



**Ассоциация региональных
исследовательских центров
«Группа 7/89»**

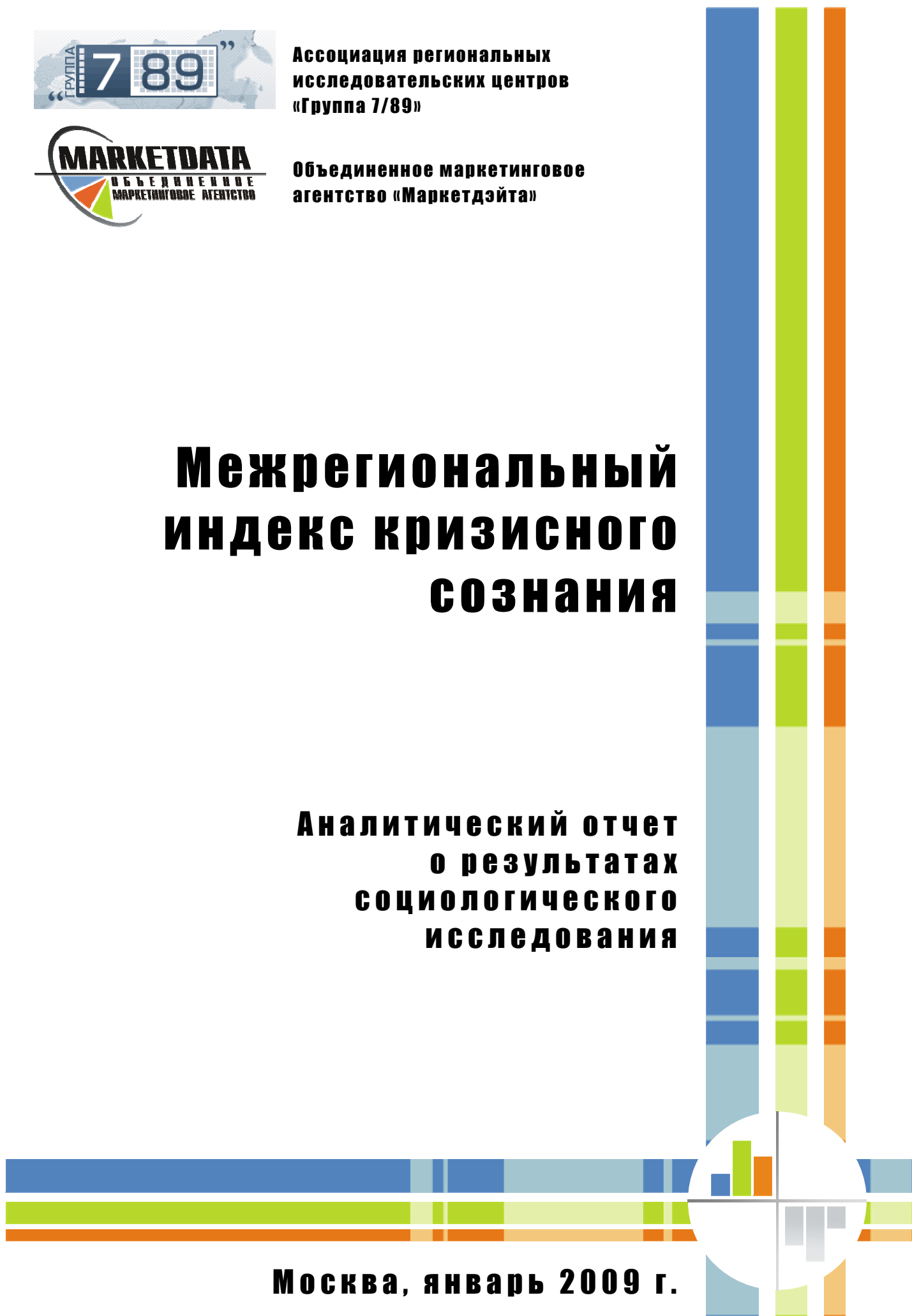


**Объединенное маркетинговое
агентство «Маркетдэйта»**

Межрегиональный индекс кризисного сознания

**Аналитический отчет
о результатах
социологического
исследования**

Москва, январь 2009 г.



Оглавление

Резюме исследования	4
Введение	6
1. Информированность о кризисе	7
Рис. 1.1. «Знаете ли Вы о происходящем сейчас финансовом кризисе?»	7
Рис. 1.2. Информированность о кризисе в зависимости от развития медиасреды	8
Рис. 1.3. Доли выбравших ответ «Знаю о кризисной ситуации в деталях и подробностях» в различных группах населения	9
Рис. 1.4. «Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?»	10
Рис. 1.5. Взаимосвязь информированности о кризисе и представлений о его дальнейшем развитии	10
Рис. 1.6. Доли выбравших ответ «Кризис будет усиливаться» в различных группах населения	11
2. Оценка влияния кризиса	12
Рис. 2.1. «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие и благополучие Вашей семьи?»	12
Рис. 2.2. Зависимость восприятия влияния кризиса от экономического развития региона	13
Рис. 2.3. Зависимость восприятия влияния кризиса от электоральной традиции	13
Рис. 2.4. Зависимость восприятия влияния кризиса от развития медиасреды	13
Таблица 2.1. Зависимость восприятия влияния кризиса от объективных характеристик регионов	14
Рис. 2.5. Доли выбравших ответ «Кризис повлиял негативно» в различных группах населения	16
Рис. 2.6. Общее распределение комбинации признаков «Влияние кризиса» и «Ожидания в отношении кризиса»	16
Рис. 2.7. Соотношение признаков «Влияние кризиса» и «Ожидания в отношении кризиса» в различных группах населения	17
3. Индивидуальный и социальный оптимизм	18
Рис. 3.1. Оптимизм и пессимизм участников опроса	18
Рис. 3.2. Как бы Вы оценили материальное положение семьи, города/района, России в целом? (суммарные доли ответов «Плохое» и «Очень плохое»)	19
Рис. 3.3. Частные индексы оптимизма по территориям исследования	20
Рис. 3.4. Сводный индекс оптимизма по территориям исследования	20
Рис. 3.5. Зависимость сводного индекса оптимизма от экономического развития региона	21
Рис. 3.6. Зависимость сводного индекса оптимизма от электоральной традиции	21
Рис. 3.7. Зависимость сводного индекса оптимизма от развития медиасреды	21
Таблица 3.1. Зависимость сводного индекса оптимизма от объективных характеристик регионов	22
Рис. 3.8. Индекс индивидуального оптимизма в различных группах населения	23
4. Заработная плата и занятость	24
Рис. 4.1. «Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом задержек заработной платы?»	24
Рис. 4.2. Численность работников, перед которыми организация имеет просроченную задолженность по заработной плате работников в Российской Федерации в 2008 году (на 1 число каждого месяца)	25

Рис. 4.3. Отрасли экономики и категории занятых, в наибольшей степени затронутые задержками заработной платы (доли ответов «Задержки уже происходят» в группах респондентов).....	25
Рис. 4.4. Численность работников, перед которыми организация имеет просроченную задолженность по заработной плате работников в Российской Федерации в 2008 году, в процентах к началу года.....	26
Рис. 4.5. Ожидания изменений на работе в связи с кризисом.....	26
Рис. 4.6. Опыт столкновения с кризисными явлениями на работе в различных группах населения	27
5. Индекс кризисных ожиданий.....	28
Рис. 5.1. Индекс кризисных ожиданий.....	28
Рис. 5.2. Зависимость индекса кризисных ожиданий от экономического развития региона	30
Рис. 5.3. Зависимость индекса кризисных ожиданий от электоральной традиции	30
Рис. 5.4. Зависимость индекса кризисных ожиданий от развития медиасреды	30
Таблица 5.1. Зависимость индекса кризисных ожиданий от объективных характеристик регионов	31
Рис. 5.5. Индекс кризисных ожиданий в различных группах населения.....	32
6. Стратегии антикризисного поведения.....	33
Рис. 6.1. «Как Вы полагаете, в настоящее время от чего в большей мере зависит Ваше материальное положение: от Вас самих – ваших собственных усилий, квалификации, трудолюбия – или не зависящих от Вас причин (общей ситуации в стране, мире, случайного стечения обстоятельств, удачи, начальства, чиновников и пр.?)»	33
Рис. 6.2. Индекс интернальности в различных группах населения.....	34
Рис. 6.3. Взаимосвязь индексов.....	35
Рис. 6.4. Если Ваше (Вашей семьи) финансовое положение вследствие каких-либо причин неожиданно ухудшится, то что Вы прежде всего предпримете?.....	36
Рис. 6.5. Индекс интернальности при активной и пассивной антикризисной стратегиях.....	36
Рис. 6.6. Соотношение сторонников активной и пассивной антикризисных моделей поведения в различных группах населения	37
Рис. 6.7. Соотношение сторонников активной и пассивной антикризисных моделей поведения в различных группах населения по признаку «Занятость»	38
Рис. 6.8. Предположительные действия в случае нарушения трудовых прав.....	38
Рис. 6.9. Как Вы думаете, насколько возможны (вероятны) сейчас в нашем городе массовые выступления населения против роста цен, падения уровня жизни?	39
Рис. 6.10. Вероятность массовых выступлений и индекс лояльности федеральной власти	39
Приложение 1. Техническое описание исследования	40
Приложение 2. Формулировки вопросов, использованные в ходе проекта МИКС.....	41
Приложение 3. Дополнительные источники информации	42
Приложение 4. Справка об Ассоциации «Группа 7/89»	43

Резюме исследования

Проведенный анализ позволил выявить следующие закономерности состояния общественного мнения в период начала экономического кризиса (пометка «Гипотеза» означает, что для безусловного утверждения тезиса недостаточно имеющихся данных, и обнаруженная тенденция подлежит проверке в ходе последующих волн исследования):

Информированность о кризисе

1. Включенность населения в информационные потоки, посвященные кризису, довольно высока. Каждый пятый участник исследования заявил, что знает о кризисе в деталях и подробностях, и лишь 4% респондентов на момент проведения опроса о кризисе ничего не знали.
2. При рассуждении «о кризисе вообще» (без применения к личной практике) жители российских регионов склонны демонстрировать высокий уровень скептицизма – почти 40% респондентов считают, что кризис в ближайшее время будет усиливаться; почти столько же опрошенных ожидают сохранения неопределенности; к оптимистам («Кризис будет ослабляться») можно отнести лишь каждого десятого. При этом чем более информированным считает себя респондент, тем с большей вероятностью он склоняется к прогнозу о дальнейшем усилении кризиса.

Ощущение влияния кризиса

3. Кризис на момент проведения исследования имел заметный охват – 44% опрошенных указали, что кризис уже негативно повлиял на их материальное благополучие.
4. В общей массе населения существует группа носителей мнения «Кризис не повлиял (на меня), но будет усиливаться (в стране)». Размер этой группы достаточно велик – в нее попал примерно каждый пятый респондент. К сторонникам этой позиции относятся прежде всего инсайдеры (представители госуправления и сферы финансов), а также лица, находящиеся либо на бюджетном, либо на родительском обеспечении – силовики и учащиеся.

Оптимизм и пессимизм населения

5. Преобладающий среди населения способ оценки будущего уровня жизни может быть в общем виде описан следующей формулой: «в ближайшем будущем мое положение будет ухудшаться, у большинства населения ситуация будет еще хуже, но через пять лет в стране все образуется».

Из этой формулы следует два вывода:

- Индивидуальный оптимизм россиян выше социального (собственные перспективы оцениваются выше «средних»).
- Кризис воспринимается населением как относительно краткосрочное явление, которое продлится, возможно, больше года, но точно меньше пяти лет.

Гипотеза

Проявления кризиса на рабочих местах

6. Каждый пятый работающий уже столкнулся с задержкой заработной платы в отношении себя или членов семьи. Почти 30% респондентов ожидают этого события в течение ближайших недель или месяцев. При этом относительное большинство опрошенных (35%) склонны полагать, что в обозримом будущем задержек выплат заработной платы не будет.
7. По итогам анализа данных об уровне кризисных ожиданий, оценке влияния кризиса, ожиданий в отношении развития кризиса, уровне оптимизма можно выделить две преобладающие модели восприятия существующей ситуации:
 - «Обеспеченные и высокостатусные»:
«Кризис не затронул и не затронет, но будет усугубляться, хотя лично у меня все будет хорошо».
 - «Малообеспеченные и низкостатусные»:
«Кризис затронул, и есть опасения, что затронет еще больше, но в целом долго продолжаться не будет. Впрочем, лично у меня перспективы не слишком радужные».

Гипотеза

Стратегии антикризисного поведения

8. Лишь каждый четвертый полагается в деле улучшения материального положения на себя самого; внешняя же атрибуция ответственности характерна почти для каждого второго респондента. Главными признаками, определяющими уровень интернальности (склонности к внутренней атрибуции ответственности), являются возраст, уровень дохода и профессиональный статус.

Рассчитывающие прежде всего на себя демонстрируют заметно более высокий уровень оптимизма и меньший уровень опасений в отношении последствий кризиса по сравнению с теми, кто склонен полагаться на внешние обстоятельства.
9. В предполагаемом антикризисном поведении населения наиболее распространены две стратегии – пассивная («резко сокращу расходы, буду экономить на всем») и активная («постараюсь найти дополнительные источники дохода»).
- Наиболее высока доля приверженцев пассивной антикризисной стратегии среди домохозяек и неработающих пенсионеров. Приверженность активной стратегии больше всего распространена среди наемных работников частных предприятий.
10. В случае нарушения трудовых прав со стороны работодателя бороться за них предполагают до трети работающих. Соотношение позиций в данном случае далеко не в пользу активной группы трудящихся – варианты «Буду терпеть и ждать улучшения ситуации» и «Буду искать другое место работы» в сумме составляют около половины всех ответов.

Протестные настроения

11. Массовые выступления против роста цен и падения уровня жизни полагает возможными примерно каждый третий опрошенный. Это существенно ниже уровня, наблюдавшегося осенью 1998 года.

Уровень протестных настроений закономерно выше в регионах с меньшей лояльностью федеральной власти.

Введение

Данные официальной статистики, сводки с биржевых торгов и валютных рынков позволяют с уверенностью (и понятным сожалением) признать – экономический кризис стал фактом российской действительности. Поначалу скромно обозначившись эхом сообщений о проблемах заокеанских компаний со сказочными названиями Fannie Mae и Freddie Mac, постепенно набирающий силу кризис отбросил на три года назад значения биржевых индексов, уменьшил избыточность нулей в списке журнала «Форбс», познакомил с рынком труда армию финансовых консультантов и инвестиционных аналитиков и постепенно добрался до самых широких кругов населения, к биржам и индексам до этой поры отношения не имевшего. Кризис перестал быть исключительно финансово-экономическим феноменом и теперь почти в режиме реального времени приобретает черты феномена социального. Сокращение номинальных и реально располагаемых доходов, рост безработицы неизбежно провоцируют рост социальной напряженности и раскручивают пружину тревожных ожиданий.

Без сомнения, социальная напряженность имеет неодинаковую интенсивность на территории страны. Регионы подошли к началу кризиса на разных уровнях экономического развития, с различающейся отраслевой структурой хозяйства и, что тоже немаловажно, с разной историей обычно сопутствующих кризису социальных процессов. Жителям России не составит большого труда вспомнить такие понятия как «регионы-доноры» и «регионы-получатели», «красный пояс» и «полигон реформ». Вряд ли забыты шахтерские забастовки и специфическое восприятие федерализма в национальных республиках, на Урале и Дальнем Востоке. Поэтому изучение межрегиональных различий в восприятии кризисных явлений представляет особый исследовательский интерес.

Не выглядит слишком смелым и предположение о том, что кризис неодинаково воспринимается представителями разных социальных категорий. Наибольшие потери несут люди, в наибольшей степени встроенные в современные экономические отношения – пользующиеся кредитами, вкладывающие деньги в акции и паи, ведущие собственный бизнес. Однако ведь именно эти люди обладают энергией и целеустремленностью, столь необходимыми для преодоления кризисной ситуации с наименьшими потерями. Кроме того, здравый смысл подсказывает, что воздействие кризиса на конкретного человека определенно зависит от его материального статуса к началу событий. Наличие сбережений, ликвидных материальных активов, отсутствие кредитных обязательств создают своего рода подушку безопасности в кризисной ситуации. Выявление категорий населения, различающихся по характеру восприятия кризиса, с описанием соответствующих им моделей антикризисного поведения стало еще одной задачей проведенного исследования.

И еще один важный аспект интерпретации полученных данных. Изучение неочевидных социальных закономерностей в восприятии кризиса может добавить ясности в понимание его генезиса и анамнеза, помочь определить, в какой степени развитие кризиса обусловлено объективными экономическими процессами, а в какой является проявлением «эффекта раскачивающейся лодки» – когда ожидание кризиса провоцирует такое антикризисное поведение, которое приводит к настоящему кризису уже с неотвратимостью.

1. Информированность о кризисе

До определенного времени российские официальные лица предпочитали по отношению к кризису оперировать эпитетами «мировой» и «глобальный», представляя отечественную экономику как «остров стабильности». Еще 15 сентября, когда индекс РТС уже снизился по отношению к майским показателям почти вдвое¹, Дмитрий Медведев на встрече с представителями предпринимательского сообщества утверждал, что «несмотря на те глобальные экономические проблемы, которые есть сегодня, тем не менее ситуация в нашей экономике в целом абсолютно стабильна, у нас уж точно нет ни кризиса, ни предкризисной ситуации – развитие идет»².

Несмотря на наличие столь убедительного мнения, кризис с каждым днем занимал все более уверенное место в медиапространстве. По данным еженедельника «Коммерсантъ-Власть» индекс интереса всех российских СМИ к кризису (процент материалов, в которых упоминается слово «кризис» или его производные) в сентябре-ноябре 2008 года составил 9.87%³. Разумеется, ситуация, когда в каждом десятом материале СМИ рассказывается о кризисе, не могла быть проигнорирована населением. По данным исследования, лишь 4% респондентов ничего не знали о кризисе на момент проведения опроса, а каждый пятый участник исследования знал о кризисе «в деталях и подробностях» (рис. 1.1).

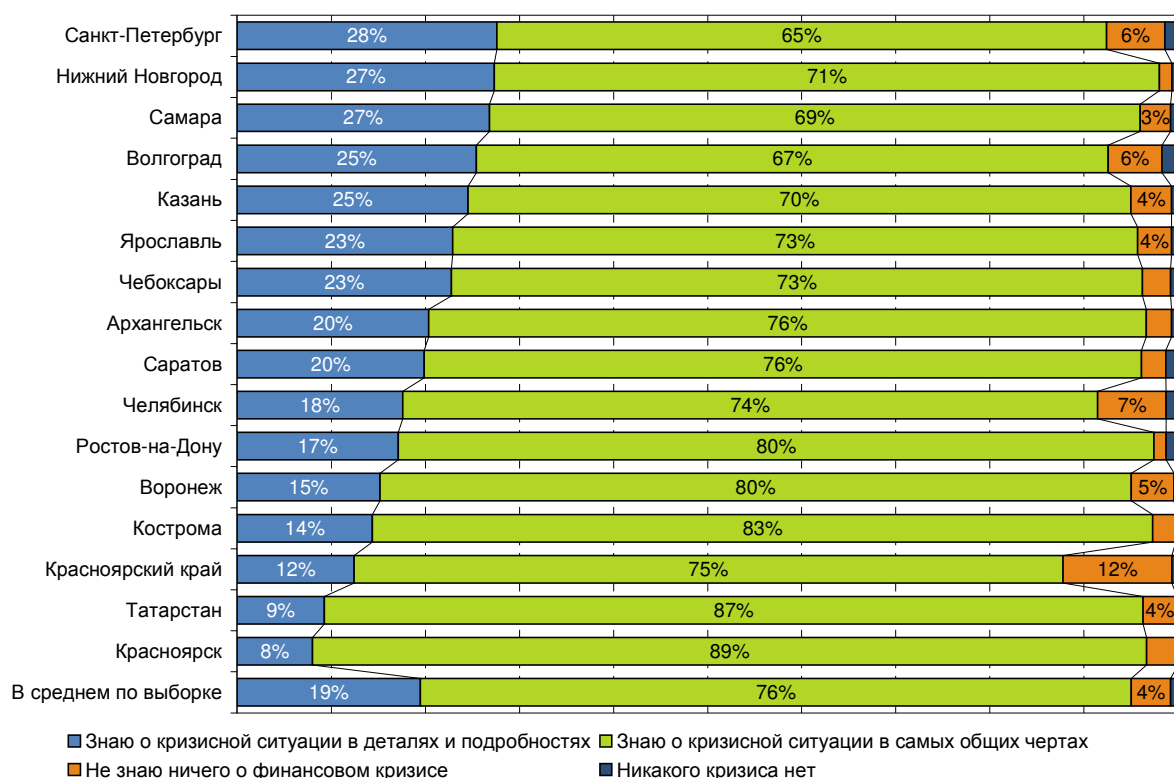


Рис. 1.1. «Знаете ли Вы о происходящем сейчас финансовом кризисе?»

¹ Данные о динамике индекса доступны по адресу <http://www.rts.ru/ru/index/stat/dailyhistory.html?code=RTSI>.

² <http://www.kremlin.ru/text/appears/2008/09/206458.shtml>.

³ <http://www.kommersant.ru/doc-rss.aspx?DocsID=1076216>.

Предположение, что осведомленность о кризисе имеет в значительной степени медийную природу, подтверждается сопоставлением результатов исследования со статистическими данными о развитии медиасреды (рис. 1.2). Доля респондентов, знающих о кризисе в деталях и подробностях, выше в тех регионах, которые в наибольшей степени обеспечены печатными СМИ (газетами) в расчете на душу населения.

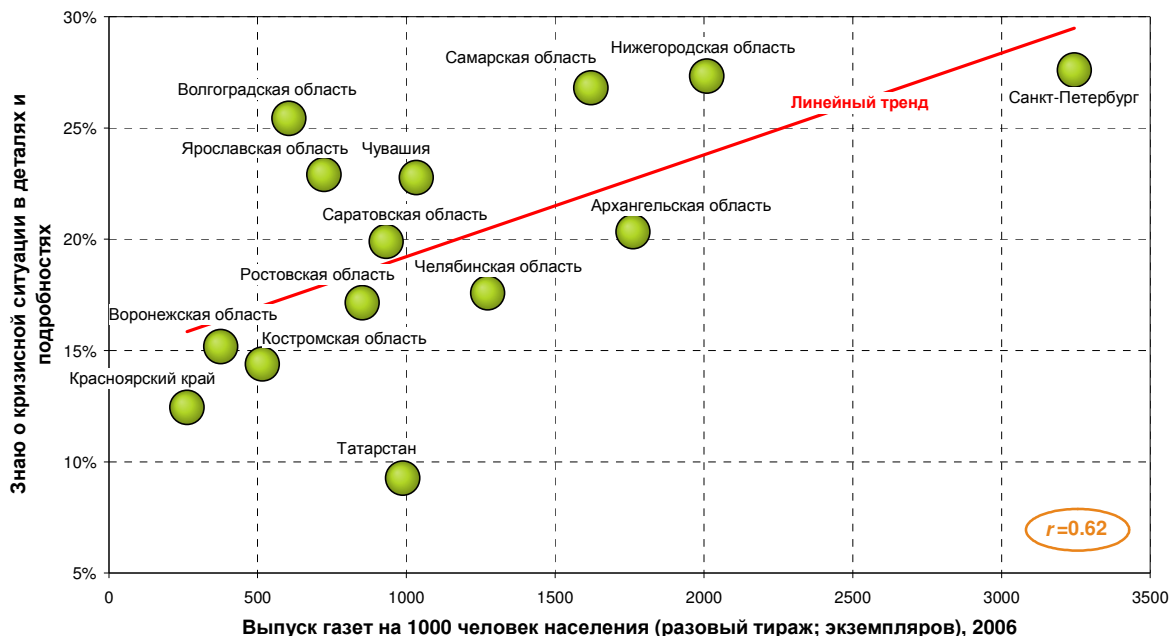


Рис. 1.2. Информированность о кризисе в зависимости от развития медиасреды⁴

Информированность о кризисе в различных социальных и демографических группах имеет значимые отличия (рис. 1.3). Наиболее информированными являются представители высокодоходных групп, обладатели высшего образования, работники финансовой отрасли, связи и информационных технологий, руководители. При первом взгляде на этот перечень можно с уверенностью присвоить ему статус наибольшей защищенности от финансовых потрясений, поскольку уровень дохода, явно превышающий средний, создает своего рода «подушку безопасности». В этом случае высокая информированность может объясняться общей активностью этих групп населения и склонностью проявлять интерес ко всем важным социальным и экономическим явлениям, а не только к кризисным.

С другой стороны, именно эти категории населения в наибольшей степени встроены в экономические процессы, которые пострадали в первую очередь – банковские, кредитные, инвестиционные. Тогда высокую информированность более уместно было бы трактовать как следствие непосредственной вовлеченности представителей указанных категорий в кризисные процессы и косвенное свидетельство того, что именно они в наибольшей степени затронуты кризисом.

Какое из этих предположений ближе к истине, станет ясно из дальнейшего анализа данных проведенного исследования.

⁴ Здесь и далее на диаграммах, иллюстрирующих взаимосвязь опросных показателей с объективными данными, указаны коэффициенты корреляции между признаками, если абсолютные значения этих коэффициентов превышают 0.5.

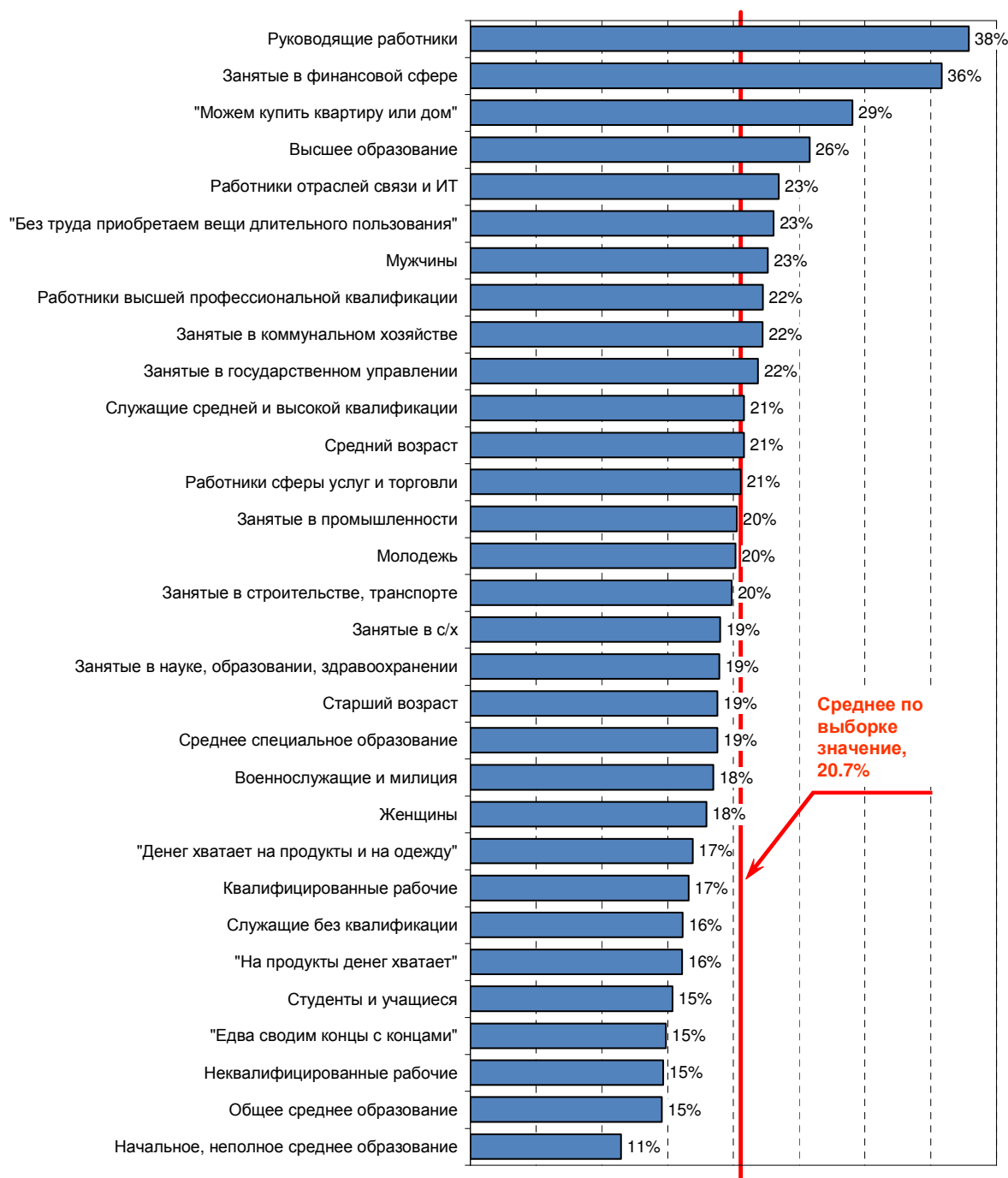


Рис. 1.3. Доли выбравших ответ «Знаю о кризисной ситуации в деталях и подробностях» в различных группах населения

Как известно, развитие мировой экономики имеет циклический характер, за кризисом и депрессией всегда следуют оживление и подъем. Следовательно, можно полагать, что и текущий кризис не является бесконечным. Разделяют ли этот тезис россияне, если рассматривать краткосрочную перспективу? Данные, представленные диаграммой на рис. 1.4, позволяют сделать скорее противоположный вывод. Почти 40% респондентов считают, что кризис в ближайшее время будет усиливаться; почти столько же опрошенных ожидают сохранения неопределенности; к оптимистам («Кризис будет ослабляться») можно отнести лишь каждого десятого респондента.

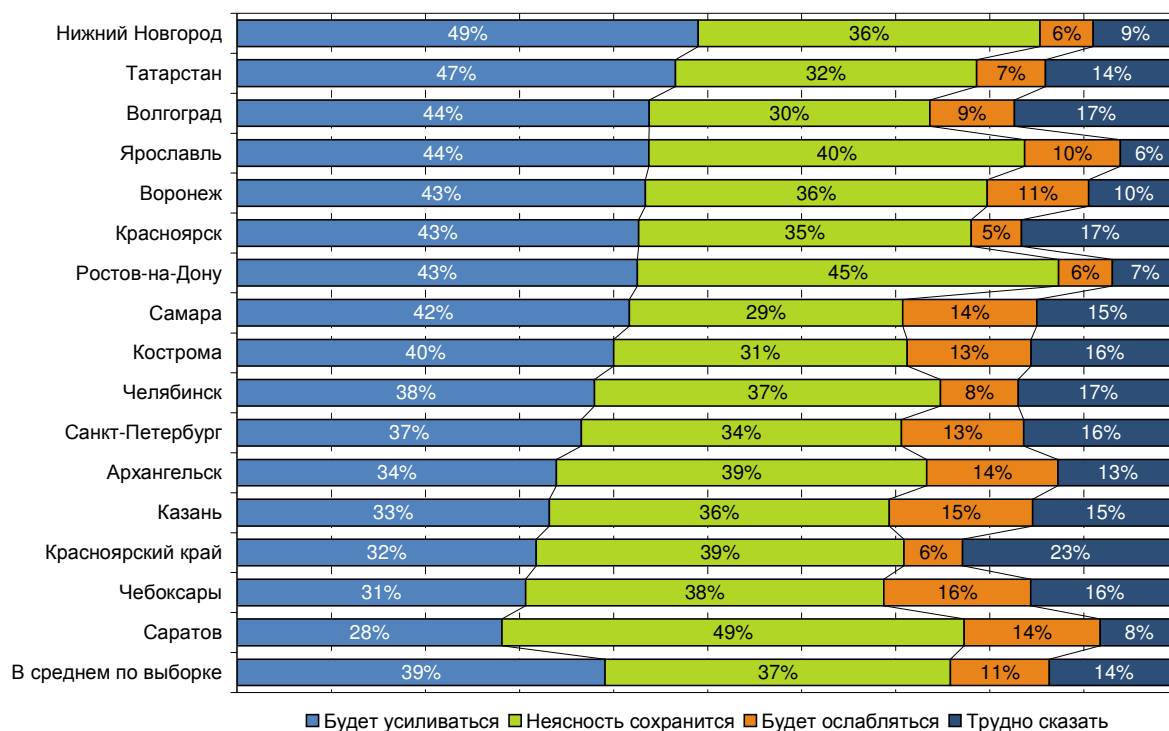


Рис. 1.4. «Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?»

Если сравнить два упорядоченных списка – «Знаю о кризисной ситуации в деталях и подробностях» (рис. 1.3) и «Кризис будет усиливаться» (рис. 1.6) – можно заметить, что верхние части списков совпадают почти дословно. В них входят практически одни и те же категории опрошенных: «Руководящие работники», «Занятые в финансовой сфере», «Высшее образование», «Работники отраслей связи и ИТ». Означает ли найденная закономерность, что исследование подтвердило справедливость старой шутки «Пессимист – это хорошо информированный оптимист»? Данные диаграммы на рис. 1.5 позволяют дать утвердительный ответ⁵. Чем более информированным считает себя респондент, тем с большей вероятностью он склоняется к прогнозу о дальнейшем усилении кризиса.

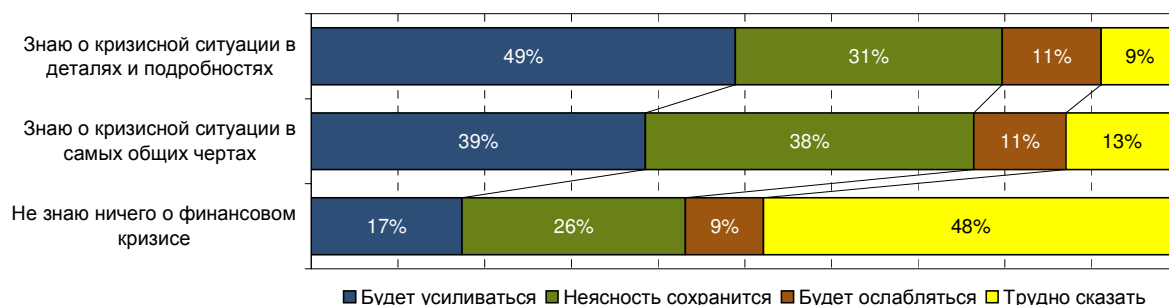


Рис. 1.5. Взаимосвязь информированности о кризисе и представлений о его дальнейшем развитии

⁵ Необходимо отметить, что обратное правило («плохо информированный пессимист – это оптимист») в нашем случае не срабатывает, доля оптимистов с уменьшением информированности не увеличивается – растет доля затруднившихся с ответом.

Впрочем, наличие статистической связи не обязательно означает взаимную обусловленность явлений. Признаки «Информированность» и «Пессимизм» могут зависеть не друг от друга, а от третьего фактора – например, от свойств личности, обеспечивающих попадание в высокостатусные профессиональные и социальные категории (любопытность, критичность мышления и т.п.).

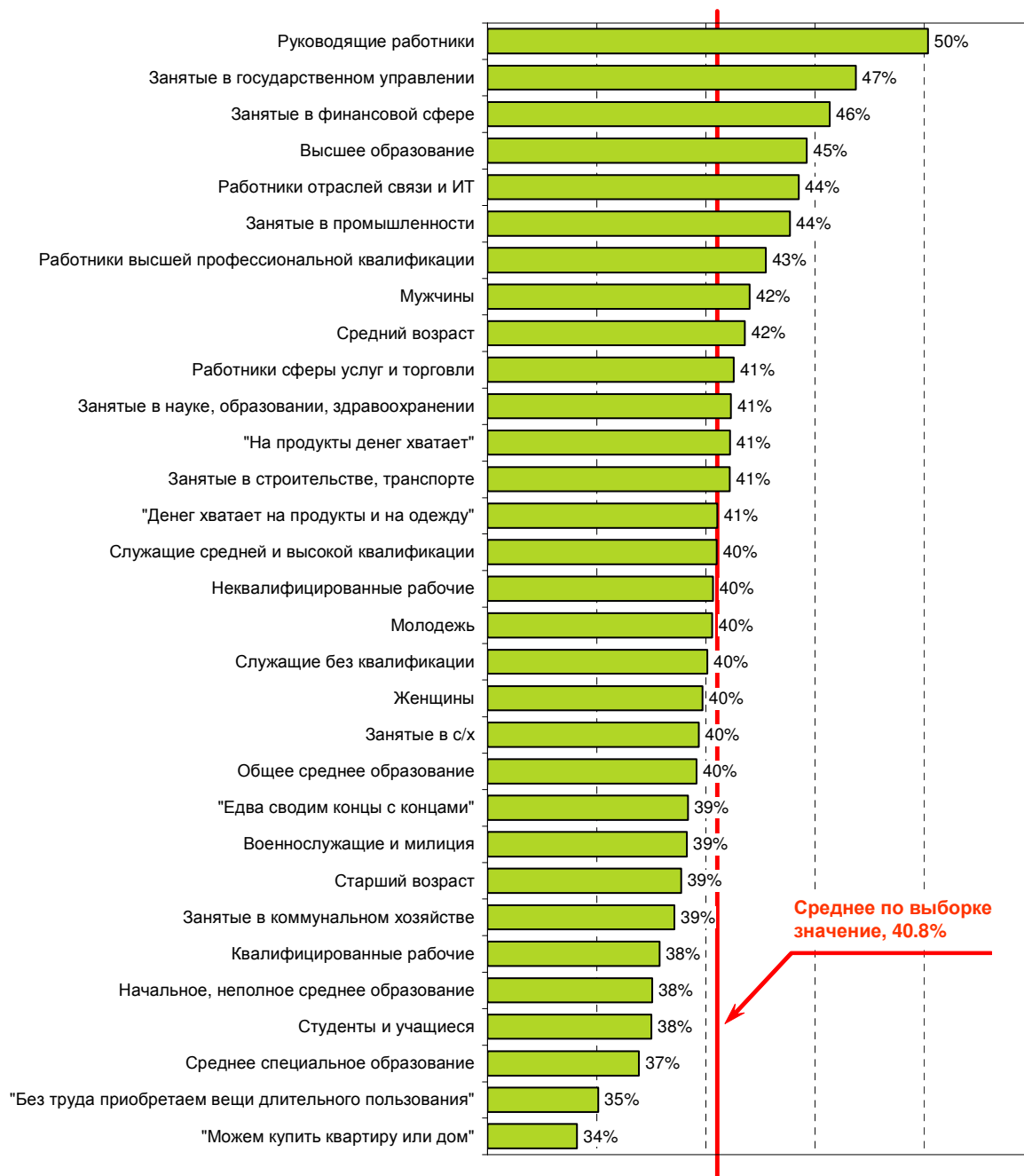


Рис. 1.6. Доли выбравших ответ «Кризис будет усиливаться» в различных группах населения

Интересно, что признак «Уровень дохода» стал практически единственным, по которому направления векторов «Информированность» и «Пессимизм» не совпадают. Представители наиболее высокодоходных категорий знают о кризисе в деталях, но пессимизм, наблюдаемый в других сравнимых по информированности категориях, разделяют в заметно меньшей степени (рис. 1.6).

2. Оценка влияния кризиса

Информированность может служить лишь косвенным индикатором вовлеченности населения в кризисные процессы. Более предметные данные позволяет получить обработка ответов на следующий вопрос, включенный в анкету исследования (рис. 2.1). Основываясь на представленных данных, можно квалифицировать кризис как состоявшийся факт российской реальности – 44% опрошенных утверждают, что кризис уже негативно повлиял на их материальное благополучие.

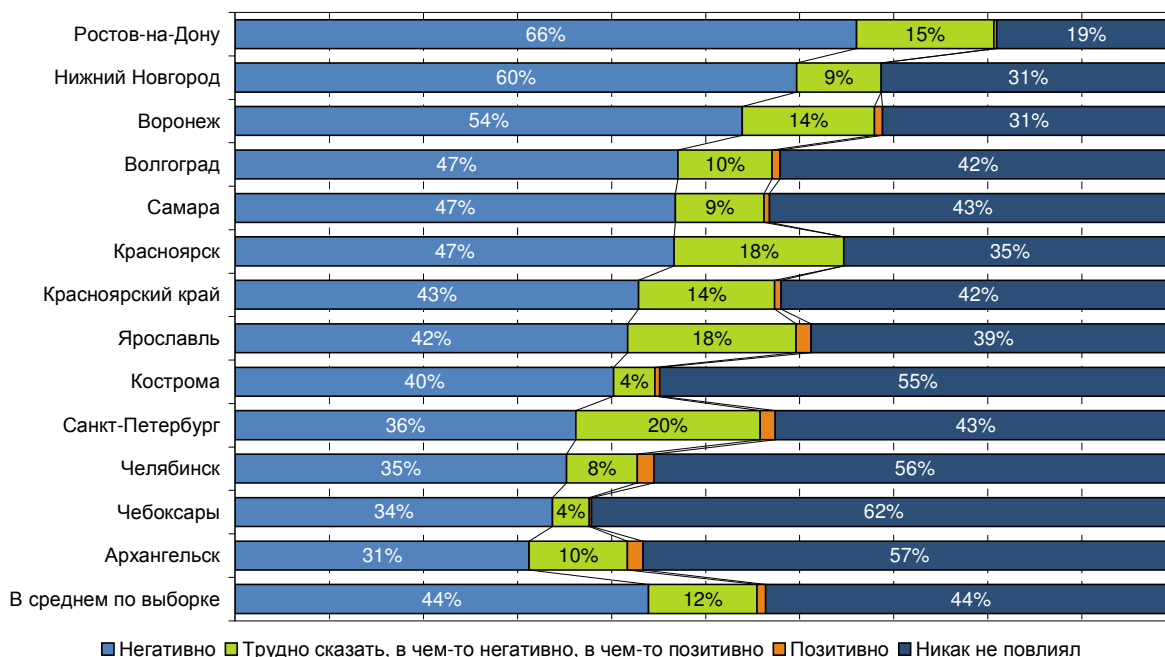


Рис. 2.1. «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие и благополучие Вашей семьи?»

Легко заметить, что доли респондентов, утверждающих, что кризис оказал негативное влияние на их материальное благополучие, заметно различаются по регионам. Для объяснения причин этих расхождений можно выдвинуть следующие гипотезы:

1. Экономическая. С одной стороны, кризис может сильнее ударить по наиболее развитым регионам. С другой стороны, сильным регионам за счет имеющихся резервов проще пережить экономический спад.
2. Политическая. Более уверенно могут себя чувствовать жители регионов с традиционно высоким уровнем доверия действующей власти.
3. Информационная. В зависимости от преобладающей тональности освещения кризиса («панической» или «успокаивающей») жители регионов с наиболее развитой медиасредой могут воспринимать влияние кризиса как более сильное или как более слабое по сравнению с объективным.

Данные, позволяющие подтвердить или опровергнуть выдвинутые гипотезы, приведены на следующих диаграммах (рис. 2.2 – 2.4). Исходные данные для построения диаграмм содержатся в таблице 2.1 (С. 14).

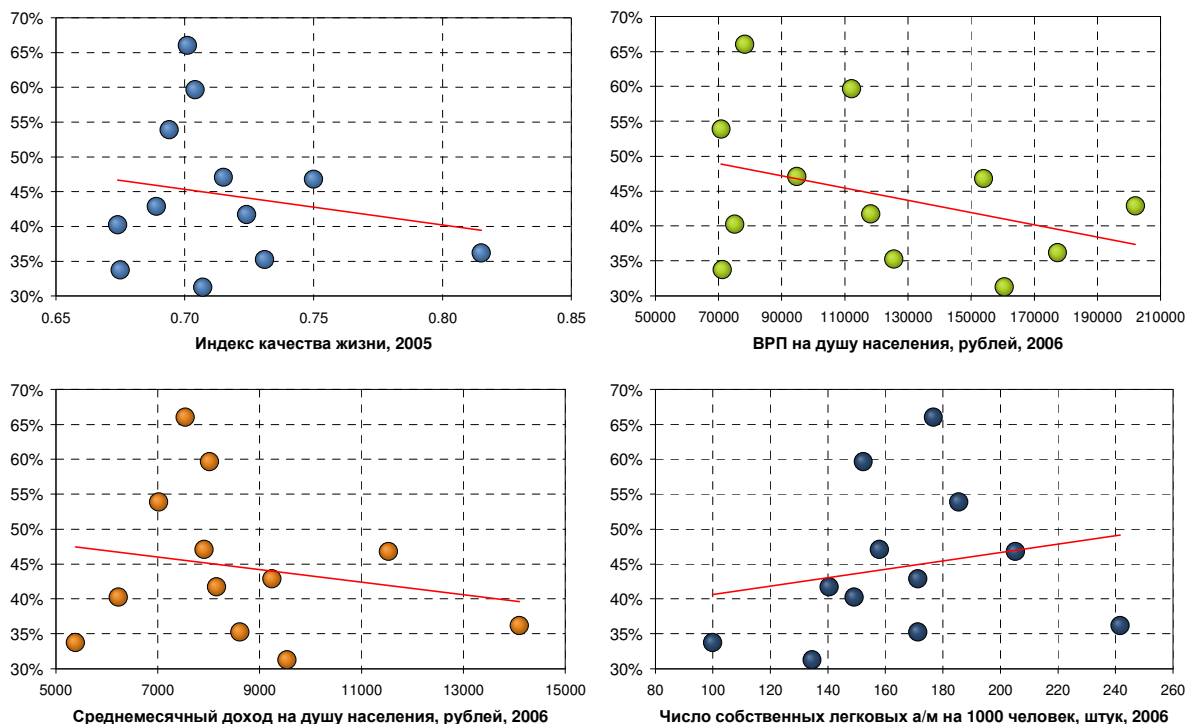


Рис. 2.2. Зависимость восприятия влияния кризиса от экономического развития региона

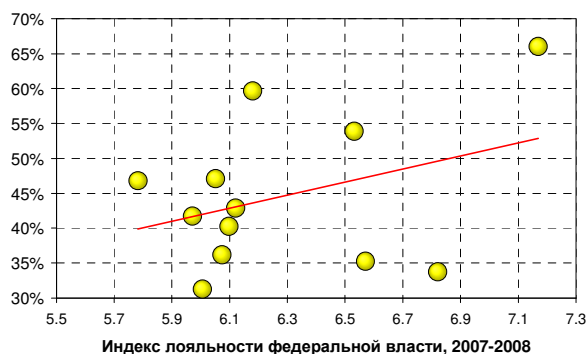


Рис. 2.3. Зависимость восприятия влияния кризиса от электоральной традиции

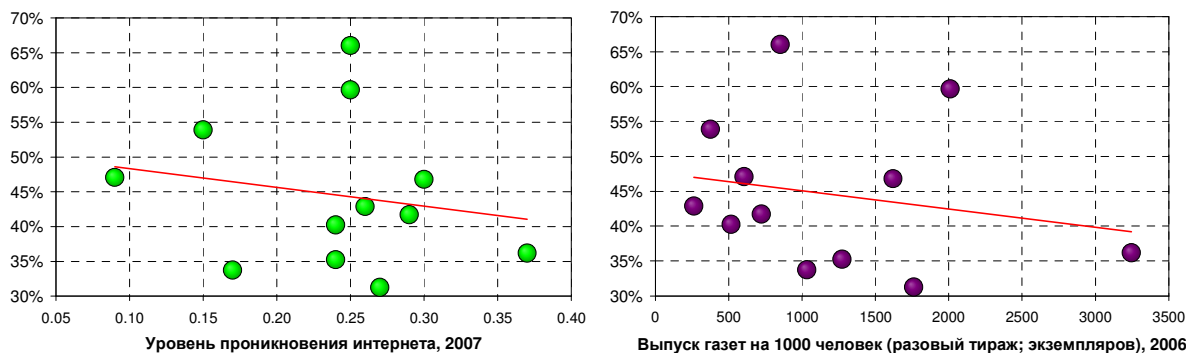


Рис. 2.4. Зависимость восприятия влияния кризиса от развития медиасреды

Таблица 2.1. Зависимость восприятия влияния кризиса от объективных характеристик регионов

	Ростовская область	Нижегородская область	Воронежская область	Волгоградская область	Самарская область	Красноярский край	Ярославская область	Костромская область	Санкт-Петербург	Челябинская область	Чувашия	Архангельская область
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ												
Индекс качества жизни, 2005	0.70	0.70	0.69	0.72	0.75	0.69	0.72	0.67	0.82	0.73	0.68	0.71
ВРП на душу населения, тысяч рублей, 2006	78	112	71	95	154	202	118	75	177	126	71	161
Среднемесячный доход на душу населения, тысяч рублей, 2006	7.5	8.0	7.0	7.9	11.5	9.2	8.2	6.2	14.1	8.6	5.4	9.5
Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек, штук, 2006	177	152	186	158	205	171	140	149	242	171	100	135
ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ ТРАДИЦИЯ												
Индекс лояльности федеральной власти, 2007-2008	7.17	6.18	6.53	6.05	5.78	6.12	5.97	6.10	6.07	6.57	6.82	6.01
РАЗВИТИЕ МЕДИАСРЕДЫ												
Уровень проникновения интернета, доля, 2007	0.25	0.25	0.15	0.09	0.3	0.26	0.29	0.24	0.37	0.24	0.17	0.27
Выпуск газет на 1000 человек населения (разовый тираж; тысяч экземпляров), 2006	0.85	2.01	0.38	0.61	1.62	0.26	0.72	0.52	3.25	1.27	1.03	1.76
ЗАВИСИМЫЙ ПРИЗНАК												
Доля выбравших ответ «Кризис повлиял негативно»	66%	60%	54%	47%	47%	43%	42%	40%	36%	35%	34%	31%

ПРИМЕЧАНИЕ. Данные на диаграмме упорядочены по мере убывания признака «Доля выбравших ответ «Кризис повлиял негативно»» (от Ростовской области к Архангельской). Рамками выделены максимальные значения по каждому из остальных признаков (построчно).

На вертикальной оси каждой из диаграмм, приведенных на рис. 2.2 – 2.4, располагается признак «Доля ответов “Кризис повлиял негативно”». На горизонтальных осях расположены статистические и электоральные показатели, характеризующие регионы исследования (описания использованных показателей приведены в Приложении 3 на С. 42). Каждая точка данных соответствует региону исследования, расположенному в двумерном признаковом пространстве. Красной линией на каждой диаграмме обозначен линейный тренд (график линейной регрессии, позволяющий в грубом приближении оценить характер зависимости между признаками).

Основные выводы, которые можно сформулировать на основании приведенных на диаграммах данных:

1. Выраженной зависимости (которая на диаграмме выглядела бы как вытянутое скопление данных с высоким углом наклона тренда к горизонтальной оси) доли оценок негативного влияния кризиса ни от одной из использованных объективных характеристик региона не наблюдается.
2. Если рассматривать неявно выраженные, но все же имеющиеся тенденции, можно констатировать, что доля населения, оказавшаяся затронутой кризисом, возрастает в регионах:
 - с более низким уровнем экономического развития;
 - более лояльных федеральной власти;
 - с менее интенсивным развитием медиасреды.

Впрочем, поскольку статистическая значимость выявленных закономерностей не слишком велика, их можно рассматривать только в качестве рабочих гипотез для проверки в ходе последующих волн исследования.

Если рассматривать данные о влиянии кризиса в разрезе социально-демографических категорий (рис. 2.5), можно увидеть куда более очевидные тенденции. В наибольшей степени затронуты кризисом категории, выглядящие наименее защищенными, – неквалифицированные рабочие, люди, которым хватает доходов только на продукты или не хватает даже на них, занятые в сельском и коммунальном хозяйстве. Несколько диссонансным выглядит появление в верхней части списка руководящих работников. Впрочем, по всей видимости, их ответы определяются не только и не столько реакцией на изменения собственного материального положения, сколько ответственностью за благополучие вверенного бизнеса и подчиненных.

Интересную закономерность можно выявить, сопоставив данные о влиянии кризиса (рис. 2.5) и о прогнозах в отношении его дальнейшего развития (рис. 1.6) – отдельные категории из верхней части первого списка находятся в нижней части второго и наоборот. Может ли это означать, что кризис бьет по одним категориям населения, а пессимистические прогнозы в отношении его развития выдают другие? Для проверки этой гипотезы мы ввели новую переменную, комбинирующую ответы на вопросы «Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?» и «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие и благополучие Вашей семьи?». Общее распределение значений нового признака иллюстрируется диаграммой на рис. 2.6. Как можно видеть, категория респондентов «Кризис не повлиял, но будет усиливаться» действительно существует, и в нее попадает почти каждый пятый респондент.

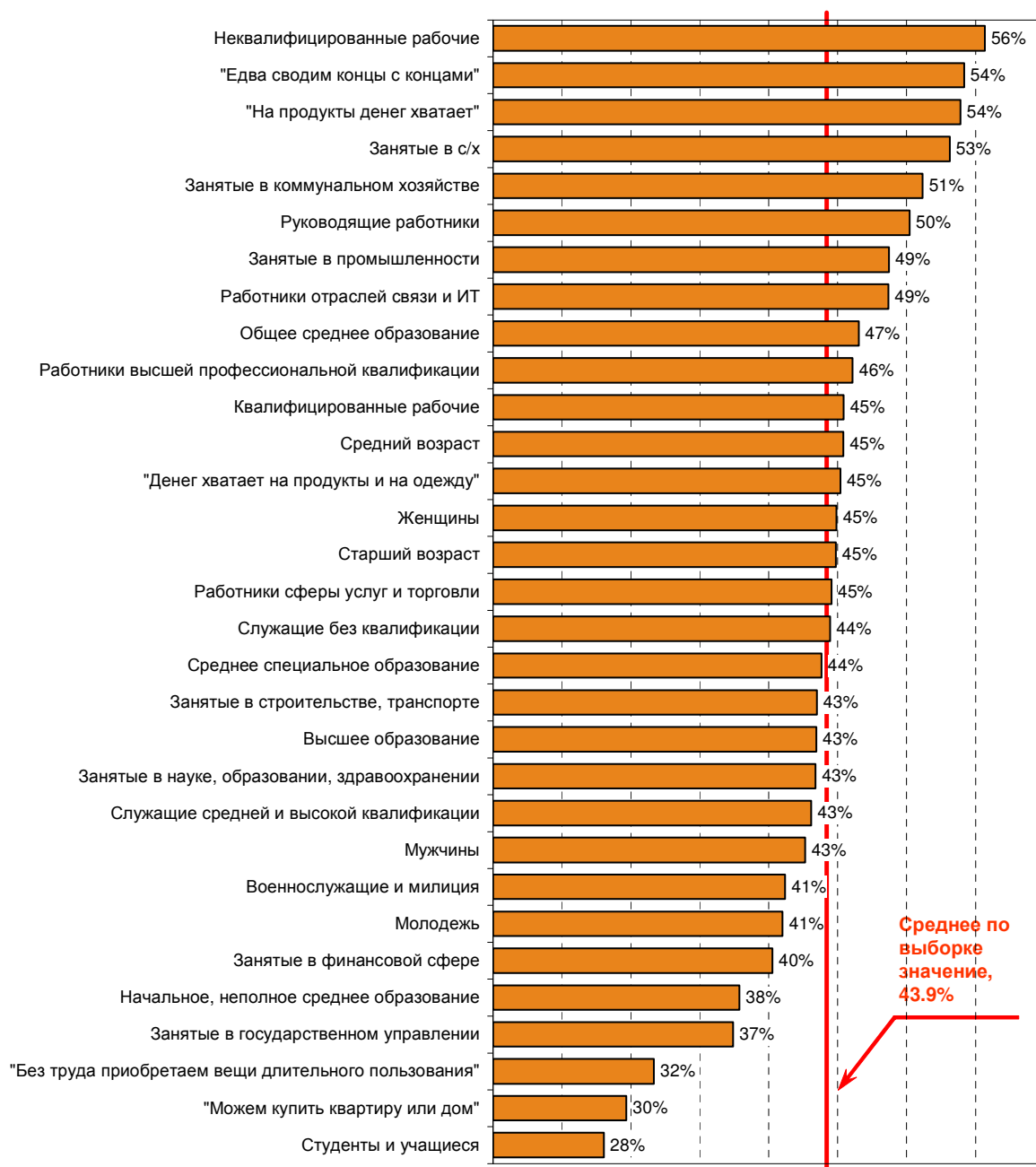


Рис. 2.5. Доли выбравших ответ «Кризис повлиял негативно» в различных группах населения

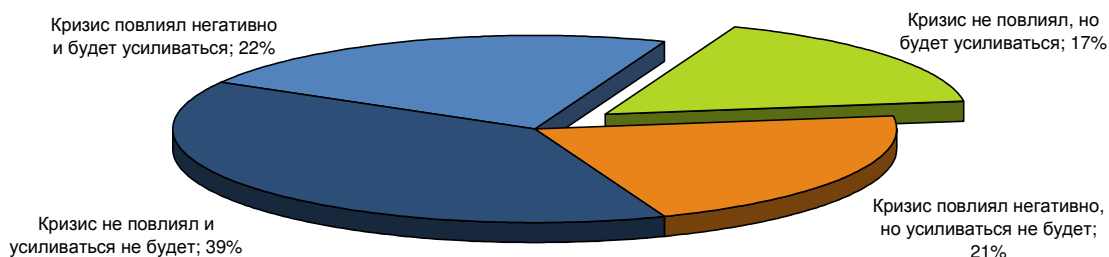
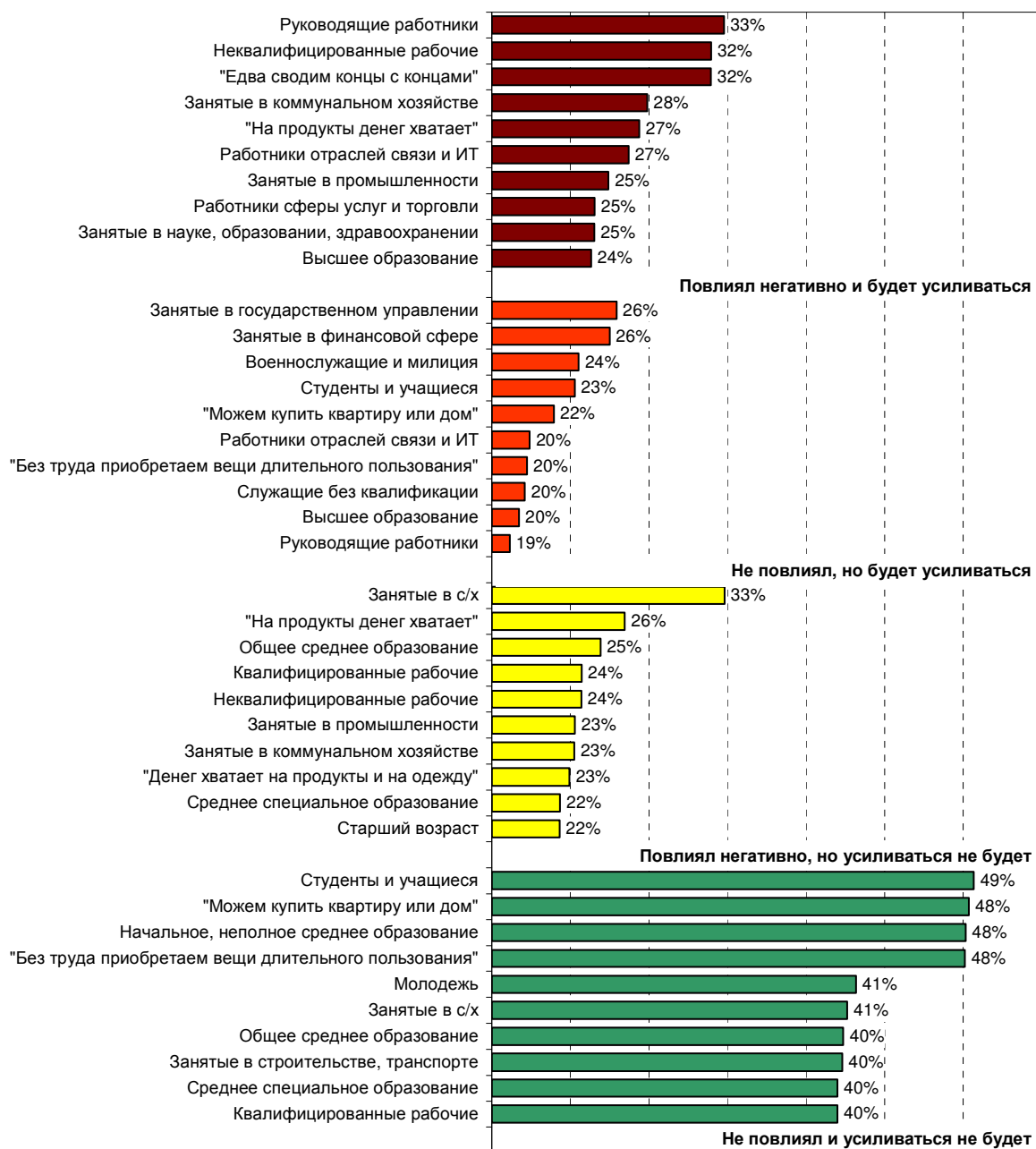


Рис. 2.6. Общее распределение комбинации признаков «Влияние кризиса» и «Ожидания в отношении кризиса»

Данные, приведенные на следующих диаграммах (рис. 2.7), позволяют увидеть, для каких именно социально-демографических категорий наиболее характерны позиции «пострадавших оптимистов» и «не пострадавших пессимистов». Легко заметить, что первая из них («Кризис повлиял, но усиливаться не будет») в наибольшей степени свойственна не очень обеспеченным гражданам, занятым в наиболее рискованных (в российских условиях) отраслях экономики – сельском хозяйстве и промышленности, а также лицам с относительно низким профессиональным статусом – рабочим. К сторонникам второй позиции («Кризис не повлиял, но будет усиливаться») относятся прежде всего инсайдеры (представители госуправления и сферы финансов), а также лица, находящиеся либо на бюджетном, либо на родительском обеспечении – силовики и учащиеся.



ПРИМЕЧАНИЕ. На каждую из диаграмм вынесены десять верхних категорий из упорядоченного по убыванию списка.

Рис. 2.7. Соотношение признаков «Влияние кризиса» и «Ожидания в отношении кризиса» в различных группах населения

3. Индивидуальный и социальный оптимизм

Традиционным показателем общественного мнения, измеряемым в подобного рода исследованиях, является социальное самочувствие. В анкету были включены следующие вопросы:

- Как Вы полагаете, в ближайшие 12 месяцев Ваше материальное положение улучшится, ухудшится или останется примерно таким же, как сейчас?
- А жизнь большинства россиян в эти 12 месяцев: улучшится, ухудшится или останется примерно такой же, как сейчас?
- А как Вы думаете, в ближайшие 5 лет уровень жизни большинства россиян в целом улучшится, ухудшится или останется прежним?

На основании обработки ответов на эти вопросы были получены три индикатора, характеризующих уровень оптимизма респондентов:

- Краткосрочный индивидуальный оптимизм (личное положение в ближайшие 12 месяцев).
- Краткосрочный социальный оптимизм (положение россиян в ближайшие 12 месяцев).
- Долгосрочный социальный оптимизм (положение россиян в ближайшие 5 лет).

Распределение значений этих индикаторов в масштабе всей выборки иллюстрируется диаграммой на рис. 3.1. Преобладающий среди респондентов способ оценки будущего уровня жизни может быть в общем виде описан следующей формулой: «в ближайшем будущем мое положение будет ухудшаться, у большинства населения ситуация будет еще хуже, но через пять лет в стране все образуется». Из этой формулы следует два вывода:

1. Индивидуальный оптимизм россиян выше социального (собственные перспективы оцениваются выше «средних»).
2. Кризис воспринимается населением как относительно краткосрочное явление, которое продлится, возможно, больше года, но точно меньше пяти лет.

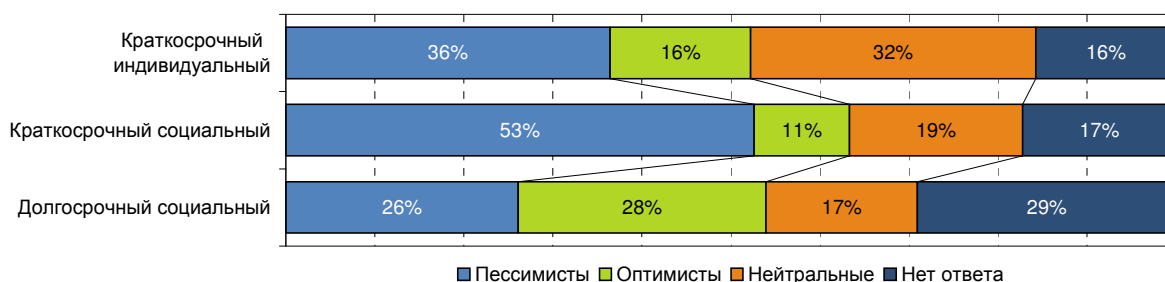


Рис. 3.1. Оптимизм и пессимизм участников опроса

Первая из отмеченных закономерностей известна социологам довольно давно и подтверждается многими исследованиями. Пример такого рода данных приведен на рис. 3.2 – из года в год положение в городе оценивается ниже положения семьи, а положение в России – ниже положения в городе.

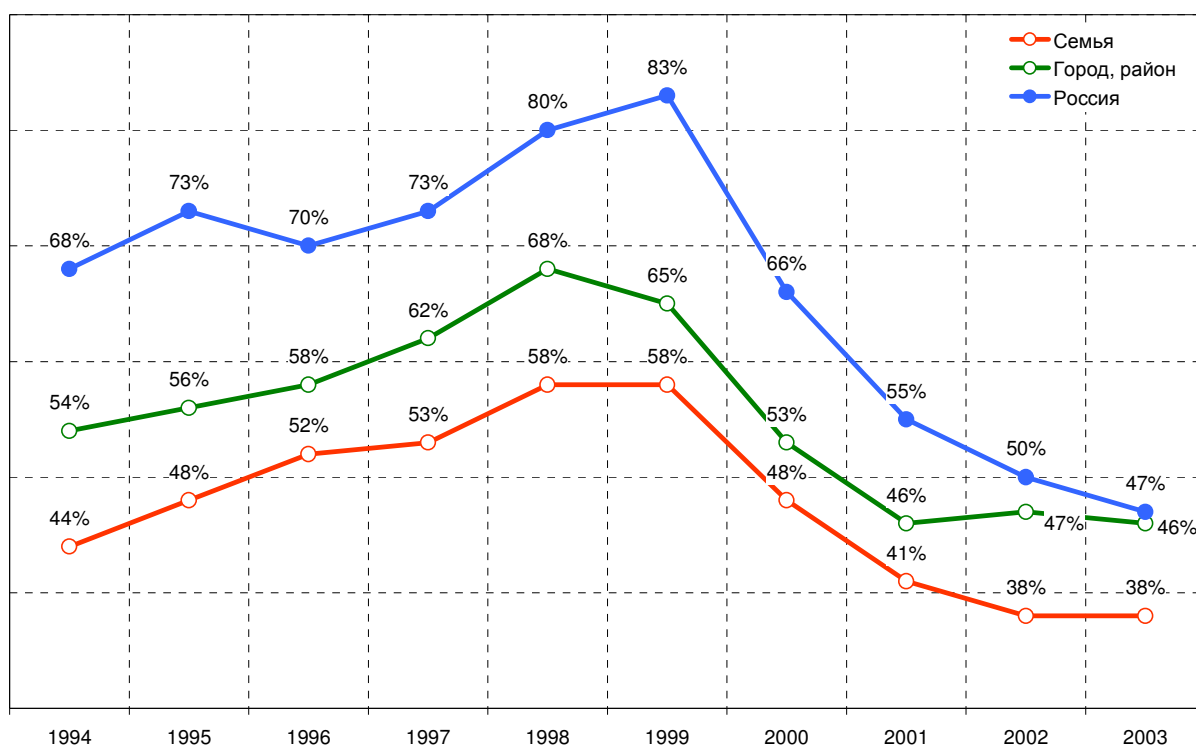


Рис. 3.2. Как бы Вы оценили материальное положение семьи, города/района, России в целом? (суммарные доли ответов «Плохое» и «Очень плохое»)⁶

Вторая тенденция (представления о краткосрочности кризиса) является относительно новой. Во время кризиса 1998 года представления большинства россиян об экономических перспективах страны были менее оптимистичны. Можно говорить о том, что за время, прошедшее как от начала реформ, так и от кризиса 1998 года, уровень адаптивности населения к новой экономической системе значительно вырос, и кризисные явления воспринимаются уже не как личная и общественная экономическая катастрофа, а естественное (пусть и крайне неприятное) для развития экономики явление.

Для проведения сравнительного анализа уровня оптимизма в разрезе регионов исследования и социально-демографических категорий введем синтетический показатель «Индекс оптимизма». Частные индексы оптимизма (краткосрочный индивидуальный, краткосрочный социальный, долгосрочный социальный) рассчитываются как отношение доли оптимистов к доле пессимистов. Сводный индекс оптимизма рассчитывается как среднее арифметическое от трех частных индексов.

Данные о распределении частных индексов по территориям исследования приведены на рис. 3.3, данные о распределении сводного индекса – на рис. 3.4.

Как можно видеть, правило «КСИ выше КСС, но ниже ДСС» выполняется для каждого региона исследования. В среднем по выборке только индекс ДСС превышает единицу (то есть, доля оптимистов выше доли пессимистов). Единственной территорией, где превышает единицу сводный индекс оптимизма, является Санкт-Петербург.

⁶ Данные мониторинга Левада-центра (источник данных находится на странице по адресу <http://www.levada.ru/programs.html>).

Данные, позволяющие оценить характер взаимосвязи сводного индекса оптимизма с объективными характеристиками регионов, иллюстрируются диаграммами на рис. 3.5-3.7 (С. 21). Исходные данные для построения диаграмм содержатся в таблице 3.1 (С. 22).

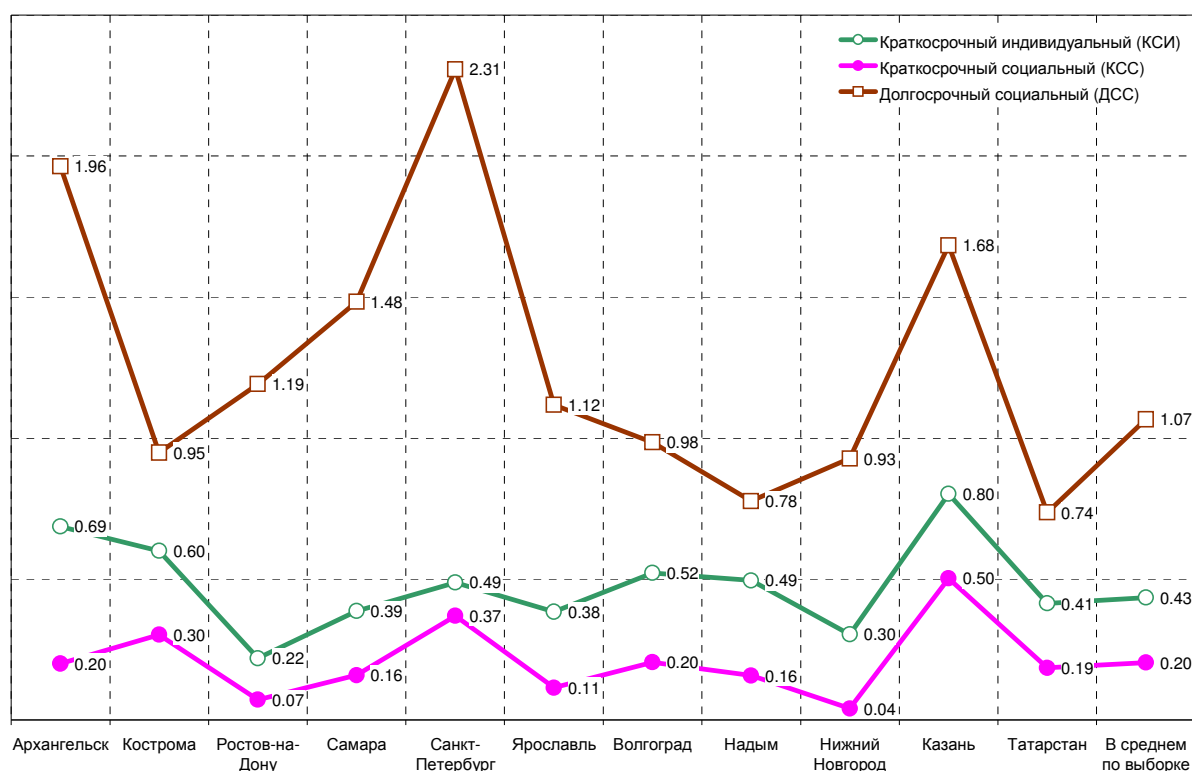


Рис. 3.3. Частные индексы оптимизма по территориям исследования

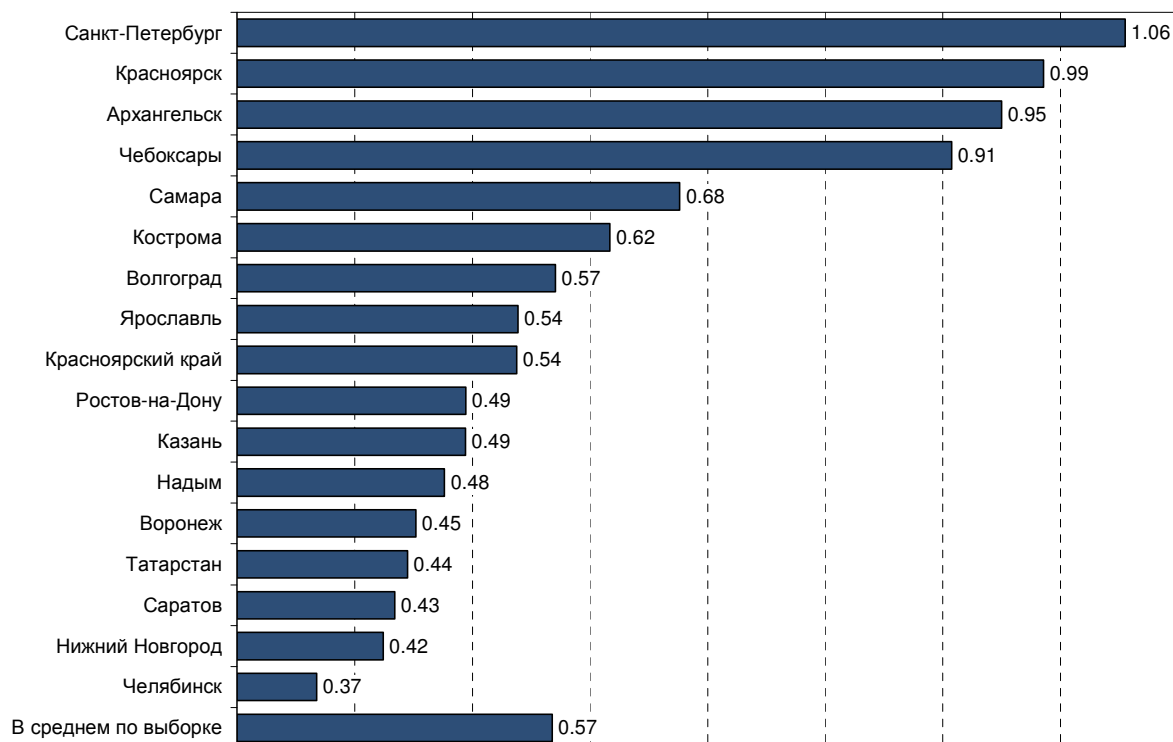


Рис. 3.4. Сводный индекс оптимизма по территориям исследования

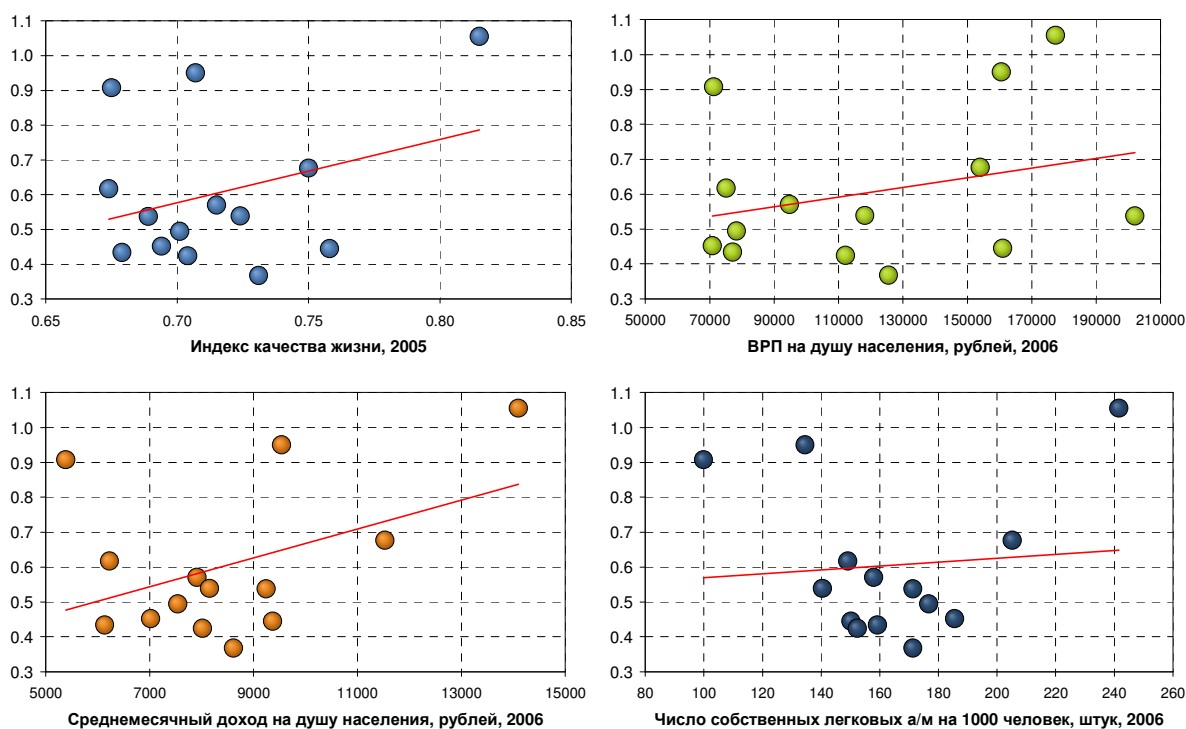


Рис. 3.5. Зависимость сводного индекса оптимизма от экономического развития региона

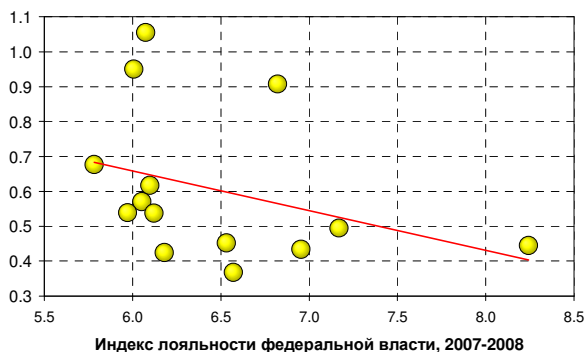


Рис. 3.6. Зависимость сводного индекса оптимизма от электоральной традиции

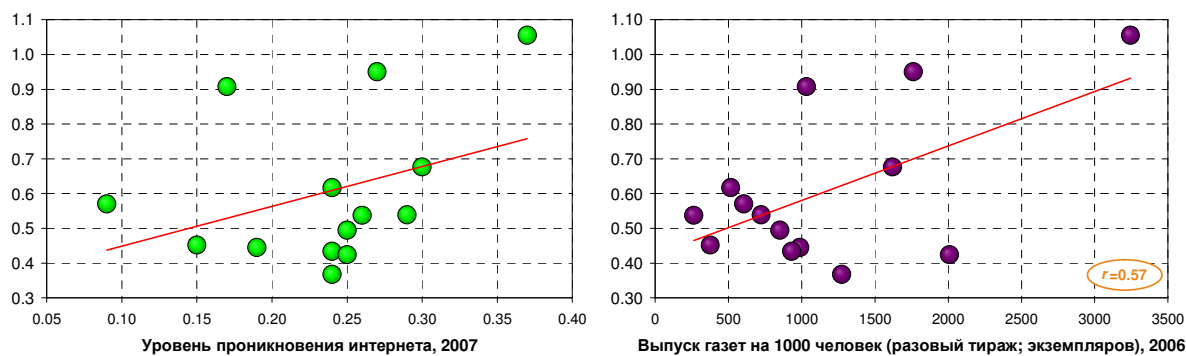


Рис. 3.7. Зависимость сводного индекса оптимизма от развития медиасреды

Таблица 3.1. Зависимость сводного индекса оптимизма от объективных характеристик регионов

	Санкт-Петербург	Архангельская область	Чувашия	Самарская область	Костромская область	Волгоградская область	Ярославская область	Красноярский край	Ростовская область	Воронежская область	Татарстан	Саратовская область	Нижегородская область	Челябинская область
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ														
Индекс качества жизни, 2005	0.82	0.71	0.68	0.75	0.67	0.72	0.72	0.69	0.70	0.69	0.76	0.68	0.70	0.73
ВРП на душу населения, тысяч рублей, 2006	177	161	71	154	75	95	118	202	78	71	161	77	112	126
Среднемесячный доход на душу населения, тысяч рублей, 2006	14.1	9.5	5.4	11.5	6.2	7.9	8.2	9.2	7.5	7.0	9.4	6.1	8.0	8.6
Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек, штук, 2006	242	135	100	205	149	158	140	171	177	186	150	159	152	171
ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ ТРАДИЦИЯ														
Индекс лояльности федеральной власти, 2007-2008	6.07	6.01	6.82	5.78	6.10	6.05	5.97	6.12	7.17	6.53	8.24	6.95	6.18	6.57
РАЗВИТИЕ МЕДИАСРЕДЫ														
Уровень проникновения интернета, доля, 2007	0.37	0.27	0.17	0.30	0.24	0.09	0.29	0.26	0.25	0.15	0.19	0.24	0.25	0.24
Выпуск газет на 1000 человек населения (разовый тираж; тысяч экземпляров), 2006	3.25	1.76	1.03	1.62	0.52	0.61	0.72	0.26	0.85	0.38	0.99	0.93	2.01	1.27
ЗАВИСИМЫЙ ПРИЗНАК														
Сводный индекс оптимизма	1.06	0.95	0.91	0.68	0.62	0.57	0.54	0.54	0.49	0.45	0.44	0.43	0.42	0.37

ПРИМЕЧАНИЕ. Данные на диаграмме упорядочены по мере убывания признака «Сводный индекс оптимизма» (от Санкт-Петербурга к Челябинской области). Рамками выделены максимальные значения по каждому из остальных признаков (построчно).

Принципы построения диаграмм, приведенных на рис. 3.5-3.7, аналогичны описанным на С. 15 (для признака «Кризис повлиял негативно»). На вертикальной оси каждой из диаграмм располагается признак «Сводный индекс оптимизма». На горизонтальных осях расположены статистические и электоральные показатели, характеризующие регионы исследования. Каждая точка данных соответствует региону исследования, расположенному в двумерном признаковом пространстве. Красной линией на каждой диаграмме обозначен линейный тренд.

Основной вывод, который можно сделать на основании приведенных на диаграммах данных, формулируется следующим образом: чем выше экономическое развитие региона, чем ниже лояльность действующей власти, чем интенсивнее развита медиасреда, – тем более высокий оптимизм в отношении собственного материального благополучия и ситуации в стране демонстрируют его жители.

В качестве дополнительного подтверждения выявленной закономерности можно рассматривать данные диаграммы на рис. 3.8. Как можно видеть, чем выше имущественный статус респондента, тем, как правило, выше уровень демонстрируемого им оптимизма.

Еще один фактор, закономерно влияющий на уровень оптимизма, – принадлежность к возрастной когорте. Оптимизм выше у более молодых респондентов.



ПРИМЕЧАНИЕ. На диаграмме приведены десять верхних и десять нижних позиций упорядоченного по убыванию списка категорий.

Рис. 3.8. Индекс индивидуального оптимизма в различных группах населения

Подводя итог анализу оптимизма населения, можно отметить, что, к сожалению, ни в одной социально-демографической категории значение сводного индекса не превышает единицы. Это означает, что даже в благополучных категориях, среди молодых и обеспеченных, число пессимистов превышает число оптимистов.

4. Заработная плата и занятость

Поскольку естественным макроэкономическим следствием кризиса является спад производства, которому всегда сопутствует снижение затрат на оплату труда (интенсивное – путем снижения выплат на одного работающего или экстенсивное – путем сокращения рабочих мест), наиболее полное представление о масштабах кризисных явлений позволяют получить ответы респондентов на блок вопросов, посвященных ситуации на рабочих местах.

В каждом пятом случае уже произошли задержки выплат заработной платы (рис. 4.1), почти 30% респондентов ожидают этого события в течение ближайших недель или месяцев. При этом относительное большинство опрошенных (35%) склонны полагать, что в обозримом будущем задержек выплат заработной платы не будет.

Больше всего пострадали от задержек зарплаты жители приволжских городов – Нижнего Новгорода, Казани, Самары, Чебоксар.

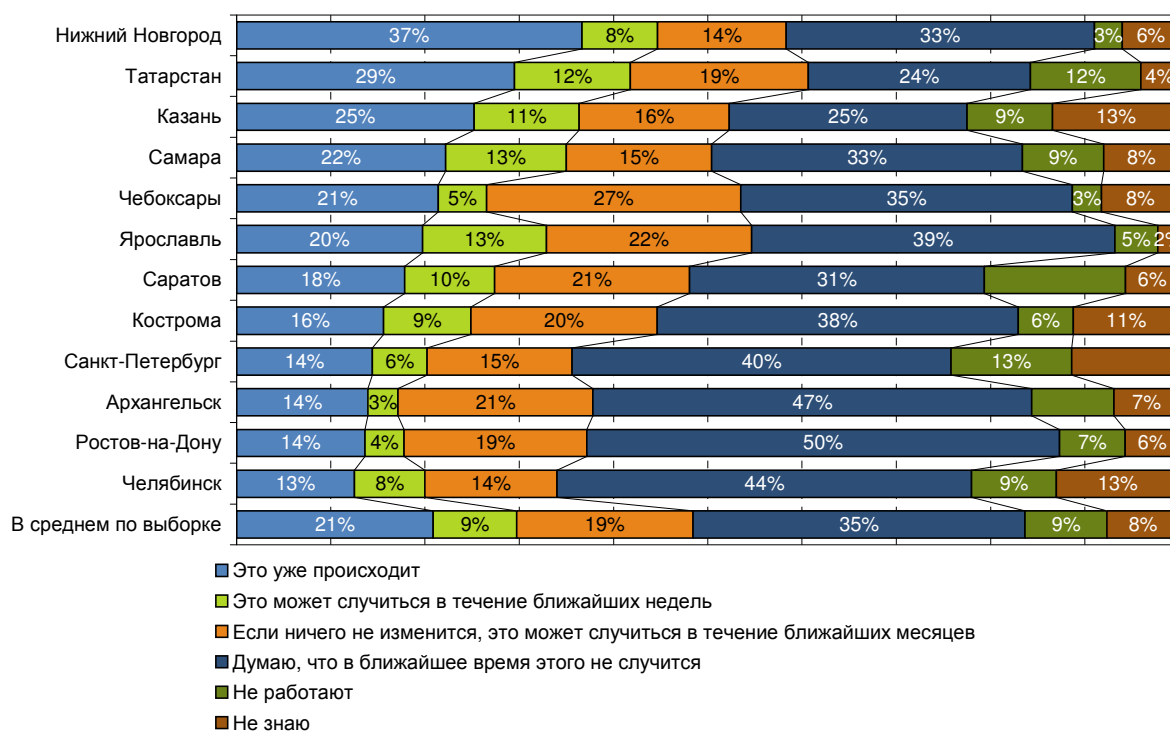


Рис. 4.1. «Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом задержек заработной платы?»

Наличие задержек по заработной плате подтверждается данными статистики (рис. 4.2, источник данных – [8], Приложение 3, С. 42). За два месяца, октябрь и ноябрь, численность работников, перед которыми имеется просроченная задолженность, выросла почти втрое – с 206 до 567 тысяч.

Если сравнивать результаты проведенного исследования и данные официальной статистики в разрезе отраслей экономики (рис. 4.3–4.4), можно увидеть почти буквальное совпадение списка отраслей, в наибольшей степени пораженных недугом задержек

выплат. Можно считать, что эти данные дополняют и верифицируют друг друга, и следовательно, есть все основания с уверенностью констатировать, что к отраслям, в которых материальное положение персонала пострадало больше всего, относятся строительство, транспорт, промышленность и коммунальное хозяйство.

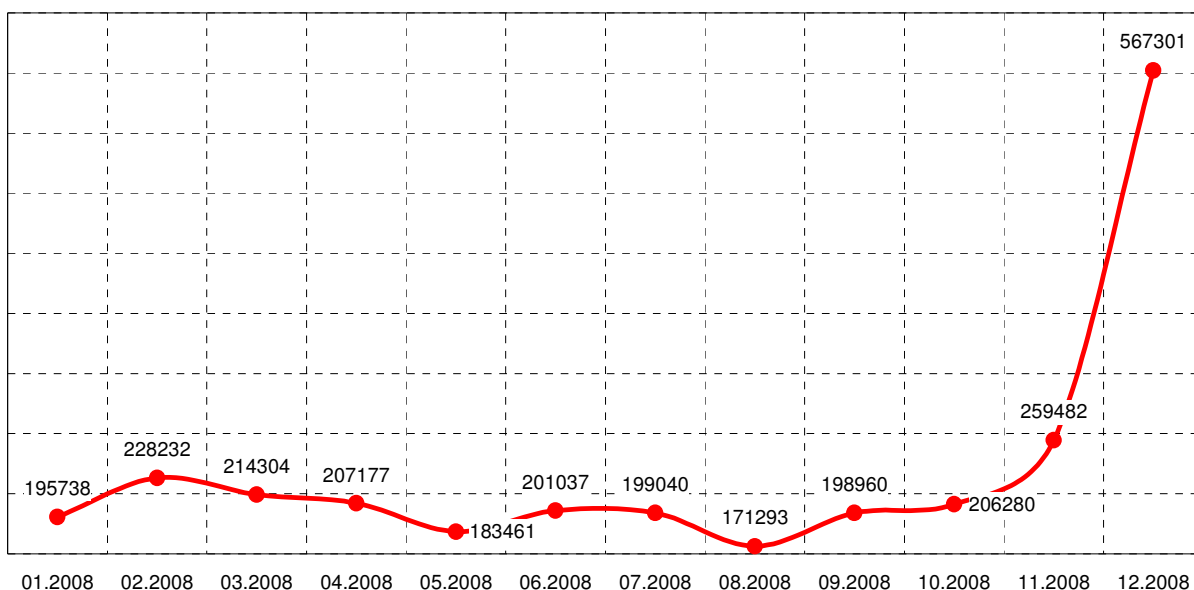


Рис. 4.2. Численность работников, перед которыми организация имеет просроченную задолженность по заработной плате работников в Российской Федерации в 2008 году (на 1 число каждого месяца)



Рис. 4.3. Отрасли экономики и категории занятых, в наибольшей степени затронутые задержками заработной платы (доли ответов «Задержки уже происходят» в группах респондентов)

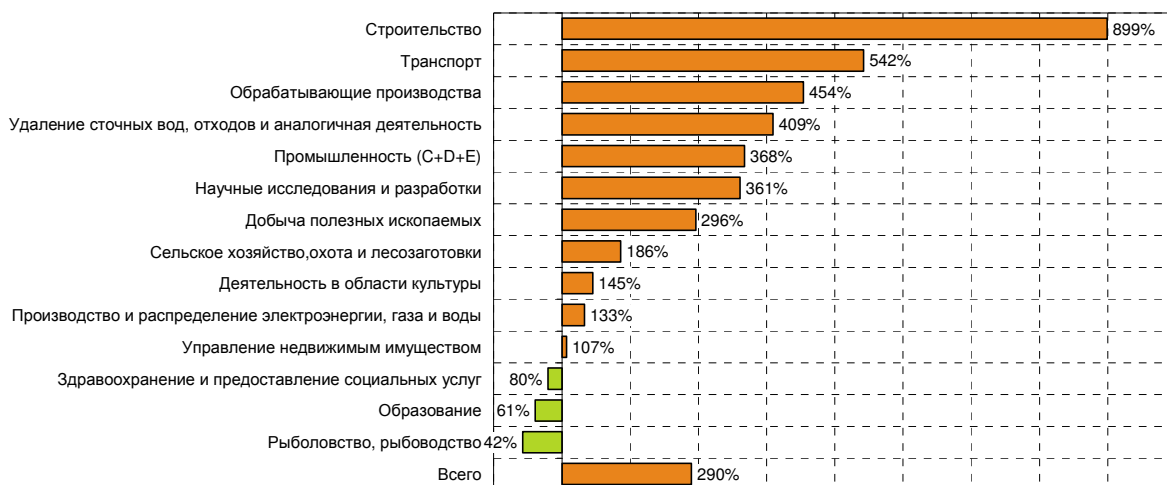


Рис. 4.4. Численность работников, перед которыми организация имеет просроченную задолженность по заработной плате работников в Российской Федерации в 2008 году, в процентах к началу года

На рис. 4.5 приведены диаграммы, иллюстрирующие ожидания других проявлений кризиса, кроме задержек заработной платы. Большинство ответов (в трех случаях относительное, в случае с позицией «Закрытие предприятия» – абсолютное) приходится на формулировку «Думаю, что в ближайшее время этого не случится». Тем не менее, ситуация весьма далека от благополучной. Урезания зарплат и бонусов, сокращения штатов, переход к неполной занятости уже охватили весьма заметную часть работающих, и вероятнее всего, этот охват продолжит расти в самом близком будущем.

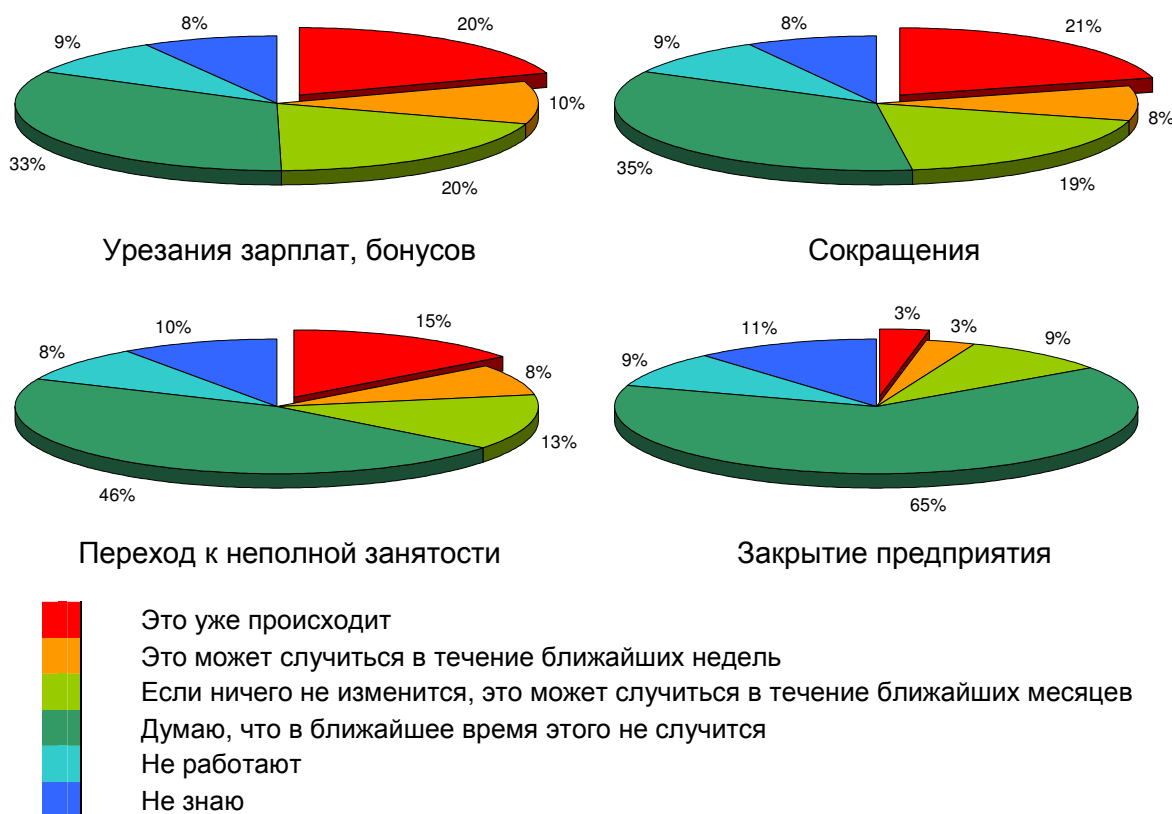


Рис. 4.5. Ожидания изменений на работе в связи с кризисом

Следующая диаграмма (рис. 4.6) построена с использованием комбинации признаков. На диаграмму вынесены сведения об относительной численности респондентов в каждой социально-демографической категории, столкнувшихся хотя бы с одним из пяти кризисных явлений – задержка зарплаты; урезания зарплат, бонусов; сокращения; переход к неполной занятости; закрытие предприятия.

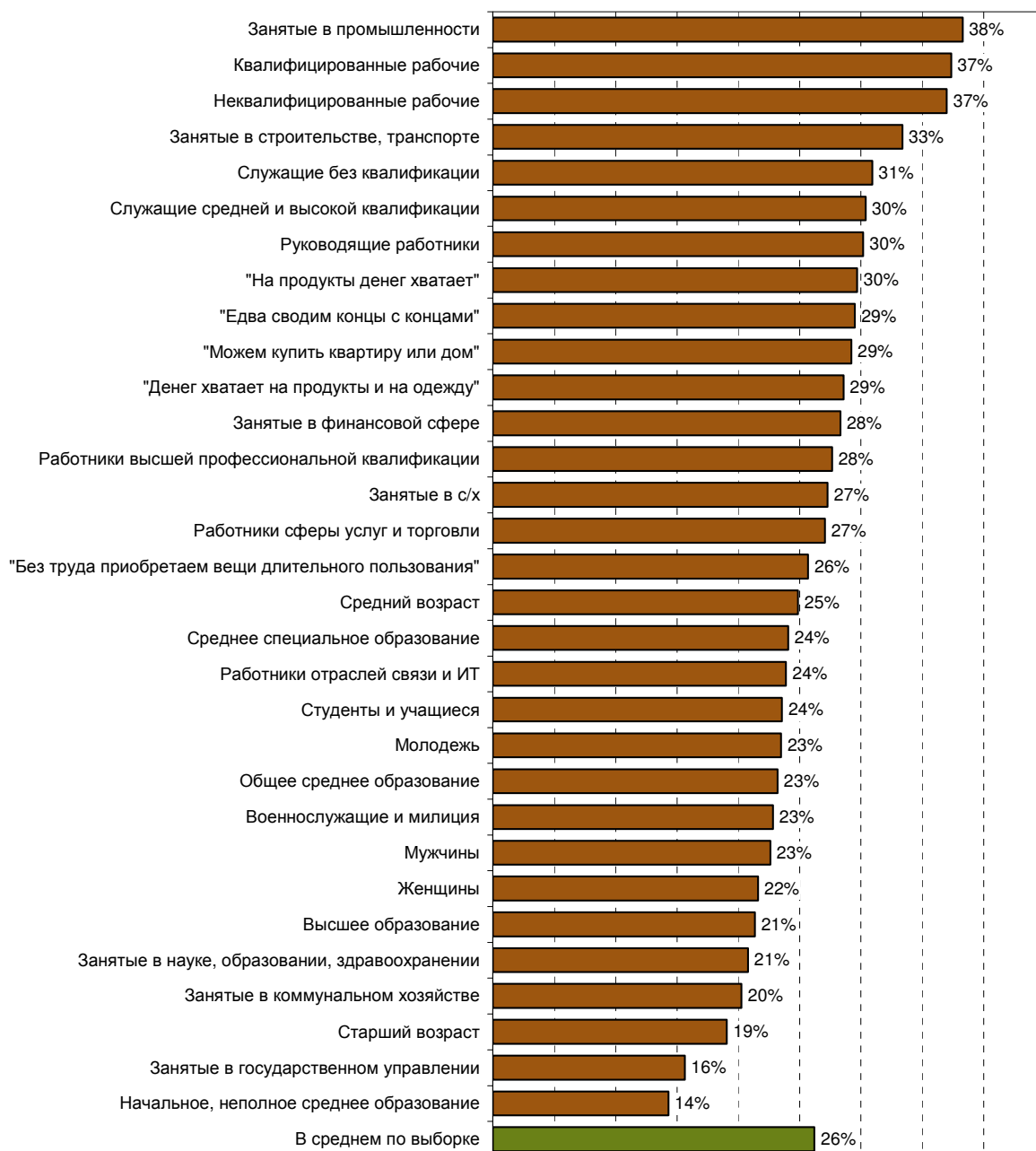


Рис. 4.6. Опыт столкновения с кризисными явлениями на работе в различных группах населения

Вероятность столкновения с каким-либо из кризисных явлений на рабочем месте выше всего среди работников промышленности, строительства и транспорта, рабочих и служащих – как квалифицированных, так и нет. В масштабах же всего работающего населения территорий исследования с каким-либо из кризисных явлений рискует столкнуться каждый четвертый человек.

5. Индекс кризисных ожиданий

Для проведения межрегиональных сравнений, а также анализа в разрезе социально-демографических категорий при обработке был использован синтетический показатель «Индекс кризисных ожиданий». Исходными данными для построения индекса послужили ответы респондентов на следующие вопросы анкеты:

Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом...

- задержек заработной платы?
- уменьшения (урезания) заработной платы, премий, бонусов или отмены объявленного ранее ее повышения?
- сокращения кадров, увольнений с предприятия, на котором вы работаете?
- перевода работников предприятия, на котором вы работаете, на неполный рабочий день, неполную рабочую неделю, отправку работников в вынужденный отпуск?
- закрытия предприятия, на котором вы работаете?

Индекс исчислялся как среднее арифметическое от пяти частных индексов, каждый из которых рассчитывается по формуле:

$$I = \frac{A + B + C}{D},$$

где

A – доля ответов «Это уже происходит»;

B – доля ответов «Это может случиться в течение ближайших недель»;

C – доля ответов «Если ничего не изменится, это может случиться в течение ближайших месяцев»;

D – доля ответов «Думаю, что в ближайшее время этого не случится».

Таким образом, более высокое значение кризиса соответствует более высокому уровню страхов населения перед последствиями кризиса. Общее распределение индекса кризисных ожиданий приведено на рис. 5.1.

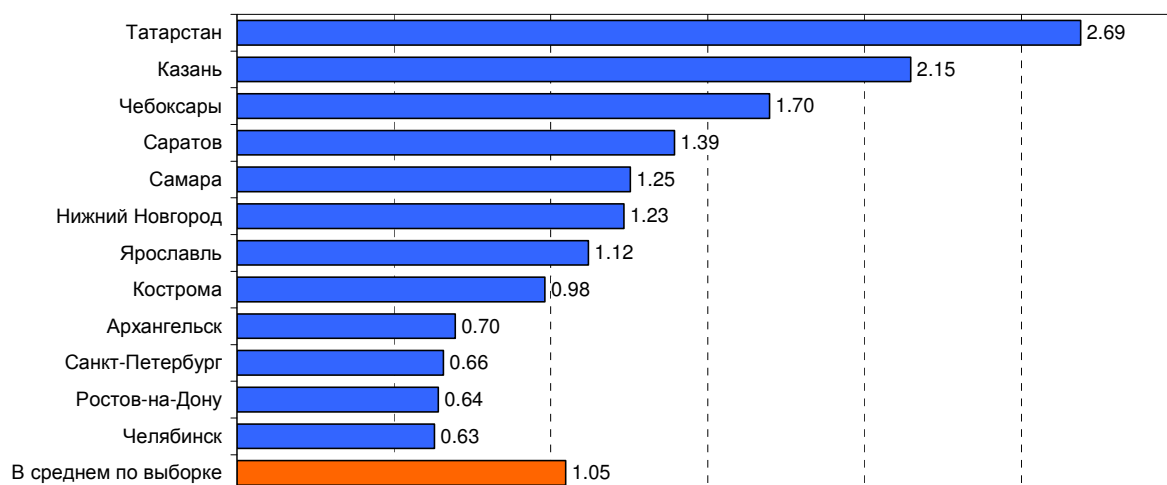


Рис. 5.1. Индекс кризисных ожиданий

Данные, позволяющие оценить характер взаимосвязи индекса кризисных ожиданий с объективными характеристиками регионов, иллюстрируются диаграммами на рис. 5.2-5.4 (С. 30). Исходные данные для построения диаграмм содержатся в таблице 5.1 (С. 31).

Принципы построения диаграмм, приведенных на рис. 5.2-5.4, аналогичны описанным на С. 15 (для признака «Кризис повлиял негативно»). На вертикальной оси каждой из диаграмм располагается признак «Индекс кризисных ожиданий». На горизонтальных осях расположены статистические и электоральные показатели, характеризующие регионы исследования. Каждая точка данных соответствует региону исследования, расположенному в двумерном признаковом пространстве. Красной линией на каждой диаграмме обозначен линейный тренд.

При анализе данных, представленных на диаграммах, выявляются следующие закономерности:

1. Зависимость уровня кризисных ожиданий от экономического развития региона практически отсутствует. Можно отметить наличие незначительной обратной зависимости от признаков «Среднемесячный доход на душу населения» и «Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек» – то есть, чем выше доход и средняя обеспеченность автомобилями, тем ниже индекс кризисных ожиданий. Но статистическая значимость этой зависимости такова, что не позволяет воспользоваться данным тезисом даже в качестве гипотезы.
2. Чем ниже фиксируемая с помощью электоральной статистики лояльность федеральной власти, тем ниже уровень кризисных ожиданий в регионе.
3. Кризисные ожидания имеют обратную зависимость от развития медиасреды – чем больше уровень интернетизации региона, чем выше обеспеченность печатными СМИ, тем ниже уровень опасений в отношении последствий кризиса.

При интерпретации данной закономерности необходимо иметь в виду, что речь идет о статистической взаимосвязи, а не о причинно-следственной. Для того, чтобы определить результат воздействия на общественное мнение со стороны именно СМИ, нужен проведение более масштабного анализа (например, исследования межрегиональных различий контента СМИ и его преобладающей модальности в отношении кризиса).

Данные, позволяющие проанализировать различия уровня кризисных ожиданий в зависимости от принадлежности к социально-демографической категории, представлены диаграммой на рис. 5.5 (С. 32).

В верхней части списка (высокий уровень кризисных ожиданий) оказались преимущественно категории с низким материальным, образовательным, профессиональным статусом – «Едва сводим концы с концами», «Начальное, неполное среднее образование», «На продукты денег хватает», «Занятые в промышленности», «Неквалифицированные рабочие», «Общее среднее образование».

На противоположном полюсе кризисных ожиданий (низкие значения индекса) находятся категории, выглядящие в наибольшей степени застрахованными от последствий кризиса, – «Руководящие работники», «Без труда приобретаем вещи длительного пользования», «Можем купить квартиру или дом», «Занятые в государственном управлении», «Военнослужащие и милиция».

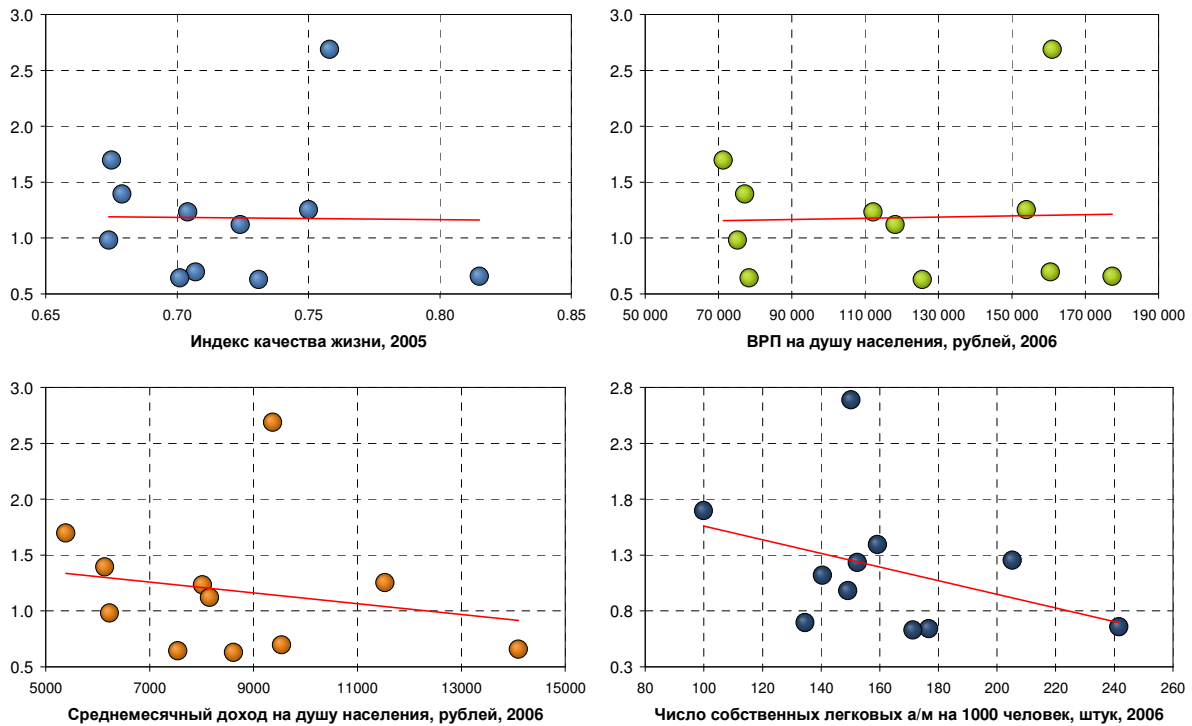


Рис. 5.2. Зависимость индекса кризисных ожиданий от экономического развития региона

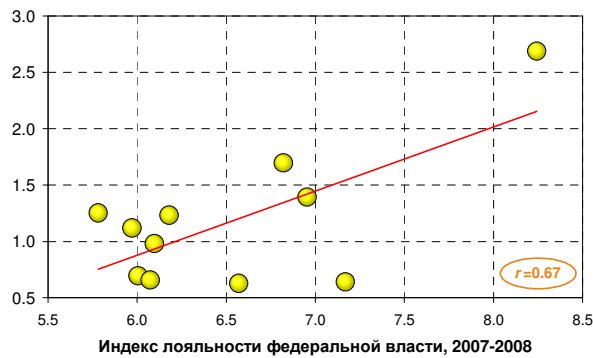


Рис. 5.3. Зависимость индекса кризисных ожиданий от электоральной традиции

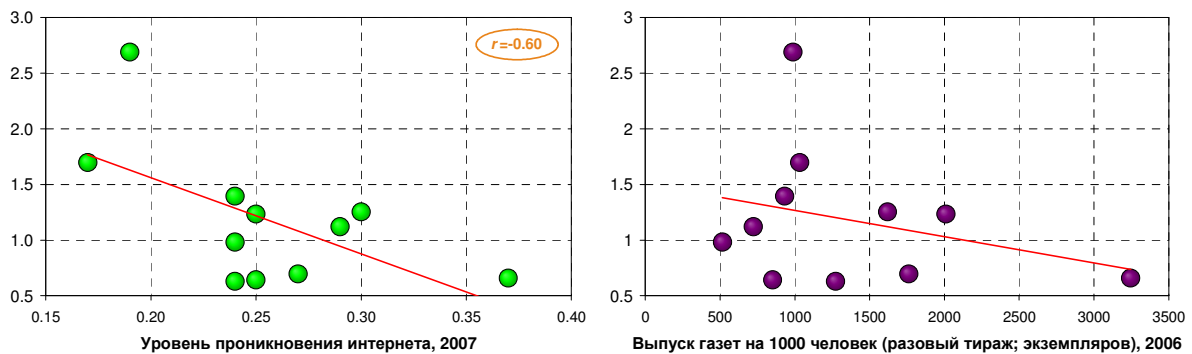


Рис. 5.4. Зависимость индекса кризисных ожиданий от развития медиасреды

Таблица 5.1. Зависимость индекса кризисных ожиданий от объективных характеристик регионов

	Татарстан	Чувашия	Саратовская область	Самарская область	Нижегородская область	Ярославская область	Костромская область	Архангельская область	Санкт-Петербург	Ростовская область	Челябинская область
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ											
Индекс качества жизни, 2005	0.76	0.68	0.68	0.75	0.70	0.72	0.67	0.71	0.82	0.70	0.73
ВРП на душу населения, тысяч рублей, 2006	161	71	77	154	112	118	75	161	177	78	126
Среднемесячный доход на душу населения, тысяч рублей, 2006	9.4	5.4	6.1	11.5	8.0	8.2	6.2	9.5	14.1	7.5	8.6
Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек, штук, 2006	150	100	159	205	152	140	149	135	242	177	171
ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ ТРАДИЦИЯ											
Индекс лояльности федеральной власти, 2007-2008	8.24	6.82	6.95	5.78	6.18	5.97	6.10	6.01	6.07	7.17	6.57
РАЗВИТИЕ МЕДИАСРЕДЫ											
Уровень проникновения интернета, 2007	0.19	0.17	0.24	0.30	0.25	0.29	0.24	0.27	0.37	0.25	0.24
Выпуск газет на 1000 человек населения (разовый тираж; тысяч экземпляров), 2006	0.99	1.03	0.93	1.62	2.01	0.72	0.52	1.76	3.25	0.85	1.27
ЗАВИСИМЫЙ ПРИЗНАК											
Индекс кризисных ожиданий	2.69	1.70	1.39	1.25	1.23	1.12	0.98	0.70	0.66	0.64	0.63

ПРИМЕЧАНИЕ. Данные на диаграмме упорядочены по мере убывания признака «Индекс кризисных ожиданий» (от Татарстана к Челябинской области). Рамками выделены максимальные значения по каждому из остальных признаков (построчно).

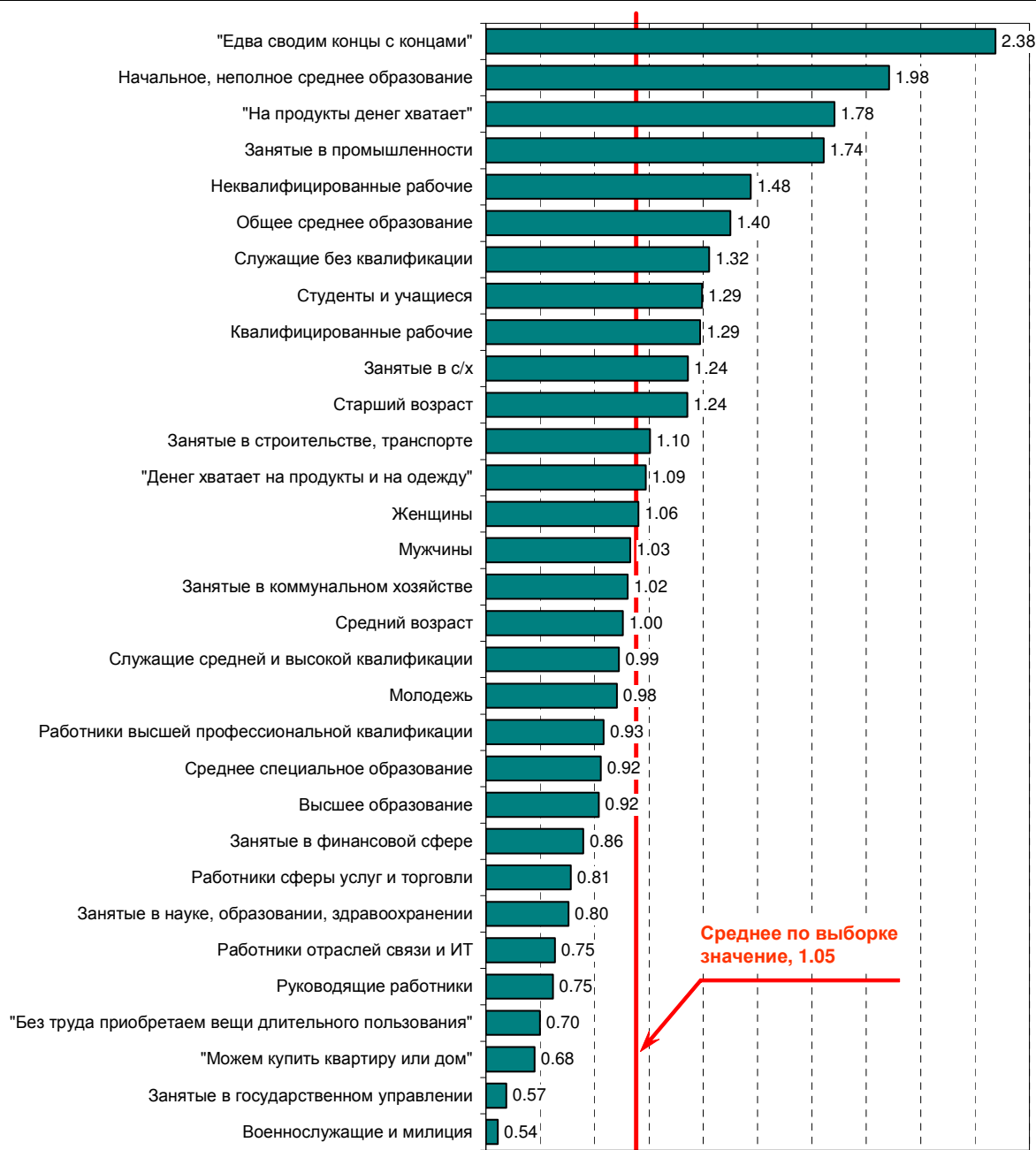


Рис. 5.5. Индекс кризисных ожиданий в различных группах населения

По итогам анализа данных об уровне кризисных ожиданий, оценке влияния кризиса, ожиданий в отношении развития кризиса, уровне оптимизма можно выделить две преобладающие модели восприятия существующей ситуации:

1. «Обеспеченные и высокостатусные»:

«Кризис не затронул и не затронет, но будет усугубляться, хотя лично у меня все будет хорошо».

2. «Малообеспеченные и низкостатусные»:

«Кризис затронул, и есть опасения, что затронет еще больше, но в целом долго продолжаться не будет. Впрочем, лично у меня перспективы не слишком радужные».

6. Стратегии антикризисного поведения

Данные, представленные в этом разделе, позволяют увидеть, планируют ли жители российских регионов свои действия по преодолению кризиса, и в чем именно заключаются существующие планы.

На рис. 6.1 приведены данные, позволяющие увидеть, как жители российских регионов склонны атрибутировать ответственность за улучшение личного материального положения. Лишь каждый четвертый полагается на себя самого; внешняя же атрибуция ответственности характерна почти для каждого второго респондента.

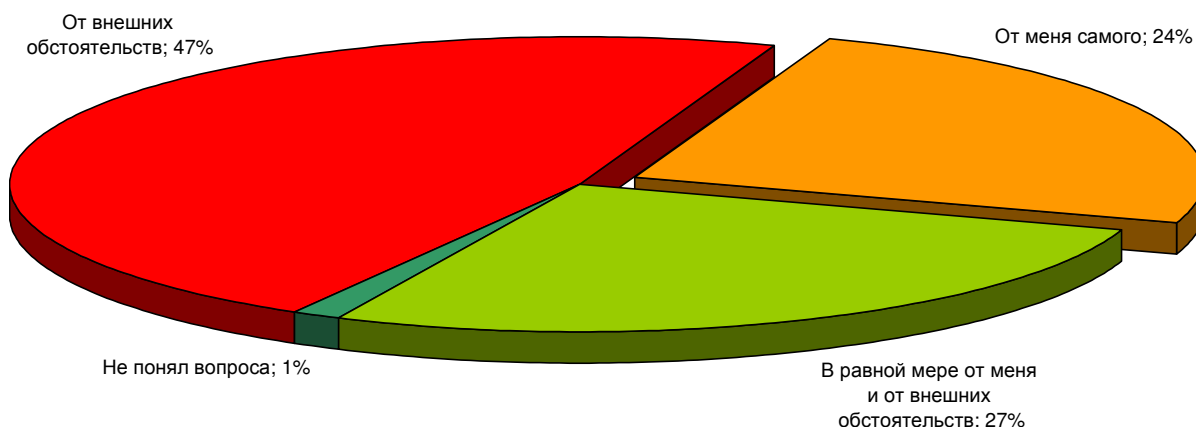


Рис. 6.1. «Как Вы полагаете, в настоящее время от чего в большей мере зависит Ваше материальное положение: от Вас самих – ваших собственных усилий, квалификации, трудолюбия – или не зависящих от Вас причин (общей ситуации в стране, мире, случайного стечения обстоятельств, удачи, начальства, чиновников и пр.?)»

Необходимо отметить, что формулировка «внешние обстоятельства» в ходе опроса никак не расшифровывалась, и поэтому у каждого респондента могло иметься собственное представление о ее содержании. Для уточнения характера атрибуции ответственности в инструментарий второй волны исследования включены уточняющие вопросы «Как Вы думаете, способствует ли деятельность руководства страны преодолению последствий кризиса в России?», «Способствует ли деятельность руководства нашего региона преодолению последствий кризиса в области (республике, крае)?» и «Как Вы считаете, в условиях экономического кризиса население должно полностью полагаться на действия президента и правительства или жителям страны надо самим влиять на принимаемые руководством решения?».

Анализ межгрупповых различий по атрибуции ответственности удобнее проводить с использованием индекса интернальности, представляющего собой отношение численности принимающих ответственность за свое материальное положение на себя (интерналов) к количеству тех, кто возлагает ответственность на внешние обстоятельства (экстерналов). Чем выше значение индекса, тем больше в соответствующей категории населения доля интерналов. Распределение индекса интернальности по различным социально-демографическим категориям приведено на рис. 6.2.

Как можно видеть, главными признаками, определяющими уровень интернальности, являются возраст, уровень дохода и профессиональный статус. Впрочем, в двух последних случаях более уместно говорить об обратном направлении зависимости, поскольку скорее именно высокая интернальность определяет *modus operandi* индивида и, в конечном счете, его попадание в высокодоходные и высокостатусные группы.

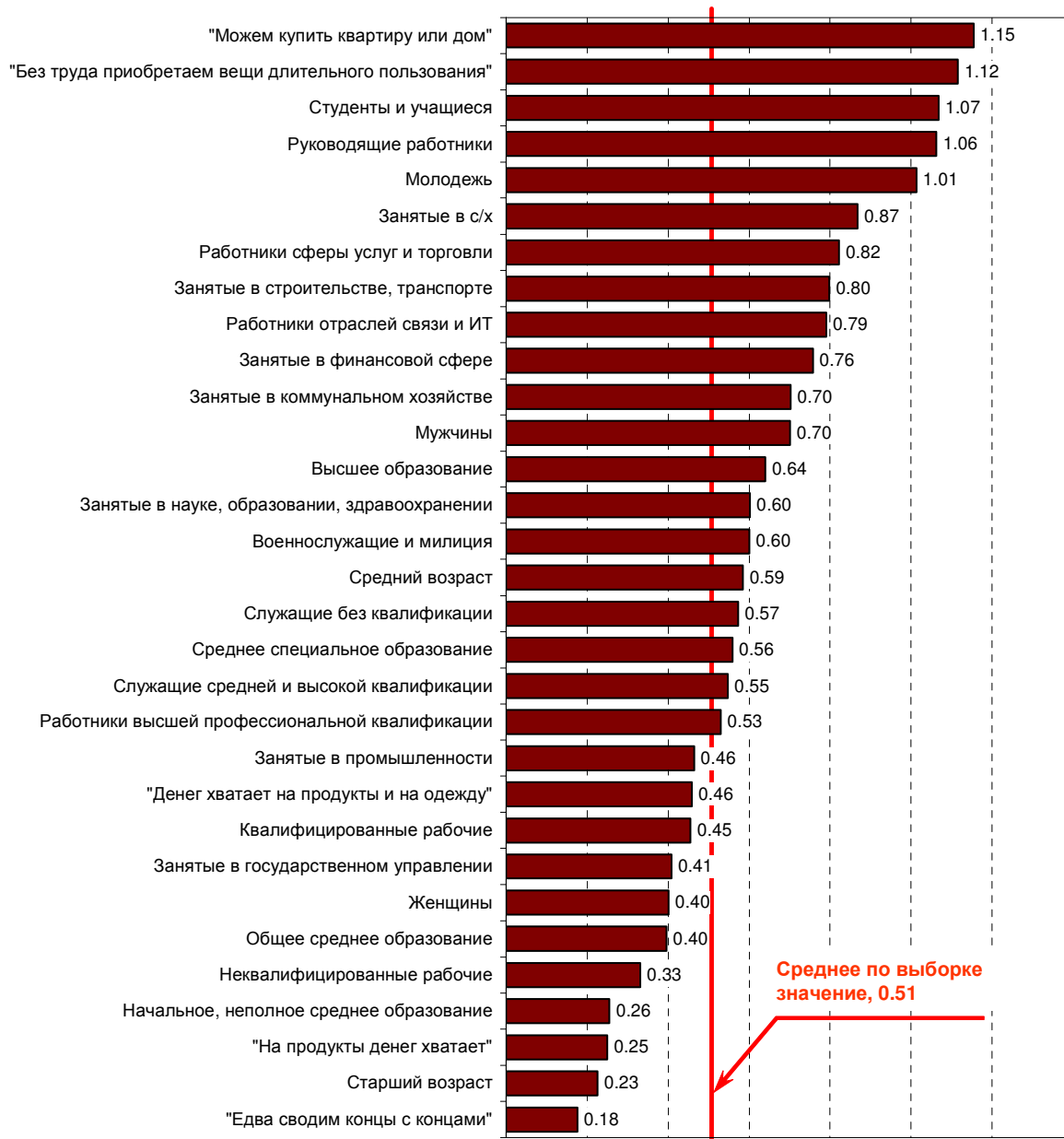
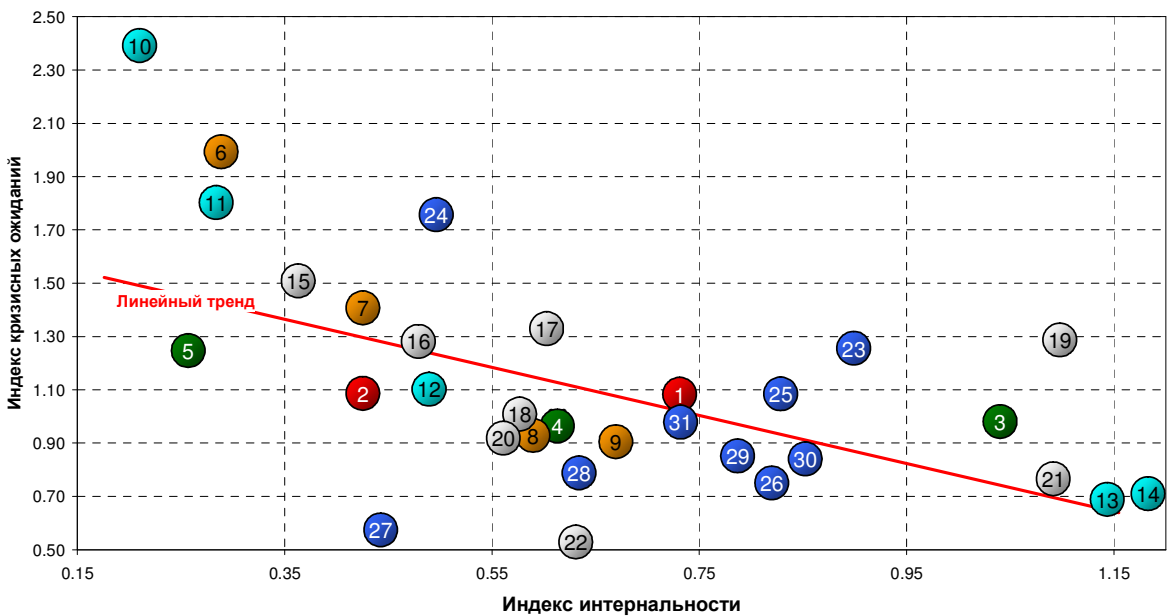
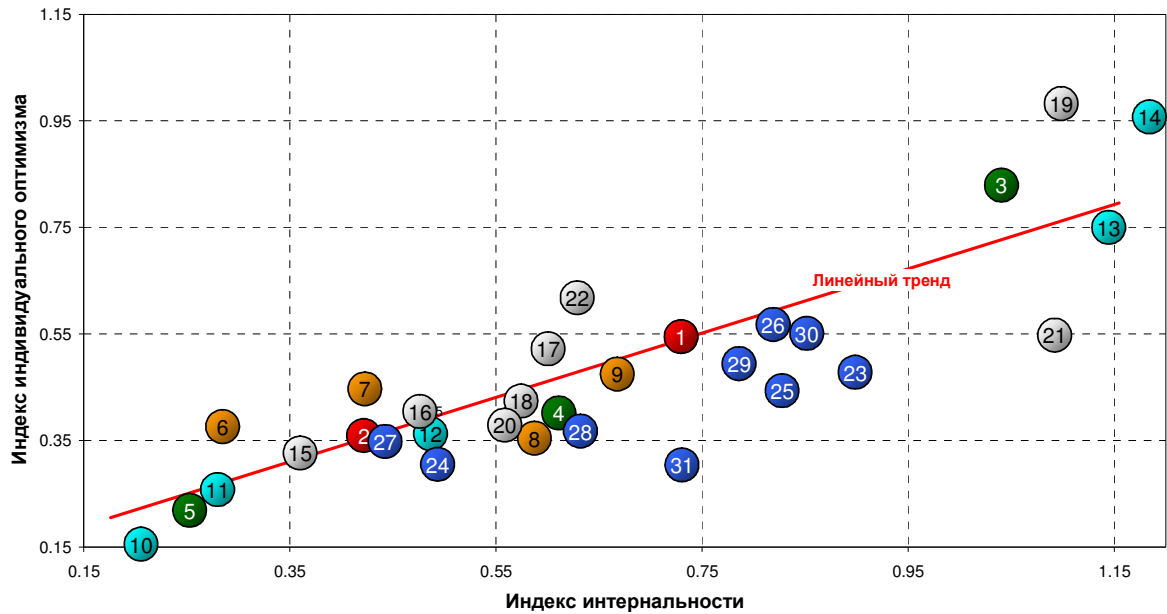


Рис. 6.2. Индекс интернальности в различных группах населения

Наглядные результаты дает сопоставление индекса интернальности с другими индексами, рассчитанными по данным исследования (рис. 6.3), – оптимизма и кризисных ожиданий. В обоих случаях очевидна достаточно тесная взаимосвязь признаков. Присущий индивиду локус ответственности в значительной степени определяет уровень оптимизма или пессимизма – рассчитывающие прежде всего на себя демонстрируют заметно более высокий уровень оптимизма и меньший уровень опасений в отношении последствий кризиса по сравнению с теми, кто склонен полагаться на внешние обстоятельства.



- | | | |
|---|---|--|
| 1 Мужчины | 12 "Денег хватает на продукты и на одежду" | 22 Военнослужащие и милиция |
| 2 Женщины | 13 "Без труда приобретаем вещи длительного пользования" | 23 Сельское хозяйство |
| 3 Молодежь | 14 "Можем купить квартиру или дом" | 24 Промышленность |
| 4 Средний возраст | 15 Неквалифицированные рабочие | 25 Строительство, транспорте |
| 5 Старший возраст | 16 Квалифицированные рабочие | 26 Связь и ИТ |
| 6 Начальное, неполное среднее образование | 17 Служащие без квалификации | 27 Государственное управление |
| 7 Общее среднее образование | 18 Служащие средней и высокой квалификации | 28 Наука, образование, здравоохранение |
| 8 Среднее спец. образование | 19 Студенты и учащиеся | 29 Финансовая сфера |
| 9 Высшее образование | 20 Работники высшей профессиональной квалификации | 30 Сфера услуг и торговли |
| 10 "Едва сводим концы с концами" | 21 Руководящие работники | 31 Коммунальное хозяйство |
| 11 "На продукты денег хватает" | | |

Рис. 6.3. Взаимосвязь индексов

В предполагаемом антикризисном поведении населения преобладают две стратегии – пассивная («резко сокращу расходы, буду экономить на всем») и активная («постараюсь найти дополнительные источники дохода»). Соответствующие данные приведены на рис. 6.4. Очевидно, что стратегии поведения в условиях кризиса должны быть взаимосвязаны с описанным выше уровнем интернальности. Данные, подтверждающие этот тезис, приведены на рис. 6.5 – у сторонников активной стратегии антикризисного поведения интернальность заметно выше.



ПРИМЕЧАНИЕ. Сумма процентных показателей на диаграмме превышает 100%, поскольку формулировка вопроса допускала более одного варианта ответа.

Рис. 6.4. Если Ваше (Вашей семьи) финансовое положение вследствие каких-либо причин неожиданно ухудшится, то что Вы прежде всего предпримете?

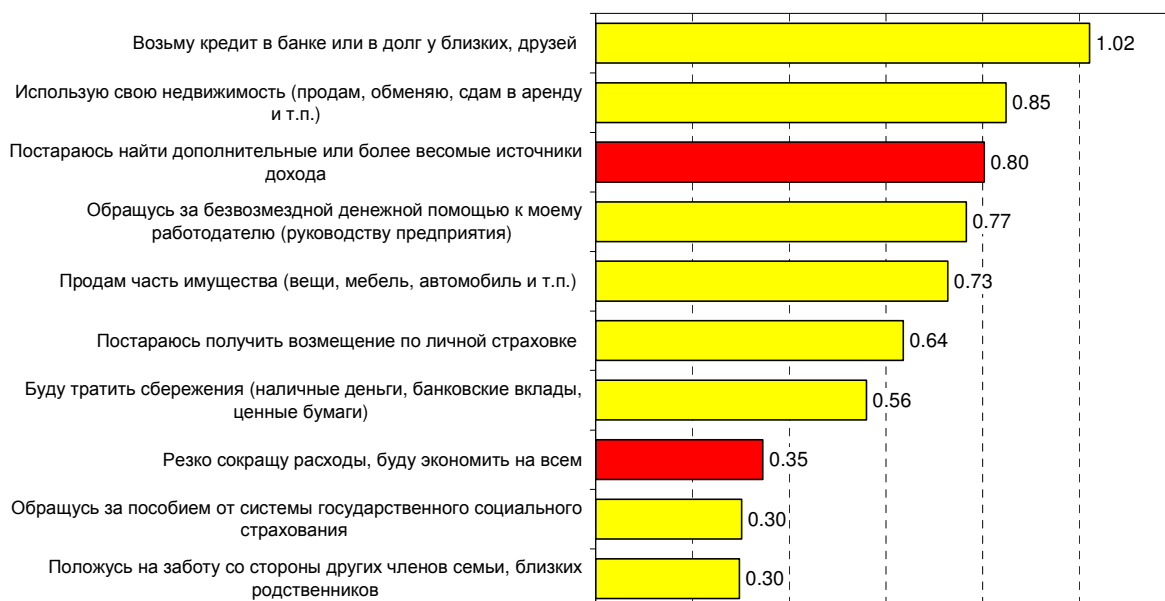


Рис. 6.5. Индекс интернальности при активной и пассивной антикризисной стратегиях

Соотношение сторонников активной и пассивной антикризисных моделей поведения в различных группах населения иллюстрируется диаграммой на рис. 6.6.

Тот факт, что в верхней части диаграммы сконцентрировались представители практически всех отраслей экономики (кроме государственного управления, сельского и коммунального хозяйства), означает, что определяющим признаком здесь служит само по себе наличие работы. Данные, подтверждающие этот тезис, приведены на рис. 6.7. Наиболее высока доля приверженцев пассивной антикризисной стратегии среди домохозяйек и неработающих пенсионеров. Приверженность активной стратегии больше всего распространена среди наемных работников частных предприятий.

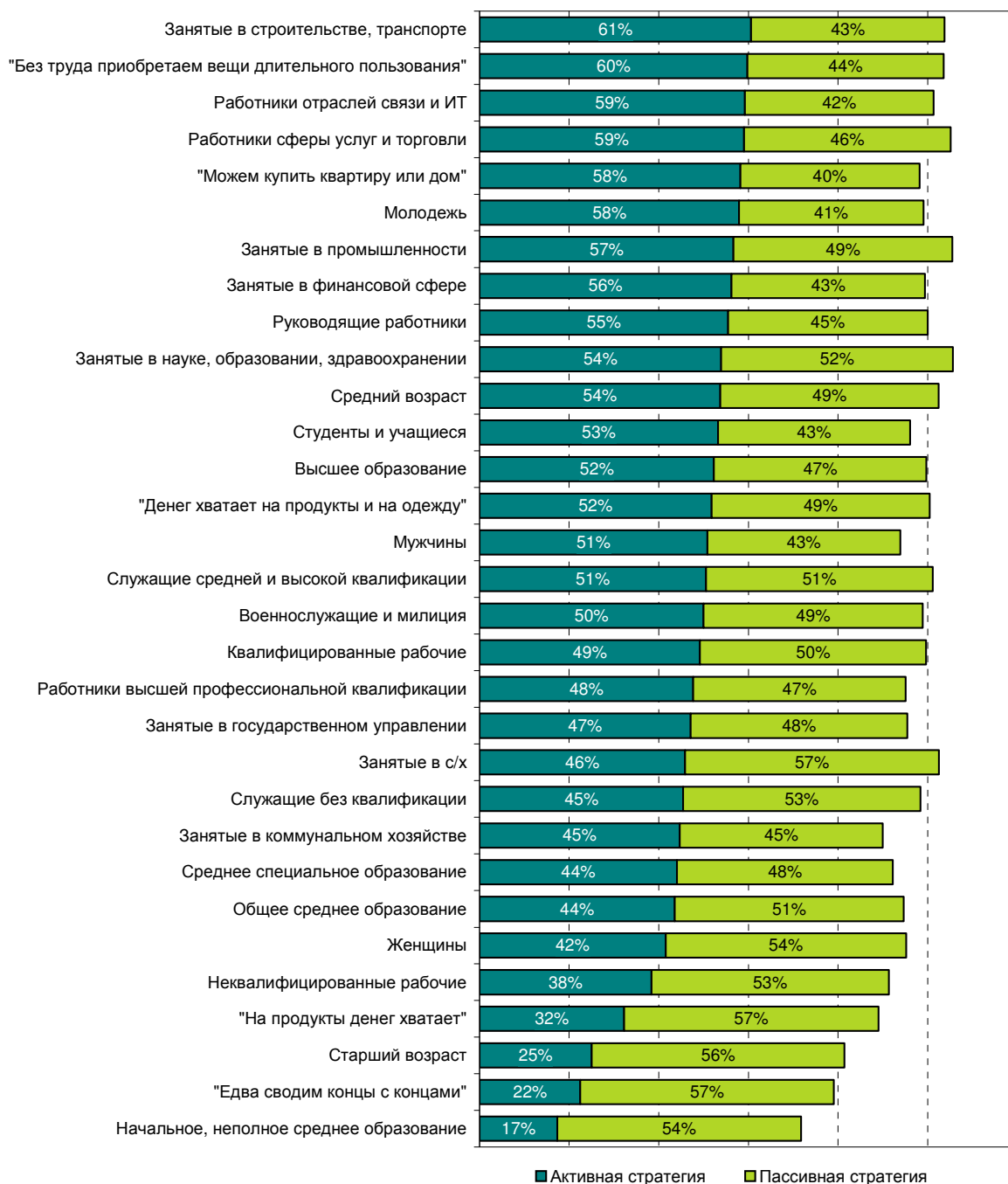


Рис. 6.6. Соотношение сторонников активной и пассивной антикризисных моделей поведения в различных группах населения



Рис. 6.7. Соотношение сторонников активной и пассивной антикризисных моделей поведения в различных группах населения по признаку «Занятость»

В случае нарушения трудовых прав со стороны работодателя бороться за них предполагают до трети работающих (рис. 6.8). Соотношение позиций в данном случае далеко не в пользу активной группы трудящихся – варианты «Буду терпеть и ждать улучшения ситуации» и «Буду искать другое место работы» в сумме составляют около половины всех ответов.

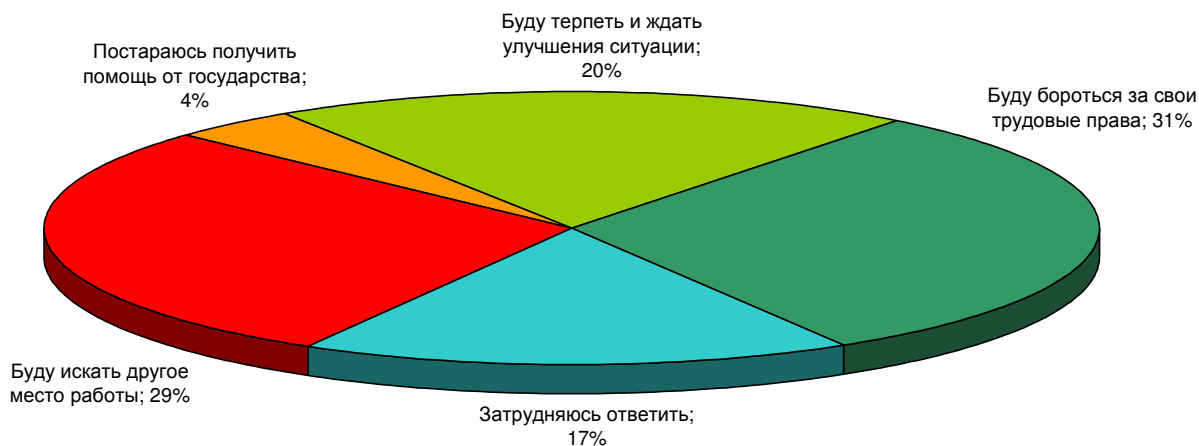


Рис. 6.8. Предполагаемые действия в случае нарушения трудовых прав

Массовые выступления против роста цен и падения уровня жизни полагает возможными примерно каждый третий опрошенный (рис. 6.9). Этот показатель примерно соответствует данным опросов, проводившихся Фондом «Общественное мнение» в период реформы социальных льгот⁷ («монетизации», весна 2005 года). Доля же людей, допускавших вероятность акций протеста во время кризиса 1998 года, была существенно выше и составляла 58%⁸.

⁷ Источник: http://bd.fom.ru/report/cat/business/ec_ref/mon_bi/dd051622#d051610.

⁸ Источник: http://bd.fom.ru/report/map/projects/finfo/1999/552_11271/of19992802.

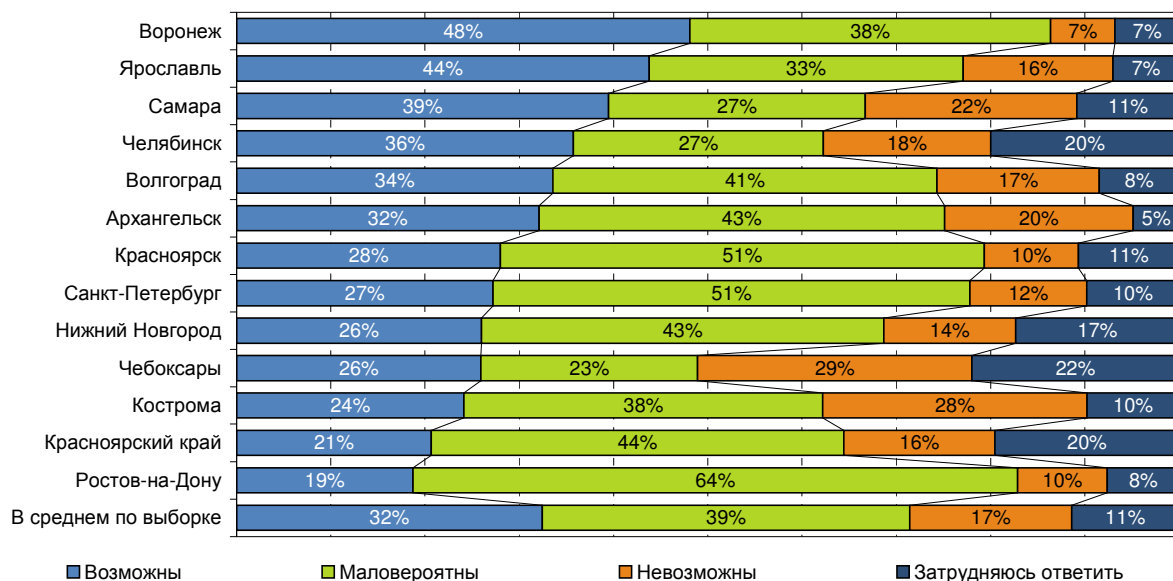


Рис. 6.9. Как Вы думаете, насколько возможны (вероятны) сейчас в нашем городе массовые выступления населения против роста цен, падения уровня жизни?

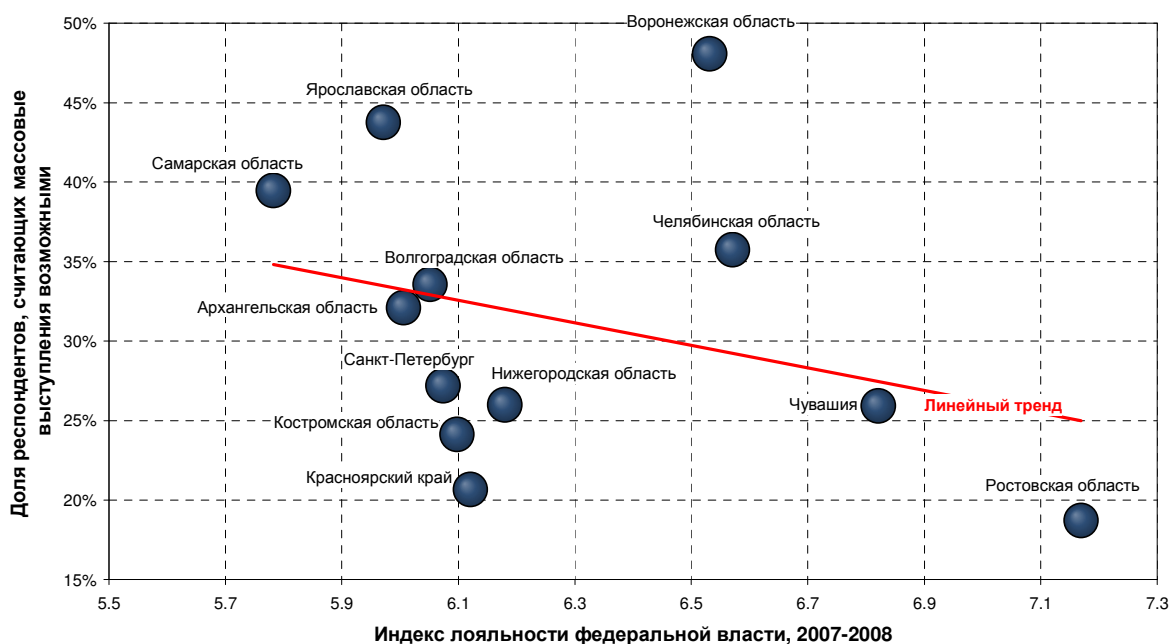


Рис. 6.10. Вероятность массовых выступлений и индекс лояльности федеральной власти

Существует некоторая взаимосвязь ожиданий протестных выступлений с уровнем лояльности федеральной власти – чем лояльнее регион, тем ниже уровень ожиданий (рис. 6.10). Впрочем, общий невысокий уровень протестных настроений позволяет предположить, что вероятность стихийного возникновения массовых протестных явлений в любом из регионов исследования стремится к нулю, и если в экономике не произойдет экстраординарных ухудшений, таких выступлений можно не ждать.

Приложение 1. Техническое описание исследования

Инициативный исследовательский проект «Межрегиональный индекс кризисного сознания» (МИКС) проведен независимыми социологическими компаниями, работающими в российских регионах и входящими в Ассоциацию региональных социологических центров «Группа 7/89».

Целью исследования явилось изучение восприятия различными социальными группами населения российских регионов последствий экономического кризиса.

Задачи исследования:

- Определение уровня и характера информационного воздействия кризисных процессов на общественное мнение.
- Характеристика восприятия последствий кризиса в повседневной деятельности жителей российских регионов.
- Выявление основных закономерностей в социальном самочувствии населения в условиях кризиса.
- Характеристика основных стратегий антикризисного поведения населения.

Технические параметры исследования:

- Генеральная совокупность (объект исследования) - население городов и регионов в возрасте старше 18 лет.
- Время проведения исследования: 15 ноября-15 декабря 2008 года. Выборка: квотируемая, репрезентирующая генеральную совокупность по полу, возрасту, районам проживания.
- Опросы прошли в 17 городах и ключевых регионах Российской Федерации во второй половине ноября. В каждом территориальном объекте опросы проходили по репрезентативным городским или региональным выборкам, позволяющим корректно сравнивать результаты. Общий объем информационного массива составил 9115 единиц (анкет).

Презентация результатов проекта в городах, в которых проходило исследование была проведена 15-16 декабря 2008 года. 18-19 декабря 2008 года состоялась презентация результатов проекта «Межрегиональный индекс кризисного сознания» в Москве – в Центре Карнеги и в Фонде РОПЦ.

Настоящий документ представляет собой расширенную версию аналитического отчета по проекту. При анализе данных были привлечены данные официальной статистики о социально-экономическом положении регионов, сведения об электоральной истории, результаты сторонних исследований. Ссылки на дополнительные источники информации приведены в тексте отчета и/или в Приложении 3 (С. 42). Список основных вопросов исследования приведен в Приложении 2 (С. 41).

Исследование «Межрегиональный индекс кризисного сознания» планируется проводить на регулярной периодической основе, что даст возможность отслеживания динамических показателей состояния общественного мнения.

Приложение 2. Формулировки вопросов, использованные в ходе проекта МИКС

ОБЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ

1. Как Вы полагаете, в ближайшие 12 месяцев Ваше материальное положение улучшится, ухудшится или останется примерно таким же, как сейчас?
2. А жизнь большинства россиян в эти 12 месяцев: улучшится, ухудшится или останется примерно такой же, как сейчас?
3. А как Вы думаете, в ближайшие 5 лет уровень жизни большинства россиян в целом улучшится, ухудшится или останется прежним?
4. Как Вы думаете, насколько возможны (вероятны) сейчас в Вашем городе или сельском районе массовые выступления населения против роста цен, падения уровня жизни?

КРИЗИС: ОЖИДАНИЯ И ВОЗМОЖНЫЕ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ

5. Знаете ли Вы о происходящем сейчас финансовом кризисе?
6. Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?
7. Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие и благополучие Вашей семьи?
8. А как кризис может повлиять на Ваше материальное благополучие в ближайшем будущем?
9. Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом задержек заработной платы?
10. Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом уменьшения (урезания) заработной платы, премий, бонусов или отмены объявленного ранее ее повышения?
11. Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом сокращения кадров, увольнений с предприятия, на котором вы работаете?
12. Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом перевода работников предприятия, на котором вы работаете, на неполный рабочий день, неполную рабочую неделю, отправку работников в вынужденный отпуск?
13. Если говорить о Вас и о членах Вашей семьи, проживающих вместе с Вами, ожидаете ли Вы в связи с нынешним кризисом закрытия предприятия, на котором вы работаете?
14. В последнее время некоторые предприятия, ссылаясь на кризис, сокращают зарплату своим сотрудникам, отправляют их в неоплачиваемый отпуск и т.п., зачастую делая это с нарушением трудовых прав. Скажите, как Вы, скорее всего, поступите в случае грубого или постоянного нарушения Ваших трудовых прав?
15. Если Ваше (Вашей семьи) финансовое положение вследствие каких-либо причин неожиданно ухудшится, то что Вы, прежде всего, предпримете?

Приложение 3. Дополнительные источники информации

При анализе данных были использованы следующие показатели, основанные на внешних по отношению к проведенному исследованию данных:

1. Выпуск газет на 1000 человек населения (разовый тираж; экземпляров), 2006. Данные ресурса «Россия в цифрах и картах», <http://www.sci.aha.ru/map/rus/index.htm>.
2. Индекс качества жизни, 2005. Показатель, рассчитанный специалистами Независимого института социальной политики, http://atlas.socpol.ru/indexes/index_life.shtml. Исчисляется для каждого региона по формуле:

$$I = \frac{A + B + C + \frac{D + E}{2}}{4},$$

где

A – индекс отношения среднедушевых денежных доходов к прожиточному минимуму;

B – индекс доли населения с доходами выше прожиточного минимума;

C – индекс уровня занятости населения;

D – индекс ожидаемой продолжительности жизни;

E – индекс младенческой смертности.

3. ВРП на душу населения, рублей, 2006. Данные Федеральной службы государственной статистики, «Основные показатели системы национальных счетов», http://www.gks.ru/bgd/free/b01_19/lssWWW.exe/Stg/d000/dusha98-06.htm.
4. Среднемесячный доход на душу населения, рублей, 2006. Данные Федеральной службы государственной статистики, «Регионы России. Социально-экономические показатели», http://www.gks.ru/bgd/regl/B07_14p/lssWWW.exe/Stg/d01/04-02.htm.
5. Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек, штук, 2006. Данные Федеральной службы государственной статистики, «Регионы России. Социально-экономические показатели». http://www.gks.ru/bgd/regl/B07_14p/lssWWW.exe/Stg/d01/04-17.htm.
6. Индекс лояльности федеральной власти, 2007-2008. Показатель, рассчитанный на основе данных Центральной избирательной комиссии РФ о результатах выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации пятого созыва (02.12.2007) и Президента Российской Федерации (02.03.2008). Исчисляется для каждого региона по формуле:

$$I = \frac{A + B + C + D}{4},$$

где

A – процент явки на выборы 02.12.2007;

B – доля голосов, поданных за ВПП «Единая Россия»;

C – процент явки на выборы 02.03.2008;

D – доля голосов, поданных за Д.А.Медведева.

Для удобства работы значения индекса были нормированы к шкале от 1 до 10.

7. Уровень проникновения интернета, 2007. Данные исследовательского агентства Quans Research, <http://www.quans.ru/research/analytic/internet/>.
8. Численность работников, перед которыми организация имеет просроченную задолженность по заработной плате работников в Российской Федерации в 2008 году. Данные Федеральной службы государственной статистики, бюллетень «Просроченная задолженность по заработной плате» на 1 декабря 2008 года, http://www.gks.ru/doc_2008/zzp/zzp12.zip.

Приложение 4. Справка об Ассоциации «Группа 7/89»

История Ассоциации

Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» была образована в апреле 2001 года. Объединяет исследователей – социологов и маркетологов, работающих в регионах России. До 2007 года Ассоциация представляла собой неформальное (без статуса юридического лица, но реально действующее) сообщество региональных социологических центров. В 2007 году была зарегистрирована в форме некоммерческой организации – Ассоциации юридических лиц.

Управление Ассоциацией

В Ассоциации нет централизованного руководства. На отчетно-выборных встречах Ассоциации, которые проводятся ежегодно на базе одной из компаний-членов «Группы 7/89», избирается Совет и Председатель Ассоциации, который координирует деятельность группы. В мае 2008 года на очередном XIV съезде Ассоциации «Группа 7/89» в Волгограде Председателем Ассоциации был избран Токарев В.В. (на тот момент – генеральный директор Центра «Аналитик», г. Волгоград).

Цель деятельности

Главной целью Ассоциации является построение системы совместных кросс-региональных исследований. Группа «7/89» (на момент создания Ассоциации в России было 7 федеральных округов и 89 субъектов Федерации) стремится к тому, чтобы широко представить региональную специфику общественного мнения и потребительского поведения россиян.

Инициативные проекты

За время существования Ассоциации было проведено около 20–ти инициативных исследовательских проектов, результаты которых широко обсуждались и публиковались в массовой и научной печати. Наиболее крупные проекты последних лет:

1. Межрегиональный электоральный мониторинг (2003, 2004, 2007 годы).
2. Страхи и опасения: чего боятся россияне (2006 год).
3. Рейтинги влияния региональных элит (2004–2006 год).
4. Социологические исследования в России – осведомленность и отношение населения (2004 год).
5. Наркомания в России: общественное мнение и отношение (2003 год).

Кроме того Ассоциация уже четыре года осуществляет единственный в своем роде проект по измерению качественных показателей субъектов исследовательского рынка «Рейтинг столичных исследовательских компаний» (начат в 2004 году).

География

В настоящее время в Ассоциацию «Группа 7/89» входит более 20 исследовательских компаний, работающих более чем в 40 российских регионах. Самый «западный» участник «Группы 7/89» – Калининградский социологический центр, самый «восточный» – фонд «Общественное мнение–Красноярск».

Более подробную информацию об Ассоциации региональных исследовательских центров «Группа 7/89» можно получить на сайте <http://www.789.ru/> и на сайте компании, которая в настоящее время является Председателем Ассоциации: <http://socio-research.ru/>.