таким прерываниям присваивается статус «жесткий отказ»).

В соответствии со стандартами по фиксации результатов звонков в телефонных опросах AAPOR¹, статус «жесткий отказ» указывается в любом месте анкеты для звонков, где респондент четко и категорически отказался участвовать (или продолжать участвовать) в опросе, а его ответ не оставляет надежды, что при повторной попытке контакта он согласится продолжить опрос (скорее, повторная попытка вызовет у него негативную реакцию). Поэтому статус «жесткий отказ» является финальным, то есть на получившие его телефонные номера больше не перезванивают. Любое интервью начинается с приветствия, по итогам которого респондент дает согласие на участие в опросе, после чего интервьюер переходит к вопросам анкеты. Таким образом, если респонденту начали задавать вопросы, то он на этапе приветствия уже согласился на участие в опросе. Если же на последующих вопросах он категорически отказывается от продолжения интервью (только в таком случае ставится статус «жесткий отказ»), то можно сделать вывод: изначально готовый проходить опрос человек по какой-то причине утратил эту готовность в ходе диалога, то есть в процессе интервью случилось что-то такое, из-за чего респондент больше не хочет отвечать на эту анкету не только сейчас,

¹ См. Standard Definitions Report. — URL: <https://aapor.org/wp-content/uploads/2023/05/Standards-Definitions-10th-edition.pdf> (дата обращения: 30.06.2025).

но и в ближайшем будущем, что-то его оттолкнуло от опроса. В данной статье проанализированы аудиозаписи всех прерванных интервью со статусом «жесткий отказ», в которых был задан хотя бы один вопрос после приветствия. Таким образом, респонденты сначала высказали готовность участвовать в опросе, но в ходе него утратили эту готовность. В причинах этого постараемся разобраться далее.

Гипотезы исследования

1. Согласно данным методических работ, чувствительность темы опроса способствует неготовности респондентов продолжать его [1; 6]. Наши исследования показали, что наиболее чувствительными являются вопросы о военных действиях [2; 3], поэтому можно предположить, что больше всего прерываний со статусом «жесткий отказ» на один вопрос блока придется на блок «СВО».

2. Прерывание интервью из-за жесткого отказа часто происходит вследствие накопления коммуникативных проблем в диалоге интервьюера и респондента. Это дает основание предположить, что в большинстве случаев жесткому отказу респондента предшествовали проблемы коммуникации (критика респондентом анкеты, затруднения, спор с интервьюером, высказывание претензий, нежелания отвечать и т. п.) в вопросах, заданных до того, как респондент категорически отказался продолжать опрос.

3. Наши предыдущие исследования, основанные на результатах прослушивания интервью, показали, что восприятие опроса связано с его тематикой [4]. Поэтому можно предположить, что наиболее распространенными причинами жестких отказов от продолжения интервью будут те, которые связаны с темой опроса.

Материалы и методы исследования

Исследование проведено в два этапа.

Первый этап. Метод: телефонный опрос (САТ) на тему отношения россиян к российско-украинскому конфликту, проведенный с 5 по 13 февраля 2025 г. социологической компанией «Хроники»². Выборка случайная ($N = 1600$ успешных и 746 прерванных³ интервью, из которых 160 имеют статус «жесткий отказ»), стратифицирована по федеральным округам. Ошибка выборки не превышает 2,45% при уровне значимости 95%. Базы контактов сгенерированы случайным образом

² Авторы благодарят компанию «Хроники» за любезно предоставленные аудиозаписи для прослушивания.

³ Методически правильно относить к прерванным интервью только те, в которых респондент успешно прошел блок отборочных вопросов (скринер), но не прошел интервью до конца, поскольку только в таком случае можно утверждать, что респондент подходит для опроса. Однако для нашего исследования важнее понять и описать процесс утраты человеком готовности проходить интервью, что может произойти и на блоке отборочных вопросов. Поэтому мы исследовали прерывания со статусом «жесткий отказ», случившиеся и на вопросах отборочного блока. В 746 прерванных интервью они принадлежат тем респондентам, кто прервал интервью на отборочном блоке, но сюда не включены те, кто не прошел отбор.

на основе диапазонов, выдаваемых Минцифры РФ операторам мобильной связи на 2024 г. Опрос проводился только по мобильным номерам, поскольку покрытие населения мобильной связью в России на сегодняшний день почти сплошное, что побудило исследовательские компании (ВЦИОМ, Russian Field, ExtreamScan, Фонд социальных исследований и др.) отказаться от использования стационарных номеров в телефонных опросах.

Второй этап. Методы: 1) контент-анализ всех аудиозаписей интервью со статусом контакта «жесткий отказ», в которых получено изначальное согласие респондента на участие в опросе; 2) качественный анализ документов, то есть этих аудиозаписей. Контент-анализ позволяет измерить, насколько часто встречаются жесткие отказы от продолжения интервью в разных блоках анкеты, тогда как по результатам качественного анализа предполагается подробно описать случаи таких отказов и их причины. Выборка аудиозаписей сплошная: прослушаны все 160 прерванных интервью, получившие статус «жесткий отказ» на любом вопросе анкеты после приветствия.

Структура анкеты

В целом структура и характеристики как самой анкеты, так и прерванных интервью сходны с теми, которые были на предыдущем этапе исследования, что облегчает преемственность полученных данных. В исследуемом опросе на 1600 успешных интервью пришлось 746 прерванных, то есть 32% от суммы прерванных и успешных, что не выходит за рамки обычных значений для опросов на данную тематику. В то же время анкета оказалась довольно длинной: продолжительность ответов в среднем составила 16 мин 55 с, что превышает стандартные для таких опросов показатели в 10–15 мин и выходит за пределы рекомендованной для телефонных опросов максимальной длины анкеты в 15 мин [4]. Анкету можно разделить на четыре тематических блока, к которым добавлены два вопроса, не подходящих ни под один из блоков и объединенных в отдельный подблок «Другое» (ДР). В перечень основных тематических блоков входят социально-демографический (СД), блок про экономику, ощущение личного благополучия и участие в волонтерской деятельности (ЭБ), блок про военные действия (СВО) и блок про выборы и политиков (В). В таблице 1 приведены вопросы анкеты в том порядке, в каком они задавались респондентам.

Отказ респондентов от продолжения интервью связан с нежеланием или невозможностью продолжать опрос, причем в случае жестких отказов это нежелание или невозможность приобретает наиболее категоричную форму. Отказаться от прохождения опроса во время его проведения респондента побуждает какая-то веская причина, возникшая по ходу интервью. Часто дискомфорт появляется из-за негативного восприятия конкретных вопросов или тематики. Если бы все вопросы в равной степени вызывали дискомфорт у респондентов, то категорические отказы продолжать интервью распределялись бы по всем вопросам анкеты относительно равномерно или, по крайней мере, пропорционально их длине.

Таблица 1

Вопросы анкеты и число жестких отказов на них (порядок вопросов такой же, как в анкете)

Номер вопроса	Количество жестких отказов	Средняя длина вопроса, с.	Текст вопроса
СД1	1	7,2	Сколько Вам полных лет?
СД2	15	15,1	Если Вы гражданин России, то в какой области, крае или республике Вы проживаете постоянно?
СД3	13	7,5	Вы проживаете в городе, поселке городского типа или селе? (вопрос не задавался жителям Москвы и Санкт-Петербурга)
СД4	21	26,3	Какой ОСНОВНОЙ род занятий у Вас в настоящее время?
ЭБ1	1	14,5	В последние год-два Вам приходится работать больше или меньше, чем три-четыре года назад, или ничего не изменилось? (задавался только работающим)
ЭБ2	10	12,0	За последний год Ваше материальное положение улучшилось, ухудшилось или в целом не изменилось?
ЭБ3	8	15,6	За последний год Вы или члены Вашей семьи сталкивались или нет с отсутствием необходимых для Вас лекарств в аптеках или в медицинских учреждениях?
ЭБ4	11	61,5	Вспомните, за прошедшие три года Вы помогали или нет кому-либо продуктами, деньгами, вещами, делами, любыми услугами на безвозмездной основе? И если помогали, то кому?
ЭБ5	2	15,2	По Вашему мнению, следует или не следует обычным людям оказывать содействие беженцам, пострадавшим от военных действий?
СВО1	3	14,0	По Вашему мнению, следует или не следует обычным людям оказывать содействие армии?
В1	7	20,6	Одни полагают, что мэра города должен назначать глава региона. Другие считают, что мэра города должны выбирать жители этого города. С какой точкой зрения Вы скорее согласны — с первой или со второй? (задавался только жителям городов)
В2	3	21,7	Одни полагают, что главу района должен назначать губернатор. Другие считают, что главу района должны выбирать жители этого района. С какой точкой зрения Вы скорее согласны — с первой или со второй? (задавался только жителям сел и ПГТ)
В3	4	19,7	Одни полагают, что главу региона (области, края или республики) должен назначать президент страны. Другие считают, что главу региона должны выбирать его жители. С какой точкой зрения Вы скорее согласны — с первой или со второй?

Продолжение таблицы 1

Номер вопроса	Количество жестких отказов	Средняя длина вопроса, с.	Текст вопроса
В4	3	19,5	Скажите, удалось ли Вам проголосовать на выборах Президента России в марте 2024 года? Если да, то за кого Вы проголосовали?
В5	6	12,3	Вы бы хотели или нет, чтобы Владимир Путин стал Президентом России на следующих выборах?
ЭБ6	8	24,0	На Ваш взгляд, в случае дефицита бюджета куда следует расходовать государственные средства в первую очередь — на вооруженные силы или на социальную сферу, включая здравоохранение, образование и пенсии?
СВО2	7	61,6	Из каких источников Вы получаете информацию о ходе конфликта между Россией и Украиной?
СВО3	14	64,5	Сейчас я зачитаю список лидеров разных стран. Оцените по шкале от 1 до 5, насколько от каждого из них зависит урегулирование конфликта между Россией и Украиной? 1 — совсем не зависит, а 5 — полностью зависит.
СВО4	1	16,5	Скажите, пожалуйста, Вы поддерживаете или не поддерживаете военную операцию России на территории Украины, затрудняетесь однозначно ответить или не хотите отвечать на этот вопрос?
СВО5	3	23,1	Как Вы считаете, среди Ваших близких, знакомых, родственников, коллег по работе большинство поддерживают или не поддерживают военную операцию России на территории Украины?
СВО6	4	21,8	А как Вы думаете, в повседневном окружении Владимира Путина большинство поддерживают или не поддерживают спецоперацию?
СВО7	2	23,4	Если Владимир Путин примет решение вывести российские войска с территории Украины и начнет переговоры о перемирии, НЕ достигнув изначально поставленных целей военной операции, Вы поддержите или не поддержите такое решение?
СВО8	3	25,2	Как Вы полагаете, когда завершится военная операция России на территории Украины — через несколько месяцев, через год, больше, чем через год, или она никогда не завершится?
СВО9	2	36,3	На Ваш взгляд, что должно сделать руководство нашей страны, чтобы закончить спецоперацию?
СВО10	1	17,1	Повлияла ли спецоперация на Вашу повседневную жизнь? Если да, то скорее положительно или скорее отрицательно?
СВО11	1	18,8	На Ваш взгляд, должны или не должны россияне иметь право открыто критиковать военную операцию на Украине?

Окончание таблицы 1

Номер вопроса	Количество жестких отказов	Средняя длина вопроса, с.	Текст вопроса
ДР1	1	57,4	Были ли в советское время в Вашей семье те, кто...?
СД5	0	17,3	В завершение несколько вопросов о Вас для статистики. Какой у Вас наивысший уровень образования, подтвержденный дипломом, аттестатом?
СД6	2	47,2	Какое из перечисленных описаний точнее всего соответствует материальному положению Вашей семьи?
СД7	2	27,8	Укажите, пожалуйста, хотя бы приблизительно, какой ежемесячный доход в среднем приходится на каждого члена Вашей семьи?
СД8	1	88,4	Сейчас я зачитаю список общественных организаций. Для каждой из них укажите, являетесь ли Вы активным участником, неактивным участником или не являетесь участником данной организации.
СВО12	0	22,1	Вы лично или кто-то из Вашей семьи участвует или участвовал в военных действиях в рамках спецоперации на Украине в последние три года (2022–2025 гг.)? Или таких людей нет?
ДР2	0	22,7	Для улучшения качества наших исследований скажите, по какой причине Вы согласились принять участие в опросе?

Однако данные показывают, что это не так (табл. 1). Количество жестких отказов отвечать на тот или иной вопрос различается. Ранее выявленная нами прямая связь между длиной вопроса и частотой прерываний на нем опроса не прослеживается: на самых длинных вопросах (более 60 с) доля жестких отказов не превышала средних значений, тогда как больше всего их оказалось на вопросе про род занятий (21), не длинном (26 с) и обычно не вызывающем затруднений у респондентов. Значительная часть жестких отказов от продолжения опроса приходится на первые социально-демографические вопросы анкеты (15% от всех жестких отказов). Это показывает, что вопросы про самих респондентов в начале анкеты воспринимаются ими острее, чем в конце, когда контакт состоялся и интервьюер видится не как незнакомый человек, собирающий информацию о респонденте, а как собеседник, с которым уже установлена коммуникативная связь. В целом распределение жестких отказов сильно смещено в начало анкеты: если разделить все вопросы анкеты (их всего 33) на три равные части, то на первую треть приходится 92 жестких отказа, на вторую — 55, а на третью — лишь 13.

В то же время, возможно, все наиболее подозрительные респонденты, не готовые озвучивать даже общую информацию о себе, прекращают опрос в начале анкеты, тогда как остаются на линии те, кто не столь подозрителен. Поэтому финальный социально-демографический блок не вызывает такой острой реакции. В любом случае лучше переносить социально-демографические вопросы в конец интервью. Однако, когда они выполняют в том числе скрининговую функцию, этого сделать не удастся.

Больше всего жестких отказов собрал социально-демографический блок (СД): в среднем по блоку их 6,9 на один вопрос (табл. 2). Почти все отказы сосредоточились в той части блока, которая была в начале анкеты (50 отказов против 5 в финальной части). Как отмечено выше, это связано с неготовностью наиболее подозрительно настроенных респондентов давать информацию о себе в самом начале интервью. Блок про экономику, ощущение личного благополучия и участие в волонтерской деятельности (ЭБ) занял второе место по числу отказов на один вопрос (6,7). К жестким отказам от продолжения опроса чаще всего приводили сложность формулировок (как в вопросе ЭБ4, состоящем из 24 слов, двух вопросных форм), неготовность части респондентов обсуждать изменение своего материального положения (ЭБ2) из-за восприятия этой информации как конфиденциальной или вспоминать про личные проблемы (ЭБ3), что портит настроение респондентам, а у некоторых особо радикальных сторонников действующей власти вызывает подозрения в стремлении исследователей подорвать их непоколебимую веру в правильность действующего политического курса.

На третьем месте по числу жестких отказов — блок вопросов про отношение к выборам и политикам (В), в котором на один вопрос пришлось в среднем 4,6 жесткого отказа. Неудачной для телефонного опроса оказалась привычная для личных интервью формулировка «одни полагают..., другие полагают... С какой точкой зрения Вы согласны?», поскольку увеличилась длина вопросов в среднем до 32 слов (В1 — В3). Респондентам сложно удерживать в памяти столь большой объем информации. Блок про военное противостояние (СВО) собрал значительно меньше жестких отказов, чем предполагалось исходя из темы вопросов в нем (в среднем 3,4 случая на один вопрос, при том что средняя длина вопроса блока (28,7 с) не выделяется на фоне средней длины вопроса по анкете в целом (26,7 с). Таким образом, первая гипотеза не подтвердилась.

Таблица 2

Распределение жестких отказов по блокам

Тема блока	Количество вопросов в блоке	Характеристики блоков		
		Среднее число жестких отказов на один вопрос	Средняя длина вопроса, с.	Всего жестких отказов
СД (социально-демографический)	8	6,9	29,6	55
ЭБ (экономика и благополучие)	6	6,7	23,8	40
В (отношение к выборам и политикам)	5	4,6	18,8	23
СВО	12	3,4	28,7	41
ДР (другое)	2	0,5	40,1	1
Всего	33	4,8	26,7	160

Возможно, наиболее настороженно относящиеся к опросу респонденты прекратили интервью на более ранних вопросах на политические и экономические темы (собравшие больше отказов). Исходя из распределения жестких отказов по анкете, можно сделать вывод: чем раньше задан вопрос, тем выше вероятность столкнуться на нем с категорическим нежеланием продолжать интервью. Поэтому решение исследователей поставить наиболее сенситивный блок в конец основной части анкеты — перед завершающими ее социально-демографическими вопросами — представляется правильным и положительно повлиявшим на снижение доли жестких отказов.

Причины отказов и их накопительный эффект

Приводящей к жесткому отказу утрате респондентами желания или возможности проходить опрос часто предшествуют проблемы коммуникации в ходе интервью, имеющие накопительный эффект. Поэтому выясним, случались ли в интервью, завершившихся жесткими отказами, проблемы коммуникации (критика анкеты, затруднения, спор с интервьюером, высказывание претензий, нежелания отвечать и т. п.) в вопросах, предшествовавших тому, на котором респондент категорически отказался от продолжения опроса. Проследим динамику наличия таких проблем по трем волнам опросов на политическую тематику, характеристика которых представлена в таблице 3. Более подробно исследуемый в данной работе опрос составляет третью волну исследования.

Таблица 3

Характеристики волн опроса

Волна опроса	Выборка	Даты	Количество успешных интервью	Количество прерванных интервью
1-я волна	Случайная, стратифицированная по федеральным округам	Январь 2024 г.	1619	888
2-я волна	Выборка 1: случайная, стратифицированная по федеральным округам	Октябрь 2024 г.	1242	602
2-я волна	Выборка 2: панельная, составлена из выборки величиной 1603 респондента, успешно прошедших политический опрос в июне 2024 г.	Октябрь 2024 г.	362	34
3-я волна	Случайная, стратифицированная по федеральным округам	Февраль 2025 г.	1600	746 (160 из них со статусом «жесткий отказ»)

По первым двум волнам приведены данные по всем прерванным интервью, тогда как по третьей — только по жестким отказам. Почти в половине случаев февральской волны (44%) жесткий отказ последовал после затруднений в общении интервьюера с респондентом на предыдущих вопросах (табл. 4). Таким образом, утрата готовности продолжать опрос часто связана с накопительным эффектом

коммуникационных проблем: когда трудности в диалоге достигают критической массы, респондент теряет терпение и категорически отказывается от продолжения интервью. Однако в большинстве случаев (56%) таких проблем все же не выявлено, то есть вторая гипотеза не подтвердилась: чаще респонденты отказываются продолжать опрос уже после первой значительной поломки коммуникации.

Причем это соотношение долей не меняется ни в зависимости от времени проведения опроса, ни в зависимости от статуса прерванных интервью, но меняется в панельной выборке. В прерванных интервью из политических опросов по случайным всероссийским выборкам проблемы коммуникации предшествуют досрочному прекращению интервью в 40–45% случаев, тогда как в панельной выборке эта доля возрастает до 53%, то есть чтобы побудить повторно участвующих в политических опросах респондентов прервать интервью, чаще должны случиться проблемы в диалоге, предшествующие обрыву. Иными словами, повторно опрошенные респонденты более лояльны к полстерам и реже прерывают интервью после первого значительного сбоя. Это косвенно подтверждают данные «Российского электорального мониторинга» о большей готовности участников политических панельных опросов успешно проходить их и в дальнейшем: среди участников двух волн политического опроса 2021 г. 58% успешно прошли его и в 2023 г., несмотря на начавшиеся военные действия и введенные законодательные ограничения на высказывание антивоенной позиции [15]. Более того, 82% этих повторных участников выразили желание поучаствовать и в следующей волне [16].

Таблица 4

Наличие сбоев коммуникации, предшествовавших прерыванию интервью, %

Наличие сбоев коммуникации, предшествовавших прерыванию интервью из-за жесткого отказа респондента: критика анкеты, затруднения, спор с интервьюером, высказывание претензий, нежелания отвечать и т. п.	Февраль 2025 г. (жесткие отказы)	Октябрь 2024 г. (впервые опрошенные)	Октябрь 2024 г. (повторно опрошенные)	Январь 2024 г.
Да	44	40	53	42
Нет	56	60	47	58

Тот факт, что 44% отказов предшествуют нарушениям опросной коммуникации на предыдущих вопросах анкеты, позволяет предположить решение проблемы жестких отказов, если при программировании анкеты дать интервьюеру возможность переходить на следующий блок при возникновении трудностей, связанных с содержанием вопросов⁴. Например, если респонденту явно некомфортно отвечать на вопросы про военные действия, интервьюер мог бы пропустить эти вопросы и перейти к следующему блоку. Такой способ может быть реализован на практике, однако и у него есть недостатки. Во-первых, вопросы на чувствительную тему, как пра-

⁴ Мы благодарим анонимного рецензента нашей работы за это предложение по снижению числа жестких отказов.

вило, являются главными исследуемыми признаками (в противном случае составитель анкеты сам постарается избежать включения в нее проблемных во всех смыслах вопросов). При отсутствии ответов на ключевые вопросы полезность для исследования такой успешно завершенной анкеты значительно уменьшается. Во-вторых, на интервьюера возлагается дополнительная нагрузка по считыванию маркеров дискомфорта от конкретной темы, при том что респондент не всегда проговаривает, о чем конкретно он не хотел бы говорить (например, интервьюеру придется определять, распространяется ли дискомфорт от обсуждения российско-украинского конфликта на вопросы о выборах и поддержке кандидатов).

При прослушивании интервью стало возможным классифицировать причины жестких отказов, полученных в ходе опроса, и сравнить распространенность этих причин по трем волнам опросов. В случаях, когда жесткий отказ вызван сразу несколькими причинами, была выделена и отмечена главная причина, по которой оказалось невозможным продолжить интервью. Самой частой причиной категорического отказа в феврале 2025 г. оказалась подозрительность респондентов (29%), к которой отнесены случаи, когда по высказыванию респондента, предшествующему жесткому отказу, явно видно его недоверие социологам (он озвучивает сомнения в целях и задачах опроса, конфиденциальности даваемых ответов, способах их использования в дальнейшем и т. д.) (табл. 5). В других волнах подозрительность не выделена в отдельную причину прерывания. Достаточным признаком для отнесения жесткого отказа к состоявшимся из-за подозрительности респондента являются высказанные им в той или иной форме опасения: как будут использованы результаты исследования; какая организация проводит опрос и в каких целях; какие данные собираются о самом респонденте; к каким последствиям могут привести ответы на вопросы анкеты для самого респондента. Примерами подозрительности респондентов являются такие реакции: *«Вы точно из России звоните? Какие-то сомнительные вопросы у Вас...»*; *«Зачем Вам знать, где я живу?»*; *«А следующий вопрос какой будет? Номер паспорта Вам сказать и про счет в банке?!»*; *«Вот Вы вопросы задаете, да? А с какой целью такие вопросы?»*; *«Вы из Украины звоните, что ли?»*; *«А кому потом мои ответы пойдут?»*.

Второе и третье места по распространенности делят неактуальность темы опроса для респондента (22%) и его нежелание ее обсуждать (21%). Отличие этих причин в том, что в первом случае жесткий отказ происходит из-за неинформированности респондента в тематике опроса: он не знает, как отвечать, поэтому теряет интерес к прохождению анкеты. Ответы респондентов, для которых тема неактуальна, сопровождаются паузами, раздумьями, междометиями и другими невербальными проявлениями затруднений. К этой же причине отнесены случаи, когда интервьюер сам прекращает опрос после того, как респондент на четыре вопроса подряд затруднился или отказался отвечать. Продолжение диалога со столь неинформированными или не желающими отвечать респондентами исследователи посчитали нецелесообразным. Примеры ответов неинформированных респондентов: *«Я новости не смотрю, не знаю, что там происходит»*; *«Ну, откуда я знаю, когда эта спецоперация завершится? Как решат, тогда и завершится, от нас это точно не зависит»*; *«Я от политики в стороне стараюсь держаться, поэтому не знаю»*; *«Откуда я знаю про окружение Путина?»*; *«А у Вас, что, все вопросы про политику будут? Я же говорил: мне это не интересно»*. К нежеланию обсуждать тему

отнесены случаи, когда респондент испытывает дискомфорт от разговора о ней: он не то чтобы не знает, как отвечать, а, скорее, не хочет об этом говорить из-за опасений, тревоги или несоответствия обсуждаемой темы его представлению о возможных предметах открытого разговора с незнакомым человеком. Невербально дискомфорт часто проявляется в следующем: изменение тембра голоса, дрожь в нем, ускорение речи, а также в других проявлениях неготовности говорить. Случаи, когда респондент молча сбрасывал звонок, однако этому предшествовали вербально или невербально проявленные признаки дискомфорта при ответах на вопросы анкеты, тоже кодировались нами как прервавшиеся из-за нежелания респондента обсуждать тему опроса. Статус «жесткий отказ» в таких случаях ставился только тогда, когда было очевидно: респондент больше не готов отвечать на вопросы анкеты и перезванивать ему бесполезно. Если неактуальность темы значительно чаще получает статус «жесткий отказ», то нежелание ее обсуждать не выделяется на фоне других причин прерываний по числу категорических отказов. Примеры нежелания обсуждать тему: «Я не хочу про СВО говорить...»; «Если у Вас весь опрос про политику, то давайте закончим, не хочу я...»; «Я не буду... [отвечать]. Мне проблемы не нужны!»; «Давайте пропустим такие вопросы».

Таблица 5

Причины прерванных интервью

(доли за октябрь и январь 2024 г. пересчитаны от суммы представленных в таблице причин)

Причина отказа	Февраль 2025 г. (жесткие отказы)	Октябрь 2024 г. (впервые опрошены)	Октябрь 2024 г. (повторно опрошены)	Январь 2024 г.
Подозрительность респондента	29	—	—	—
Неактуальность темы	22	16	24	22
Нежелание обсуждать тему	21	39	47	30
Длина анкеты	5	12	10	7
Занятость респондента	5	22	19	23
Формулировки вопросов	5	9	—	9
Поведение интервьюера	4	1	—	5
Вмешательство в опрос третьих лиц	1	-	-	4
Неадекватное поведение респондента (пьяный, хамит и т. п.)	1	—	—	—
Неправильная кодировка недостижимости	8	—	—	—

Остальные причины жестких отказов распространены относительно слабо: ни одна из них не ответственна за более 5% прерываний. Жесткие отказы из-за длины анкеты (5%) сопровождалась критикой респондентами слишком длинной анкеты, ссылками на усталость, вопросами, долго ли еще продлится опрос, и другими проявлениями недовольства. Неготовность продолжать опрос из-за большой длины анкеты проявлялась в таких ответах: «А там много еще вопросов?»; «Мы уже

с Вами беседуем довольно давно»; «Вы говорили 10–15 минут, а мы долго уже говорим»; «Мне уже много лет ... Я устала от Ваших вопросов. До свидания!». Похожей причиной можно считать занятость респондента (5%), однако ее отличие в том, что респондент ссылается на отсутствие времени на прохождение опроса: «Мне уже некогда с Вами говорить — я на работе»; «У Вас слишком длинный опрос, я не могу столько времени тратить». Хотя в приветствии и говорилось, что опрос займет около 15 мин, не все респонденты могут планировать свое время, и некоторые ощущают длительность анкеты большей, чем она есть на самом деле. Избыточная длина анкеты (16 мин 55 с) вызвала усталость и снижение мотивации к ответам у части респондентов. Длина анкеты приводит к жестким отказам примерно с той же частотой, что и к прерываниям с другими статусами, тогда как занятость респондента в 2–3 раза реже становится причиной категорического отказа от продолжения интервью.

Жесткие отказы из-за формулировок вопросов (5%) сопровождаются критикой этих вопросов, вариантов ответа или используемых слов: если формулировки раздражают респондентов, то готовность продолжать опрос предсказуемо снижается. Частота критики формулировок значительно различается между волнами опросов и явно зависит от специфики конкретной анкеты. Примеры негативного восприятия формулировок вопроса: «Вот, девушка, Вы неправильные вопросы задаете. Мы живем в захолустных деревнях, где нет совершенно работы. Зачем Вам этот опрос? Для чего? Люди ездят черт знает куда на работу!»; «Нет, нет, нет. Я сразу буду отвечать. Не задавайте мне длинных вопросов. Я работаю директором небольшого ООО. ...Я Вам сказала [что работаю в] ООО. Что, я Вас буду слушать?!». Случаи, когда интервью прервались из-за утраты динамичного характера коммуникации вследствие непонимания респондентом формулировок вопросов или вариантов ответа, тоже отнесены нами к прервавшимся из-за формулировок. Еще 4% категорических отказов вызваны поведением интервьюера (нарушение инструкции, запинки при зачитывании вопросов, а в отдельных случаях и проявление раздражительности или отсутствие вежливости), продолжать диалог в таких ситуациях респонденты не готовы. К жестким отказам такие ситуации приводят чаще, чем к более мягким прерываниям, то есть негативная реакция интервьюера отбивает желание проходить опросы. 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» [5, с. 33].

Таким образом, причины, связанные с опросной методикой или проведением полевых работ (длина анкеты, формулировки вопросов и поведение интервьюеров), привели в сумме к 14% прерываний из-за жестких отказов респондентов. И наконец, по 1% набрали такие причины, как вмешательство третьих лиц, мешающих опросу, и неадекватное поведение респондентов (хамские ответы, состояние опьянения, нецензурные выражения, агрессия и т. п.).

В отдельную причину жестких отказов выделены ошибки кодирования статуса недостижимости (8%). Как отмечено выше, статус «жесткий отказ» ставится интервьюером по итогам неудавшегося диалога с респондентом, иногда интер-

вьюеры ошибаются в оценке статуса результата контакта. Например, к жесткому отказу могут отнести прерывания из-за технических неполадок или вовсе такие, в которых причину установить не удастся. Особую значимость такая проблема приобретает, когда прерыванию в случае жесткого отказа присваивается финальный статус (то есть без последующего перезвона), в то время как ему следовало бы присвоить нефинальный статус (респонденту перезвонят). Такая подмена возможна, например, в случае технических неполадок или прерывания по неопределенной причине либо при мягком отказе, когда респондент может быть готов ответить в другое время. Однако выявленная доля ошибок кодирования в 8% довольно умеренная и слабо влияет на соотношение причин досрочного прекращения опроса.

Количество жестких отказов устойчиво снижается от первых к последним вопросам анкеты, то есть проблемы коммуникации, приводящие к утрате готовности проходить опрос, случаются, как правило, в начале разговора, когда респонденту становится понятно, какие вопросы и как будут заданы. Поэтому важно наиболее сложные и чувствительные вопросы ставить в конец основной части анкеты — перед завершающим социально-демографическим блоком. Довольно распространенным оказался накопительный эффект коммуникационных проблем: 44% жестких отказов предшествовали негативные реакции респондентов при ответе на предыдущие вопросы. Несмотря на то что жесткие отказы от продолжения интервью на вопросах политически наиболее чувствительного блока про военные действия в среднем распространены реже, чем в других блоках, чаще всего жесткие отказы связаны с политической темой опроса (в сумме 43%: неактуальность темы опроса + нежелание ее обсуждать). Таким образом, неготовность обсуждать политическую тематику приобрела общий характер и не локализуется в отдельных наиболее острых темах вроде разговора о военных действиях. Полученные данные показывают, что третья гипотеза подтверждена. Второй по популярности причиной стало подозрительное отношение респондентов к исследователям (29%), а замыкают лидирующую тройку причины, связанные с опросной методикой или проведением полевых работ (14%: длина анкеты + формулировки вопросов + поведение интервьюеров).

Примеры прерываний интервью из-за жестких отказов

Исходя из предложенной по итогам анализа прослушанных интервью классификации (см. табл. 5), самой частой причиной категорического нежелания респондентов продолжать диалог является их подозрительное отношение к опросу, то есть сомнения в мотивах проводящей опрос организации. Вопросы социально-демографического блока о респонденте, особенно о его месте жительства, вызывают подозрения в сборе личной информации, а чувствительность политической тематики усиливает подозрения в работе интервьюера на неприятные респондентам инстанции, к которым они могут относить разные организации в соответствии со своими политическими взглядами и опасениями. Один из респондентов, который уже ранее прервал интервью на вопросе о регионе проживания, при повторном звонке высказал опасения, что раскрытие места жительства может привести к проблемам для него, и перед категорическим отказом предположил, что опрос может быть организован военкоматом.

И.: Здравствуйте. Я вижу, что Вы уже проходили анкету. Меня зовут Екатерина. Подскажите, пожалуйста, Вы готовы в настоящий момент продолжить отвечать на вопросы анкеты?

Р.: Здравствуйте. Не-не-не. Спасибо. Нет.

И.: Могу перезвонить Вам в более удобное для Вас время.

Р.: Нет, не надо.

И.: Вы вообще не хотите проходить опрос?

Р.: Ну, просто вот если бы Вам позвонили и спросили про Ваше местожительство, в какой области Вы проживаете, Вам бы не показалось это как-то странным?

И.: Мы опрашиваем огромное количество людей совершенно разных возрастов и из совершенно разных областей.

Р.: Но этот опрос может быть сделан кем угодно и неизвестно для чего. Сейчас такое время. Я не знаю, кому верить. И вот Вы мне звоните с этим опросом, как и многие другие. Если не банки, то кто-нибудь другой. Вот так же, как этот опрос. Может быть, с военкомата — мне откуда знать? Милую девушку поставили, тут мужиков заманиваете.

И.: Поняла Вас. Всего доброго. До свидания.

Р.: До свидания.

В других интервью респонденты также подозревали связь опроса с телефонными мошенниками, рекламой (сбор информации о возрасте для таргетированной рекламы), с политическими или государственными организациями (как российскими, так и, что выявлено чаще, украинскими) или в целом высказывали мнение, что звонить им может кто угодно с неблагоприятными и опасными для них целями. Участившиеся в последние годы случаи телефонного мошенничества, опыт мобилизационной кампании и выявленная нами в прошлых методических исследованиях политическая нетерпимость значительной части респондентов повышают уровень их подозрительности, что заставляет многих отказываться от участия в политических опросах [2].

Неактуальность темы опроса для респондентов проявляется в демонстрации ими отсутствия интереса к обсуждению политики или знаний в этой сфере. Довольно типичным примером служит ситуация, когда аполитичная респондентка пожилого возраста, с трудом отвечавшая на вопросы анкеты и явно демонстрировавшая свою незаинтересованность в ответах, прямо говорит о своей некомпетентности в политических вопросах, а столкнувшись с довольно сложным вопросом про политическую позицию своего окружения, утрачивает остатки мотивации к прохождению опроса и с раздражением завершает неинтересный для нее разговор.

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

Р.: Нет, не знаю.

И.: Что не знаете?

Р.: Я не хочу отвечать, потому что политика не наше дело.

И.: Как Вы считаете, среди Ваших близких, знакомых, родственников, коллег большинство поддерживают или не поддерживают военную операцию России на территории Украины? Большинство поддерживают, кто-то поддерживает, кто-то не поддерживает (50 на 50), большинство не поддерживают военную операцию?

Р.: Ну, я не знаю ничего про коллег, потому что я сижу дома, никаких коллег у меня нету. Все, хватит!

Респонденты, не информированные о политике и не считающие эту тему важной для себя, предсказуемо не находят достаточно мотивации для прохождения опросов с ее обсуждением.

Столь же популярны категорические отказы из-за нежелания респондентов обсуждать тему опроса. Такие участники считают неуместным отвечать на вопросы о политических событиях по разным причинам: от ощущения несоответствия таких разговоров социальным нормам («не принято») до восприятия политических вопросов как нарушения конфиденциальности собственных убеждений и предпочтений. Один из респондентов, неохотно отвечавший на предыдущие вопросы, крайне негативно воспринял вопрос о голосовании на прошедших президентских выборах, посчитав его нарушением тайны голосования, и не захотел продолжать интервью после следующего вопроса про будущие выборы.

И.: Скажите, удалось ли Вам проголосовать на выборах Президента России в марте 2024 года? Если да, то за кого проголосовали?

Р.: Это конфиденциальная информация по закону! (с раздражением) Какой-то странный у Вас социологический опрос, не находите?

И.: Нет. Давайте следующий вопрос. Вы бы хотели, чтобы Владимир Путин стал Президентом России в 2036 году?

Р.: Слушайте, у нас есть законодательство, которое предписывает мне сохранять тайну голосования и тайну своего хотения. До свидания!

Придание россиянами статуса конфиденциальной информации высказываниям о своих политических взглядах в условиях высокой конфликтогенности политических тем формирует социальную норму отказа от обсуждения политических событий и вытесняет их из публичной сферы, что, согласно Ю. Хабермасу, затрудняет формирование общественного мнения по таким вытесняемым проблемам [8]. Это создало почву для медийной линии критики массовых опросов, транслирующей сомнения в возможности достоверного измерения общественного мнения в условиях давления на него сильного преобладания в информационном поле политической позиции российских властей при недостаточной представленности альтернативных взглядов [17; 18].

Среди менее популярных причин жестких отказов следует остановиться на критике респондентами формулировок вопросов. Наибольшую критику вызывают длинные табличные вопросы. В следующем вопросе важно было выявить всех, кому респондент помогал в последние годы. Для этого варианты зачитаны по одному с запросом ответа на каждый из них. Однако некоторые респонденты устают от долгого обсуждения одного вопроса, не хотят тратить усилия, чтобы вспомнить всех получателей помощи, и не привыкли столь длительно обсуждать кажущиеся им очевидными вещи. В приведенном примере респондент всеми силами пытается свести сложный вопрос о реципиентах его благотворительной

деятельности к простому ответу о факте оказания им помощи и с жесткой критикой анкеты отказывается от продолжения опроса, когда интервьюер настаивает на прослушивании всех вариантов.

И.: Вспомните: за прошедшие три года Вы помогли или нет кому-либо продуктами, деньгами, вещами, делами, любыми услугами на безвозмездной основе?

Р.: Помогали.

И.: Друзьям, знакомым помогали?

Р.: Много кому.

И.: А друзьям, знакомым?

Р.: Еще раз говорю: много кому.

И.: Соседям, коллегам?

Р.: И соседям, и коллегам, и друзьям, и товарищам.

И.: Армии?

Р.: И армии тоже.

И.: Незнакомым людям, например бездомным?

Р.: Ой, слушайте, хватит уже глупостей! Вопросы какие-то глупые задаете. Давайте дальше, там что Вам нужно?

И.: Но я по инструкции должна зачитать все. Организациям, детским домам, хосписам, церквям. Помогали? Нет?

Р.: Это какой-то дурак Вам эти вопросы создавал! [с раздражением] Вы меня достали уже!

В приведенном примере интервьюер могла восстановить нарушенную коммуникацию, если бы дала пояснение от себя вроде: «Я понимаю, что Вы помогли много кому, но ответьте, пожалуйста, помогли ли Вы этим конкретным людям. Просто нам очень важно знать, кому конкретно помогают россияне», — и после этого зачитала следующий вариант. В нашем же случае у респондента возникло стойкое ощущение участия в формальном мероприятии, поскольку он не получал логичных ответов на свои замечания к вариантам. Это вызвало раздражение и утрату мотивации к участию в опросе. Поэтому важен свободный порядок проведения интервью, чтобы у интервьюеров была возможность отступить от текста анкеты для «ремонта» нарушенной коммуникации [9].

Выводы и обсуждение результатов

Среди методических исследований коллег особо интересны результаты прослушивания отказов в прерванных интервью социологами компании Russian Field⁵. По полученным ими данным, основными причинами и мотивами отказов от продолжения опросов стали: недостаток у респондентов навыков и компетенций (не разбираются в политике, не интересуются темой); нежелание обсуждать российско-украинский конфликт из-за сенситивности этой тематики; недоверие к исследователям; избыточная сложность некоторых шкал (в частности, трудность оценок по десятибалльной шкале или понимания разницы между вариантами с «определенно» и «скорее»); эмоциональное восприятие конфликта; недове-

⁵ Отказы // Сайт компании Russian Field. — URL: <https://russianfield.com/otkazi> (дата обращения: 13.07.2025).

рие к опросам и подозрения в сборе исследователями личной информации⁶. Выявленные нами причины жестких отказов в значительной степени сходны с результатами исследования Russian Field, что подтверждает устойчивость причин утраты россиянами готовности проходить политические опросы, в частности посвященные российско-украинскому конфликту.

По данным нашего исследования, больше всего жестких отказов пришлось на поставленные в начало анкеты вопросы социально-демографического блока про возраст, местожительство и род занятий респондентов. Таким образом, первая гипотеза о том, что больше всего жестких отказов соберет самый сенситивный блок «СВО», состоящий из вопросов о военном противостоянии, не подтвердилась. На фоне роста числа случаев телефонного мошенничества и распространения в информационном пространстве опасений столкнуться с проблемами после телефонных разговоров с незнакомцами респонденты остро реагируют на запрос даже самой общей информации о себе, что создает дополнительные сложности при проведении массовых репрезентативных телефонных опросов. Исследователи Russian Field выявили эту проблему еще на материалах опросов 2022 г. По нашим данным, к февралю 2025 г. опасения по поводу конфиденциальности личной информации превзошли даже нежелание обсуждать военное противостояние. Напрашивающимся хрестоматийным решением кажется перенос социально-демографических вопросов в конец анкеты, где они воспринимаются куда более благоприятно, однако вопросы, выполняющие отборочную функцию (скринер), переместить никуда нельзя, поэтому для достижения положительного их восприятия респондентами необходимо прийти к какому-то решению.

Выявлено влияние накопительного эффекта проблем коммуникации между интервьюером и респондентом, однако оно оказалось слабее, чем мы предполагали. Несмотря на то что почти в половине случаев (44%) жесткому отказу действительно предшествовали проблемы коммуникации на предыдущих вопросах, в большинстве интервью (56%) их не случилось. Таким образом, вторая гипотеза о преобладании интервью с предшествующими коммуникационными проблемами не подтвердилась: таких случаев много, но не большинство. Иными словами, накопительный эффект трудностей негативно складывающегося диалога часто становится триггером жестких отказов, однако еще чаще к ним приводят конкретные сбои коммуникации, произошедшие в отдельных предшествующих прерыванию вопросах. Возможно, это связано с большой долей отказов, которые пришлось на начальные вопросы анкеты, когда диалоговые проблемы еще не успели накопиться.

Почти половина жестких отказов (43%) вызваны неактуальностью темы для респондента или его нежеланием обсуждать политические вопросы, что близко к недостатку навыков и компетенций и нежеланию обсуждать конфликт с Украиной из классификации причин и мотивов отказов по данным Russian Field. Еще 29% прервали интервью из-за недоверия к исследователям и 14% жестких отказов вызваны негативным восприятием респондентами методических особенностей опроса (длина анкеты, формулировок вопросов, поведение интервьюеров).

⁶ Россия и Украина: новая искренность // Сайт компании Russian Field. — URL: <https://russianfield.com/novayaiskrennost> (дата обращения: 13.07.2025).

Эти причины также отмечены в исследованиях Russian Field⁷. Таким образом, наиболее распространенные причины жестких отказов оказались связанными с тематикой исследования. Третья гипотеза подтвердилась.

Категорические отказы респондентов от продолжения телефонных опросов на политическую тематику обусловлены тремя группами возникающих в ходе опросной коммуникации или предшествующих ей сложностей. В порядке распространенности к ним относятся: 1) неготовность или нежелание обсуждать политическую тематику; 2) недоверие к исследователям; 3) методические особенности составления анкеты и проведения интервью. При этом вероятность жесткого отказа существенно возрастает на первых отборочных вопросах социально-демографического блока. Длина, сложность и однообразность вопросов тоже вызывают негативную реакцию, но реже, чем подозрения респондентов в сборе их личных данных.

Результаты наших исследований свидетельствуют, что принципиально снизить число жестких отказов как от начала, так и от продолжения опросов на политическую тематику вряд ли получится, поскольку основная их часть связана с внешними по отношению к опросам факторами, которые неподвластны методической корректировке (политическая обстановка, опасения конфликтов и мошенников, недоверие звонкам с незнакомых номеров и другие причины отказа от прохождения опросов нельзя исправить корректировкой инструментариев и опросной процедуры). При этом исследователи могут достичь некоторых улучшений следующими способами:

— снижать количество сложных и сенситивных вопросов в анкетах: максимально сокращать и упрощать формулировки, исключать или хотя бы минимизировать число табличных вопросов, уменьшать количество вопросов на сенситивные политические темы в одной анкете, «разбавляя» их менее щепетильными вопросами, использовать проективные формулировки для исследования сенситивных тем,

— сокращать длину анкет: чем короче анкета, тем больше респондентов готовы ее успешно пройти,

— улучшать условия работы интервьюеров (комфорт на рабочем месте, достойный уровень оплаты труда, возможности для повышения квалификации, отсутствие перегрузок, достаточное время на подготовку к опросу, аналогичные требования на разных проектах, профилактика выгорания и т. п.).

Для более детального описания причин негативного восприятия респондентами тех или иных вопросных формулировок на следующих этапах исследования полезно было бы сравнить причины жестких отказов при ответах на каждый конкретный вопрос (по крайней мере, на часто задаваемые вопросы). Для этого необходимо собрать гораздо большую базу жестких отказов из нескольких волн опроса, проведенных по одной анкете или по очень похожим анкетам (в которых много повторяющихся вопросов).

⁷ Россия и Украина: новая искренность // Сайт компании Russian Field. — URL: <https://russianfield.com/novayaiskrennost>; Отказы // Сайт компании Russian Field. — URL: <https://russianfield.com/otkazi> (дата обращения: 13.08.2025).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Звоновский Владимир Борисович — доктор социологических наук, социолог, Фонд социальных исследований. **Телефон:** +7 (846) 229-67-33. **Электронная почта:** zvb@socio-fond.com SPIN-код: 5589-3297

Ходыкин Александр Владимирович — кандидат социологических наук, преподаватель кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет. **Телефон:** +7 (961) 380-43-26. **Электронная почта:** a.khodykin@socio-fond.com SPIN-код: 3376-6682

Гольдебаяева Алиса Владимировна — студентка кафедры социологии и психологии, Самарский государственный экономический университет. **Телефон:** +7 (927) 736-10-66. **Электронная почта:** alisagoldebaeva@gmail.com

SOTSILOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. VOL. 32. NO. 2. P. 9–31. DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.2.1

Research Article

VLADIMIR B. ZVONOVSKY², ALEXANDER V. KHODYKIN¹, ALISA V. GOLDEBAYEVA¹

¹ Samara State University of Economics.

141, Sovetskoi Armii Str., 443090, Samara, Russian Federation.

² Social Research Institute.

70, Krasnoarmeiskaya Str., 443041, Samara, Russian Federation.

ANALYSIS OF HARD REFUSALS TO CONTINUE INTERVIEWS IN TELEPHONE SURVEYS ON POLITICAL TOPICS

Abstract. The need for analyzing interrupted interviews is driven by two reasons: (1) the importance of monitoring possible systematic biases in samples, and (2) the fact that such interviews most clearly reveal problems inherent to the survey process in general, problems that are usually overcome through the joint efforts of interviewers and respondents. The focus on “hard refusals” is justified by the fact that this status is assigned when a respondent most categorically expresses unwillingness to continue, meaning that communicative problems are assumed to be the most acute in these cases. The study was conducted in two stages: (1) a telephone survey (CATI) conducted by “Chronicles” from the 5th to the 13th of February 2025 using a random stratified sample ($N = 1600$ successful interviews, 746 interrupted interviews, of which 160 received the “hard refusal” status); (2) content analysis and qualitative analysis of audio recordings of all of the interrupted interviews ($N = 160$) that ended with a categorical refusal to continue the dialogue (final status “hard refusal”) on any question after the introduction. In all analyzed interviews respondents initially agreed to participate (consent obtained during the introduction), but lost this willingness during the interview for various reasons. Most often hard refusals arise at the beginning of the questionnaire, especially on socio-demographic questions, which a significant portion of respondents perceive negatively as a request for their personal data. Contrary to expectations, questions about military action do not lead in the number of refusals. The categorical unwillingness to continue interviews in telephone surveys on political topics is a product of three groups of difficulties that arise during the survey communication or preceding it. In order of prevalence, these are: (1) unwillingness or reluctance to discuss political issues (43%), (2) distrust towards the researchers (29%), and (3) methodological features of the questionnaire and the interview process (length of the questionnaire, question wording, interviewer behavior) — together accounting for 14%. In 44% of all cases hard refusals were preceded by communication issues between the interviewer and respondent on previous questions in the questionnaire.

Keywords: telephone survey; hard refusal; interrupted interviews; contact status; response rate; document analysis; survey audio recordings.

For citation: Zvonovsky, V.B., Khodykin, A.V., Goldebayeva, A.V. Analysis of Hard Refusals to Continue Interviews in Telephone Surveys on Political Topics. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 2. P. 9-31. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.2.1

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vladimir B. Zvonovsky — Doctor of Sociological Sciences, Sociologist, Social Research Institute. **Phone:** +7 (846) 229-67-33. **Email:** zvb@socio-fond.com ORCID: 0000-0002-8805-9028

Alexander V. Khodykin — Candidate of Sociological Sciences, Lecturer at the Department of Sociology and Psychology, Samara State University of Economics. **Phone:** +7 (961) 380-43-26. **Email:** a.khodykin@socio-fond.com ORCID: 0000-0003-0230-5775

Alisa V. Goldebayeva — Student, Department of Sociology and Psychology, Samara State University of Economics. **Phone:** +7 (927) 736-10-66. **Email:** alisagoldebaeva@gmail.com

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Вьюговская Е.В., Rogozin Д.М., Сапонов Д.И. Каскадный анализ прерванных интервью в автоматизированном телефонном опросе // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 3. С. 3–25. DOI: [10.14515/monitoring.2014.3.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.3.01) EDN: SIGFOX
V'yugovskaya E.V., Rogozin D.M., Saponov D.I. Cascade analysis for breakoffs in a computer-assisted telephone interview. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2014. No. 3. P. 3–25. DOI: [10.14515/monitoring.2014.3.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2014.3.01)
2. 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 (135). С. 19–36. Zvonovsky V.B., Khodykin A.V., Blinova E.V., Pyatnitskaya N.A. Manifestations of sensitiveness on the issue of the Russian-Ukrainian conflict in mass telephone surveys of Russians: an analysis of interviews audio records. *Vestnik obshchestvennogo mneniya*. 2024. No. 1 (135). P. 19–36.
3. Звоновский В.Б., Ходыкин А.В., Ипполитова Д.О. Нарушения коммуникации между интервьюерами и респондентами в массовых телефонных опросах на тему российско-украинского конфликта // Журнал социологии и социальной антропологии. 2025. № 28 (2). С. 154–181. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.2.6](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.2.6) EDN: ETPXWL
Zvonovsky V.B., Khodykin A.V., Ippolitova D.O. Communication failures between interviewers and respondents in mass telephone surveys on the topic of the Russian-Ukrainian conflict. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*. 2025. No. 28 (2). P. 154–181. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.2.6](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.2.6)
4. Звоновский В.Б., Ходыкин А.В., Раскевич А.В. В свете опросов. Методические проблемы измерения общественного мнения о российско-украинском конфликте: монография. Самара: Стандарт, 2026. — 204 с. EDN: LUQHCE
Zvonovsky V.B., Khodykin A.V., Raskevich A.V. *In the Light of Surveys: Methodological Problems of Measuring Public Opinion on the Russian-Ukrainian Conflict*. Samara: Standard publ., 2026. 204 p.
5. Ипатов А.А., Rogozin Д.М. Неправильные решения интервьюеров при коммуникативных сбоях в стандартизированном телефонном интервью // Телескоп. 2018. № 4 (130). С. 21–34.
Ipatova A.A., Rogozin D.M. Interviewers' Incorrect Decisions in the Case of Communication Failures in a Standardized Telephone Interview. *Teleskop*. 2018. No. 4 (130). P. 21–34.
6. Мягков А.Ю. Нерандомизированные техники для чувствительных опросов: сравнительный анализ // Социологические исследования. 2023. № 4. С. 28–38. DOI: [10.31857/S013216250023697-9](https://doi.org/10.31857/S013216250023697-9) EDN: ETIZUI
Myagkov A.Yu. Nonrandomized Techniques for Sensitive Surveys: Comparative Analyses. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2023. No. 4. P. 28–38. DOI: [10.31857/S013216250023697-9](https://doi.org/10.31857/S013216250023697-9)
7. Rogozin Д.М., Ипатов А.А. Как быстро, эффективно и безопасно сфабриковать телефонный опрос // Социологический журнал. 2012. № 2. С. 80–97. EDN: PBDWZX

- Rogozin D.M., Ipatova A.A. Fabricating a telephone interview: quickly, effective and safely. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2012. No. 2. P. 80–97.
8. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: Исследования относительно категории буржуазного общества / Под ред. М. Беляева; Пер. В.И. Иванова. М.: Весь мир, 2016. — 344 с.
- Habermas J. *Structural Transformation of the Public Sphere: Research on the Category of Bourgeois Society*. Ed. by M. Belyaev; Transl. from Germ. by V.I. Ivanov. Moscow: Ves' mir publ., 2016. 344 p.
9. Ходыкин А.В. Жесткая стандартизация или свободный порядок: два подхода к инструктажу интервьюеров в массовых телефонных опросах // Наука XXI века: актуальные направления развития: сборник научных статей XIV Междун. науч.-практ. конф., Самара, 20.02.2025 / Редколлегия: Е.А. Кандрашина, М.О. Сураева [и др.]; Самарский государственный экономический университет. Вып. 1, ч. 1. Самара: Изд-во СГЭУ, 2025. С. 153–156.
- Khodykin A.V. *Strict standardization or free order: two approaches to briefing interviewers in mass telephone surveys. Science of the 21st century: current directions of development: collection of scientific articles of the XIV Int. scientific-practical. conf., Samara, 20.02.2025*. Ed. by E.A. Kandrashina, M.O. Suraeva [et al.]; Samara State University of Economics. Iss. 1, part 1. Samara: Publishing house of SSUE publ., 2025. P. 153–156.
10. Berg N. Non-Response Bias. *Encyclopedia of social measurement*. Ed. by K. Kempf-Leonard. L.: Academic Press, 2005. Vol. 2. P. 865–873. DOI: [10.1016/B0-12-369398-5/00038-4](https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00038-4)
11. Clinton J.D., Lapinski J.S., Trussler M.J. Reluctant Republicans, Eager Democrats? Partisan Nonresponse and the Accuracy of 2020 Presidential Pre-election Telephone Polls. *Public Opinion Quarterly*. 2022. Vol. 86. Iss. 2. P. 247–269. DOI: [10.1093/poq/nfac011](https://doi.org/10.1093/poq/nfac011)
12. Dutwin D., Loft J.D., Darling J.E., Holbrook A.L., Johnson T.P., Langley R.E., Lavrakas P.J., Olson K., Peytcheva E., Stec J.A., Triplett T., Zukerberg A. Current Knowledge and Considerations Regarding Survey Refusals: Executive Summary of the AAPOR Task Force Report on Survey Refusals. *Public Opinion Quarterly*. 2015. Vol. 79. Iss. 2. P. 411–419. DOI: [10.1093/poq/nfv025](https://doi.org/10.1093/poq/nfv025)
13. Garbarski D., Dykema J., Schaeffer N.C., Jones C.P., Neman T.S., Edwards D.F. Factors Associated with Interviewers' Evaluations of Respondents' Performance in Telephone Interviews: Behavior, Response Quality Indicators, and Characteristics of Respondents and Interviewers. *Public Opinion Quarterly*. 2023. Vol. 87. Iss. S1. P. 480–506. DOI: [10.1093/poq/nfad028](https://doi.org/10.1093/poq/nfad028)
14. Heckman J.J. Sample Selection Bias as a Specification Error. *Econometrica*. 1979. No. 47. P. 153–161. DOI: [10.2307/1912352](https://doi.org/10.2307/1912352)
15. Vyrskaiia M., Tkachenko A., Martynova N. Want to Be Heard: Survey Participation in Russia before and During the War. *Post-Soviet Affairs*. 2025. P. 1–18. DOI: [10.1080/1060586X.2025.2548622](https://doi.org/10.1080/1060586X.2025.2548622)
16. Frye T., Hale H., Reuter O.J., Rosenfeld B. *Sensitivity Bias in Regime Support: Evidence from Panel Surveys in an Autocracy at War*. 2024. Accessed 27.08.2025. URL: https://socialsciences.cornell.edu/sites/default/files/2024-10/sensitivity_bias_in_regime_support.pdf
17. Rosenfeld B., Wallace J. Information Politics and Propaganda in Authoritarian Societies. *Annual Review of Political Science*. 2024. No. 27 (1). P. 263–281. DOI: [10.1146/annurev-polisci-041322-035951](https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-041322-035951)
18. Alyukov M., Zavadskaya M. “It’s Not That Simple, we Don’t Know the Whole Truth”: The Effects of Disinformation Discourse in Wartime Russia. 2024. *Talor & Francis*. DOI: [10.2139/ssrn.4681826](https://doi.org/10.2139/ssrn.4681826)

Статья поступила в редакцию: 30.08.2025; поступила после рецензирования и доработки: 15.11.2025; принята к публикации: 13.03.2026.

Received: 30.08.2025; revised after review: 15.11.2025; accepted for publication: 13.03.2026.