

# Диагностика гражданского климата российских регионов

Петренко Е.С.,

Галицкая Е.Г., Галицкий Е.Б.

ФОМ

2011

Борис Грушин «Массовая информация в советском промышленном городе».

М.: ИПЛ. 1980, (с.6)

- *«...исследования... <обычно> проводятся в ситуации, когда существует...система координат, теоретически схватывающих предмет, и исследователю необходимо...построить на их комбинации свою собственную новую систему ...»*

# Источники данных

Общенациональные репрезентативные мегаопросы ФОМ (Георейтинги), проведенные в 2007 – 2011 г.г., часть которых выполнена по заказу

Центра Исследований Гражданского Общества НИУ-ВШЭ.

В каждом мегаопросе участвовали 34 000 жителей 68 субъектов РФ, в каждом субъекте опрашивалось по 500 респондентов, репрезентирующих жителей (18+) этого региона.

# Социография – аналитическая стратегия ФОМ

- В этих опросах респонденты отвечали на вопросы о доверии между людьми, о солидарности, личной ответственности, благотворительности, толерантности, готовности к протестам, локусе ответственности
- Нами была разработана аналитическая стратегия (приложение 1), которая состоит в последовательном использовании для анализа данных опросов метода главных компонент, процедуры преобразования осей полученного пространства, иерархической кластеризации, кластеризации методом K – means и метода Exhaustive CHAID из группы Classification Tree.
- Благодаря этой аналитической стратегии, примененной к результатам **разных** мегаопросов появилась возможность синергического анализа эмпирических данных, полученных по **разным** анкетам.

# Гражданский климат и мировоззренческие синдромы (рабочее определение)

- **Гражданский климат** – это система социально одобряемых представлений о взаимоотношениях членов социума, их умонастроений, ценностей, образцов поведения, идеологическая атмосфера, убеждения принятые в **сообществе** (стране, регионе, поселении, организации, объединении, товариществе, коллективе, аудитории и т.п.).
- **Мировоззренческий синдром** – это ценности, убеждения, умонастроения, образцы поведения **индивида**.
- Сочетания, комбинации, взаимовлияния и взаимодействия мировоззренческих синдромов членов сообщества порождают гражданский климат этого сообщества.

**Каждому респонденту свойственна одна из пяти комбинаций трех синдромов, которая и характеризует его мировоззрение.**

- Будем называть мировоззрение респондентов с синдромами **и ответственности, и солидарности, и активности** - **гражданским**.
- Мировоззрение респондентов с синдромом **солидарности** и с отсутствием **ответственности и активности** станем именовать - **патерналистским**.
- Мировоззрение респондентов с синдромом **активности** и отсутствием **солидарности и ответственности** назовем – **обывательским**
- Мировоззрение респондентов с синдромами **ответственности и активности**, но с отсутствием **солидарности** назовем **партикулярным (индивидуалистическим)**.
- Мировоззрение респондентов с отсутствием **и ответственности, и солидарности, и активности**, назовем **депривированным**.

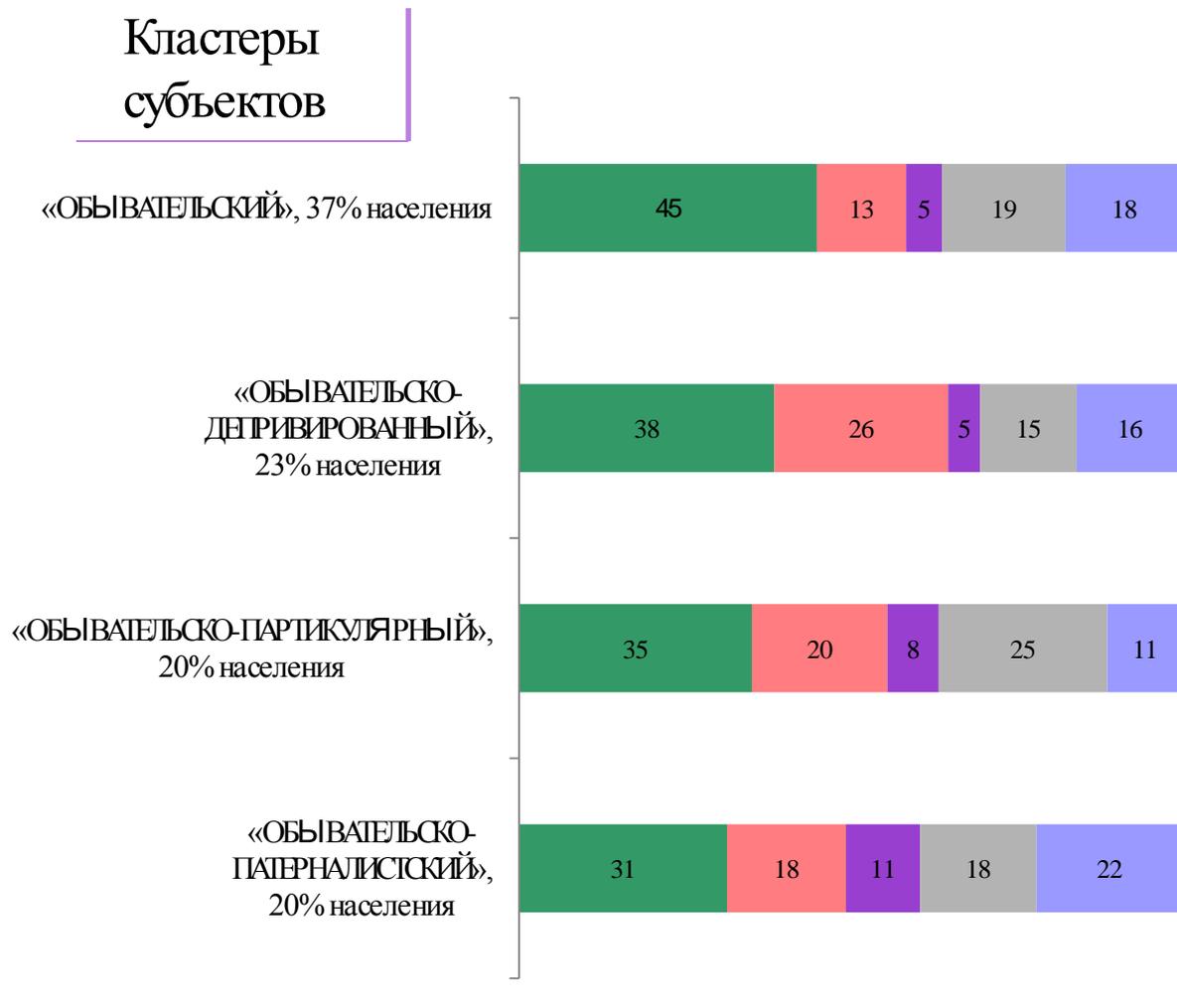
# 1. Социография субъектов РФ: гражданский климат – территориальный разрез

Георейтинг, сентябрь 2007 г.

Социография (*приложение 1*) **68 субъектов РФ** в пространстве «координат *гражданского климата*» (*ответственности, солидарности, активности*) стала инструментом для выявления четырёх типов (кластеров) субъектов РФ с разными мировоззренческими укладами резидентов.

Эти типы различаются представленностью среди резидентов трех мировоззренческих синдромов (ответственности, солидарности, активности).

# Мировоззренческие уклады четырех кластеров субъектов РФ (сентябрь 2007 г.)



1. Среди резидентов всех кластеров доминирует *обывательский мировоззренческий синдром*.

2. *Гражданский мировоззренческий синдром* чаще всего встречается в «Обывательско-патерналистском» кластере.

Мировоззренческие синдромы:

- обывательский, %
- депривированный, %
- гражданский, %
- партикулярный, %
- патерналистский, %

# Кластеры субъектов РФ («Георейтинг», сентябрь 2007 г.)

"Обывательский" (19 субъектов РФ)	"Обывательско-депривированный" (13 субъектов РФ)	"Обывательско-партикулярный" (15 субъектов РФ)	"Обывательско-патерналистский" (21 субъект РФ)
город Москва	Владимирская область	Алтайский край	Архангельская область
Еврейская автономная область	Воронежская область	Амурская область	Астраханская область
Калужская область	город Санкт-Петербург	Брянская область	Белгородская область
Кемеровская область	Красноярский край	Иркутская область	Волгоградская область
Кировская область	Курганская область	Костромская область	Вологодская область
Ленинградская область	Липецкая область	Краснодарский край	Ивановская область
Московская область	Мурманская область	Курская область	Калининградская область
Новгородская область	Нижегородская область	Пермская область	Камчатская область
Оренбургская область	Новосибирская область	Республика Хакасия	Магаданская область
Пензенская область	Омская область	Ставропольский край	Орловская область
Республика Башкортостан	Республика Мордовия	Тамбовская область	Приморский край
Республика Карелия	Саратовская область	Тверская область	Псковская область
Республика Марий Эл	Свердловская область	Тульская область	Республика Коми
Республика Татарстан		Тюменская область	Сахалинская область
Ростовская область		Ханты-Мансийский автономный округ	Смоленская область
Рязанская область			Томская область
Самарская область			Удмуртская Республика
Ульяновская область			Хабаровский край
Чувашская Республика			Челябинская область
10			Читинская область
			Ярославская область

# Субъекты РФ в пространстве гражданского климата

## **2. Тест на толерантность и на протестную активность (Георейтинг апрель 2009 г.)**

- 1. Вы лично испытываете или не испытываете раздражение или неприязнь по отношению к какой-либо национальности?**
- 2. Вы лично исключаете или допускаете для себя возможность принять участие в каких-либо акциях протеста?**
- 3. Сталкиваетесь ли Вы сегодня с такими проблемами, которые вызывают у Вас желание принять участие в акциях протеста?**

# Особенности резидентов *обывательского* кластера субъектов РФ

- От 80 до 97% респондентов из всех кластеров субъектов РФ кроме **обывательского** успешно проходят тесты на толерантность и *слабую* протестную активность.
- Респонденты из *обывательского кластера субъектов РФ* разделились на две примерно равные группы: **толерантные** и **интолерантные**.
- **Толерантные представители обывательского кластера субъектов РФ** берут на себя ответственность за свою судьбу; считают, что большинству людей можно доверять и что в нашей стране больше согласия и сплоченности. К протестной активности не склонны.
- **Интолерантные представители субъектов РФ обывательского кластера не доверяют большинству людей, заявляют о несогласии, разобщенности россиян, ответственность за свою судьбу возлагают на обстоятельства.**
- **Интолерантные представители субъектов РФ обывательского кластера чаще других (каждый третий) заявляют** о готовности принять участие в акциях протеста и **чаще других (каждый второй) сталкиваются с ситуациями, которые вызывают у них потребность в акциях протеста.**

# Социальный адрес протестных настроений

- **Интолерантные обыватели** чаще встречаются среди мужчин; моложе 30 лет; наемных работников; с доходом выше среднего; по преимуществу, не опасющихся увольнения; выбирающих активные стратегии адаптации к кризису.
- Каждый **ВТОРОЙ интолерантный обыватель** входит в **МЕСЯЧНУЮ АУДИТОРИЮ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**.

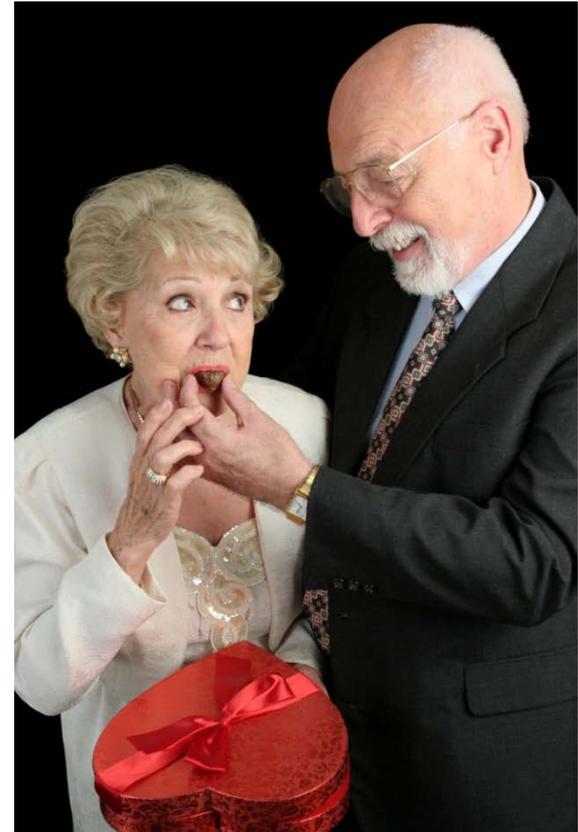
### 3. Гражданский климат (мировоззренческие типы россиян в целом) – **ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА**

*сентябрь 2009/ март 2010*

- **гражданский: солидарность, ответственность, активность. (8%/10%)**
- **патерналистский: солидарность, отсутствие ответственности и активности. (12%/7%)**
- **обывательский: отсутствие солидарности и ответственности, активность. (31%/20%)**
- **партикулярный (индивидуалистский): отсутствие солидарности, ответственность, активность. (13%/17%)**
- **депривированный: отсутствие солидарности и ответственности и активности. (27%/35%)**

## 4. Гражданский климат в разных социальных слоях (социальный разрез)

*Трудно предположить, что гражданские мировоззренческие синдромы у этих двух женщин будут одинаковы.*



# «Социография» –инструмент преодоления неоднородности

- Чтобы справиться с «неоднородностью» стилей жизни этих двух женщин, обратим внимание на то, что доступно наблюдению – особенности (стили) их потребления: пользование теми или иными услугами, товарами; свобода перемещения в территориальном и в виртуальном пространствах и т.п.
- «Социография» потребительских практик (*приложение 2*) позволяет справиться с проблемой неоднородности стилей жизни респондентов.

# Традиционный стиль потребления («старшее поколение» жителей российской провинции) – 42% (январь 2011 г.)

- Завершившие / завершающие трудовую биографию представители низко доходных слоев городской и сельской провинции: **61% старше 55 лет; 58% с образованием не выше среднего общего; уровень дохода средний и ниже (80%); 52% -живут в селе и поселках городского типа.**
- *Современные потребительские практики **не используют.** Все новости в том числе и о новых потребительских практиках - из центральных и местных каналов ТВ.*
- *70% **внешний** локус ответственности.*
- *Главные проблемы – рост цен (54%), низкие з/п и пенсии (42%).*



# Традиционный стиль потребления («старшее поколение» жителей российской провинции) – 45% (январь 2011 г.)

- Показатели социального доверия (17% считают, что большинству людей **можно доверять**) и солидарности (10% считают, что среди людей **больше согласия, сплоченности**) такие же как и в среднем по опросу.
- Только **28%** чувствуют **ответственность** за происходящее в стране (в среднем по опросу 33%).
- Протестные настроения несколько **ниже**, чем в среднем по опросу.
- В ближайшей перспективе большинство из них (71%) не рассчитывают на улучшение своего материального положения.



# Переход от традиционного к современному стилю потребления через освоение кредитных практик (трудоспособные жители российской провинции) – 13% (январь 2011)

- По преимуществу женская (61%) и наиболее продвинутая часть жителей провинциальных городов, поселков и сел трудоспособного (73% от 25 до 54 лет) возраста.
- Образование - *среднее специальное (44%)*. Уровень личного дохода *средний (24%) и выше среднего (24%)*. 33% заняты на должностях специалистов и служащих.
- **Для активных провинциалов путь к современному потреблению лежит через кредитные практики: покупают товары в кредит (55%) и пользуются банковскими кредитами (42%).**
- Часть из них *повышают квалификацию (10%), посещают косметические салоны (6%)*. Треть (33%) владеют хотя бы на минимальном уровне иностранным языком.



## Переход от традиционного к современному стилю потребления через освоение кредитных практик (трудоспособные жители российской провинции) – 13% (январь 2011)

- Треть уже освободились от патернализма: 35% берут на себя **ответственность** за свое будущее.
- Почти каждый второй (46%) чувствует **ответственность** за происходящее в своем городе, поселке, селе.
- А вот показатели **солидарности** (9%) и **социального доверия** (15%) у них несколько ниже средних по опросу.
- Здесь сосредоточены протестные настроения: **49% испытывают недовольство и готовы принять участие в акциях протеста.**



# Современный стиль потребления: интернет - пространство работы, досуга и обитания (обеспеченные и образованные жители крупных и столичных городов на старте профессиональной карьеры)– 37% (январь 2011)

- По преимуществу молодые люди: 50% моложе тридцати и 32% от 31 до 45 лет.
- 60% с высшим и 30% со средним специальным образованием.
- Они за компьютером и дома (70%), и на работе (23%), и в компании друзей (10%).
- Это постоянная аудитория интернета (89%), где они и работают и проводят досуг и, фактически, обитают.
- Все остальные потребительские практики используются ими по мере необходимости за одним исключением – они не ездят за границу, очень редко летают самолетами (8%). Судя по всему, пространство «реала» их мало интересует.



Современный стиль потребления: интернет - пространство работы, досуга и обитания (обеспеченные и образованные жители крупных и столичных городов на старте профессиональной карьеры)– 37% (январь 2011)

- У каждого **второго** (49%) из них *внутренний локус контроля*.
- Показатели *солидарности, ответственности и социального доверия* на **среднем** уровне.
- **38%** из них с *оптимизмом* смотрят в будущее.
- Уровень *протестных настроений* **самый низкий** среди рассматриваемых потребительских стилей



## Стиль жизни: деловые люди, «независимые от пространства обитания» (высоко образованные профессионалы из крупных и столичных центров) – 8%

- Они подходят к пику своей профессиональной карьеры. Им не больше 45 лет (75%). Заняты на должностях руководителей (24%) и специалистов (34%).
- Материальная обеспеченность семьи - выше среднего (59%).
- **Пользуются в своей жизни практически всеми благами цивилизации. Нет такой среди рассмотренных такой потребительской практики, которая не была бы ими освоена**
- Главное отличие их стиля жизни от остальных - **вояжи за границу (100%)**.
- **Интернет для них – рабочий инструмент, сфера услуг, справочник и СМИ.**
- Большая часть из них (78%) владеют хотя бы одним иностранным языком.



## Стиль жизни: деловые люди, независимые от «пространства обитания» (высоко образованные профессионалы из крупных и столичных центров) – 8%

- Среди деловых людей чаще чем в других группах встречается гражданский мировоззренческий синдром : 21% (против 17% в среднем) считают, что «большинству людей можно доверять»; 19% (против 11%) – «что у нас больше сплоченности, чем разобщенности»; 54% (против 43%) – «чувствуют ответственность за происходящее в городе», 40% (против 33%) «за происходящее в стране».
- Каждому пятому (19%) из них свойственен (как минимум декларативный) *политический консьюмеризм* - отказ от покупки товаров из той или иной страны по политическим мотивам.



**Спасибо за внимание!**

## Социография гражданского климата - опорные вопросы (разработаны И. Мерсияновой и Л. Якобсоном)

1. Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными? *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010 )*
2. Как Вы думаете, сегодня в нашей стране среди людей больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности? *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010 )*
3. А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, среди них сегодня больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности? *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010 )*
4. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя - к первым или ко вторым? *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010 )*
5. По Вашему мнению, власти понимают и учитывают интересы таких людей, как Вы, или нет? *(сентябрь 2007, апрель 2008, сентябрь 2009, март 2010 )*

## Социография гражданского климата – опорные вопросы

6. **Насколько часто можно встретить сейчас среди окружающих Вас людей готовность объединяться, чтобы вместе решать общественные проблемы, которые не касаются их лично?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010)*
7. **Если не говорить о семье и ближайших родственниках, за последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010)*
8. **В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит у Вас на работе?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010)*
9. **В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит у Вас в доме, во дворе, где Вы живете?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009)*
10. **В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит в нашем городе (селе, поселке)?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009)*
11. **В какой мере Вы чувствуете ответственность за то, что происходит в стране?** *(сентябрь 2007, сентябрь 2009, март 2010)*

# Социография гражданского климата - метод

## *Исходный материал*

- матрица данных (Георейтинг 2007 г.):  
68 строк – субъектов РФ – и 22 столбца (11x2) – долей положительных и отрицательных ответов жителей каждого субъекта на опорные вопросы.

## *Оси пространства описания гражданского климата*

получены с помощью факторного анализа (метод главных компонент).  
Каждая из осей интерпретируется как определенный мировоззренческий синдром (идеологема).

## Социография гражданского климата (процедура)

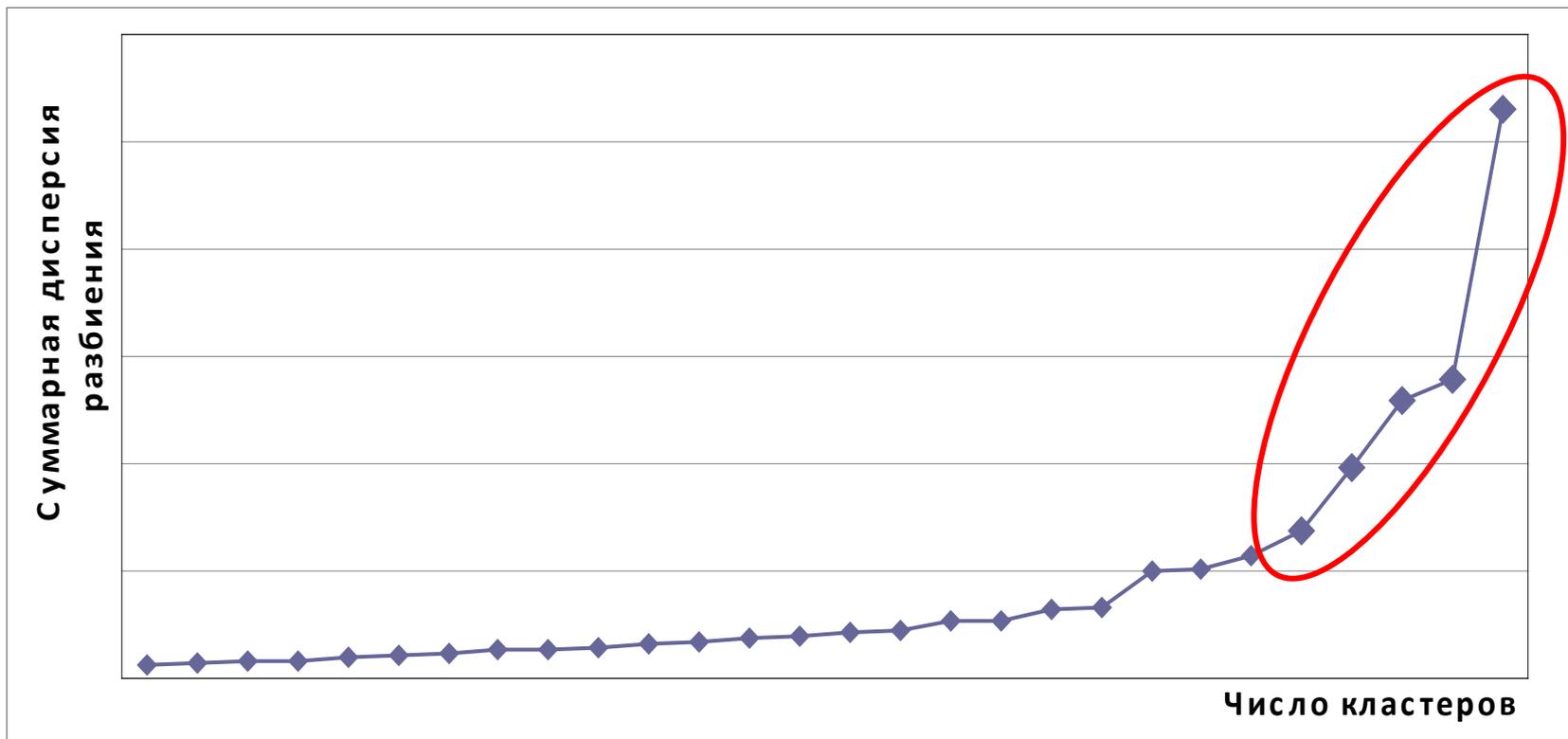
Кластеризация респондентов в пространстве полученных трех факторов (*солидарности, ответственности и активности*) предусматривала последовательное применение методов анализа данных из программного комплекса *SPSS*: иерархической кластеризации и кластеризации методом «К-средних».

Цель процедуры состояла в выделении достаточно наполненных кластеров, сходных между собой по значениям факторов - *солидарности, ответственности и активности*, характеризующихся одинаковыми или в определенном смысле «похожими» распределениями ответов на опорные вопросы.

В результате мы получили пять кластеров респондентов с разными мировоззренческими синдромами. Интерпретацию полученных кластеров мы осуществляли, ориентируясь на ответы респондентов из данного кластера на опорные вопросы.

# Пример выбора оптимального числа кластеров

Оптимальное число кластеров – пять. При этом и большем числе кластеров значение суммарной дисперсии разбиения невелико и мало меняется. При переходе от пяти к четырем кластерам значение этой характеристики резко увеличивается. Это означает, что такой переход происходит путем слияния уже довольно далеких друг от друга скоплений точек.



## Приложение 2.

Тестовый вопрос для идентификации стилей жизни: «Скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние два-три года?»

1. брать кредит в банке
2. оформлять кредит в магазине
3. работать за компьютером
4. пользоваться интернетом
5. ездить за границу
6. иметь дело с иностранной валютой
7. пользоваться услугами косметических салонов
8. летать на самолетах
9. приобретать спортивные товары и / или туристическое снаряжение
10. заниматься в фитнес-центре, спортивном клубе
11. пользоваться услугой доставки товаров на дом
12. получать дополнительное образование, повышать квалификацию
13. говорить на иностранном языке
14. ничего из перечисленного