



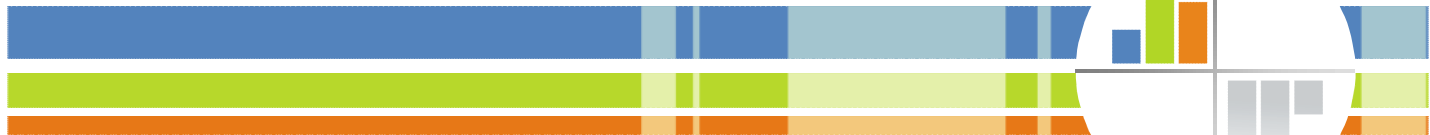
Ассоциация региональных
социологических центров
«Группа 7/89»

Межрегиональный индекс кризисного сознания (2 волна)

**Аналитический отчет по
результатам комплексного
социологического исследования.
Демонстрационная версия**

«Группа 7/89» предлагает приобрести
полную версию аналитического отчета
по результатам исследования

Заявки на приобретение принимаются
по электронной почте: chief@socio-research.ru
и по телефонам (8442) 28-57-57, 28-39-39
(менеджер проекта Соколов Андрей Игоревич)



Москва, май 2009 г.

Оглавление

Резюме исследования	6
Введение	9
1. Показатели социального самочувствия	10
Рис. 1.1. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (Вашей семьи) лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?» [общее распределение]	10
Таблица 1.1. Комментарии экспертов к региональным различиям самооценки изменений материального положения (рис. 1.2)	11
Рис. 1.2. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (Вашей семьи) лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?» [по территориям исследования]	12
Таблица 1.2. Исходные (объясняющие) факторы для проведения дисперсионного анализа	12
Таблица 1.3. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Изменение материального положения за последний год»	14
Рис. 1.3. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (Вашей семьи) лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?» [распределение по группам дохода]	14
Рис. 1.4. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (Вашей семьи) лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?» [по социально-демографическим группам]	15
Рис. 1.5. «Как Вы полагаете, Ваше нынешнее материальное положение (Вашей семьи) лучше, хуже или примерно такое же, каким оно было год назад?» [по категориям занятых и отраслям]	15
Рис. 1.6. Оптимизм и пессимизм участников опроса [процентные распределения]	16
Рис. 1.7. Оптимизм и пессимизм участников опроса [индексы]	17
Таблица 1.4. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Краткосрочный индивидуальный оптимизм»	17
Таблица 1.5. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Краткосрочный социальный оптимизм»	17
Таблица 1.6. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Долгосрочный социальный оптимизм»	18
Рис. 1.8. Индексы оптимизма по городам и регионам исследования	18
Таблица 1.7. Комментарии экспертов к региональным различиям в уровне оптимизма населения (рис. 1.8)	19
Рис. 1.9. Взаимосвязь индекса долгосрочного оптимизма и оценки деятельности руководства региона	19
2. Оценка влияния кризиса	20
Рис. 2.1. «Знаете ли Вы о происходящем сейчас финансовом кризисе?» [общие распределения]	20
Рис. 2.2. «Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?» [общие распределения]	20
Рис. 2.3. Взаимосвязь информированности о кризисе и представлений о его дальнейшем развитии	21
Таблица 2.1. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Информированность о кризисе»	21
Рис. 2.4. Взаимосвязь пола и образования с уровнем информированности	21

Таблица 2.2. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Представления о дальнейшем развитии кризиса»	22
Рис. 2.5. «Как Вы полагаете, в ближайшее время кризис будет усиливаться, ослабляться, или неопределенность в экономике будет сохраняться?» [по территориям исследования]	22
Рис. 2.6. Доли выбравших ответ «Кризис будет усиливаться» [по категориям занятых и отраслям]	23
Рис. 2.7. «Скажите, пожалуйста, что из того, что я сейчас перечислю, случилось лично с Вами за последние два-три месяца? А что из того, что я перечислил, происходило там, где работаете Вы или члены Вашей семьи, Ваши друзья, знакомые в последние два-три месяца?» [от числа работающих]	24
Рис. 2.8. Реализация кризисных ожиданий [от числа работающих]	24
Рис. 2.9. Кризисные проявления в зависимости от отрасли [доли ответов «Случилось лично со мной» от работников каждой из отраслей]	25
Рис. 2.10. Динамика оценок влияния кризиса (по ответам на вопрос «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие?») [общие распределения]	26
Рис. 2.11. Состоявшееся и ожидаемое влияние кризиса [общие распределения]	26
Таблица 2.3. Соотношение ответов на вопросы о состоявшемся и предполагаемом влиянии кризиса	27
Таблица 2.4. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Оценка влияния кризиса на материальное благополучие»	27
Рис. 2.12. Взаимосвязь уровня дохода и оценок влияния кризиса	27
Рис. 2.13. Индекс промышленного производства и оценка изменений материального положения	28
Рис. 2.14. Индекс промышленного производства и оценка состоявшегося влияния кризиса	28
Рис. 2.15. «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие?» [по территориям исследования]	29
Таблица 2.5. Комментарии экспертов к региональным различиям в восприятии влияния кризиса (рис. 2.15)	29
Таблица 2.6. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Ожидания влияния кризиса на материальное благополучие»	30
Рис. 2.16. Взаимосвязь уровня дохода и оценок ожидаемого влияния кризиса	30
Рис. 2.17. «Каким образом кризис может повлиять на Ваше материальное благополучие в ближайшем будущем?» [по территориям исследования]	31
Таблица 2.7. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Запас прочности»	31
Рис. 2.18. Взаимосвязь располагаемого уровня дохода и предполагаемого запаса прочности	32
Рис. 2.19. «При сегодняшнем уровне Ваших (Вашей семьи) денежных и иных доходов и нынешнем уровне цен на товары и услуги, сколько времени Вы (Ваша семья) сможете сохранять привычный образ жизни (который Вы ведете последние два-три года)?» [распределение без учета затруднившихся с ответом]	32
3. Стратегии антикризисного поведения	33
Рис. 3.1. Атрибуция ответственности за материальное положение (экономическую ситуацию) [общие распределения]	33
Таблица 3.1. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Атрибуция ответственности за собственное материальное положение»	33
Рис. 3.2. Взаимосвязь возраста и атрибуции ответственности за собственное материальное положение	34

Таблица 3.2. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Атрибуция ответственности за экономическую ситуацию в регионе».....	34
Рис. 3.3. Взаимосвязь пола и атрибуции ответственности за экономическую ситуацию в регионе.....	34
Рис. 3.4. «Если Ваше (Вашей семьи) финансовое положение вследствие каких-либо причин неожиданно ухудшится, что Вы прежде всего предпримете?» [общее распределение]	35
Рис. 3.5. Индекс интернальности при склонности к различным антикризисным стратегиям	35
Рис. 3.6. «Как Вы скорее всего поступите в случае грубого или постоянного нарушения Ваших трудовых прав?» [от числа работающих]	36
Таблица 3.3. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Действия в случае нарушения трудовых прав»	36
Рис. 3.7. Взаимосвязь пола и готовности отстаивать трудовые права.....	36
4. Кризис и деятельность власти.....	37
Рис. 4.1. «Как Вы полагаете, кто в первую очередь несет ответственность за сегодняшние последствия кризиса в российской экономике?» [общее распределение].....	37
Таблица 4.1. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Ответственность за последствия кризиса»	37
Рис. 4.2. Индекс «патриотизма» («виноваты Запад и США»).....	38
Рис. 4.3. Индекс «оппозиционности» («виновато руководство РФ»)	38
Рис. 4.4. Индекс «рациональности» («виноваты объективные процессы»).....	38
Рис. 4.5. Распределение социально-демографических категорий по значениям индексов «патриотизма» и «оппозиционности».....	39
Рис. 4.6. Распределение социально-демографических категорий по значениям индексов «рационализма» и «оппозиционности».....	39
Рис. 4.7. Распределение социально-демографических категорий по значениям индексов «патриотизма» и «рационализма»	39
Рис. 4.8. Соотношение значений индексов «патриотизма» и «оппозиционности» по территориям исследования	40
Таблица 4.2. Комментарии экспертов к региональным различиям в атрибуции ответственности за последствия кризиса (рис. 4.8)	40
Рис. 4.9. «Как Вы думаете, способствует ли деятельность руководства страны/региона преодолению последствий кризиса в России/регионе?» [общие распределения]	42
Таблица 4.3. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Отношение к антикризисным действиям руководства страны»	42
Рис. 4.10. «Как Вы думаете, способствует ли деятельность руководства страны преодолению последствий кризиса в России?» [по территориям исследования]	43
Рис. 4.11. Электоральная лояльность и отношение к антикризисным действиям руководства страны	44
Таблица 4.4. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Отношение к антикризисным действиям руководства региона».....	44
Рис. 4.12. «Как Вы думаете, способствует ли деятельность руководства нашего региона преодолению последствий кризиса в области (республике, крае)?» [по территориям исследования]	45
Рис. 4.13. Электоральная лояльность и отношение к антикризисным действиям руководства региона.....	45
Таблица 4.5. Комментарии экспертов к региональным различиям в оценке действий региональной власти (рис. 4.12).....	46
Рис. 4.14. Взаимодействие с руководством страны в условиях кризиса [общее распределение].....	47



Таблица 4.6. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Взаимодействие с руководством страны»	47
Рис. 4.15. Взаимодействие с руководством страны в условиях кризиса [распределение в зависимости от уровня образования]	47
5. Уровень протестных настроений	48
Рис. 5.1. Возможность участия в массовых выступлениях против роста цен, безработицы и падения уровня жизни [общие распределения].....	48
Таблица 5.1. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Оценка собственного протестного потенциала»	48
Рис. 5.2. Возможность участия в массовых выступлениях против роста цен, безработицы и падения уровня жизни [по группам дохода и в зависимости от урбанизации территории].....	49
Рис. 5.3. Взаимосвязь уровня интернальности и готовности участия в акциях протеста	49
Таблица 5.2. Результаты анализа влияния социально-демографических факторов на значения признака «Оценка протестного потенциала ближайшего окружения»	50
Рис. 5.4. «Как Вы думаете, может ли кто-то из Вашего ближайшего окружения (знакомые, сослуживцы, соседи) принять участие в массовых выступлениях?» [по территориям исследования]	50
Таблица 5.3. Комментарии экспертов к региональным различиям в уровне протестного потенциала (рис. 5.4)	51
Рис. 5.5. Вероятность массовых выступлений и индекс лояльности федеральной власти	52
Рис. 5.6. Протестные традиции регионов и протестная активность, фиксируемая в ближайшем окружении	52
Приложение 1. Анкета второй волны проекта МИКС	53
Приложение 2. Справка об Ассоциации «Группа 7/89»	55

Резюме исследования

В резюме исследования указываются основные выводы по результатам анализа данных проведенного исследования. В демонстрационной версии отчета приведено описание информации, которую можно получить из полнотекстовой версии.

Основные выводы

- Представления о возможной длительности кризиса.
- Представления об ответственности как за его начало, так и за преодоление последствий.
- Восприятие влияния кризиса (как в общем виде, так и в конкретных проявлениях на рабочих местах).
- Изменения в протестных настроениях и вероятность их реализации.

Выводы в отношении социального самочувствия

- Самооценка изменений в материальном положении.
- Уровень краткосрочного и долгосрочного оптимизма, динамика показателей.

Выводы в отношении влияния кризиса и кризисных ожиданий

- Информированность населения о кризисе, динамика этого показателя между двумя волнами исследования.
- Ожидания в отношении дальнейшего развития кризиса, динамика этого показателя между двумя волнами исследования.
- «Охват» населения кризисом (восприятие состоявшегося влияния кризиса). Динамика этого показателя между двумя волнами исследования.
- Проявления кризиса на рабочих местах – (а) наиболее часто происходящие и (б) наиболее обсуждаемые, имеющие наибольший общественный резонанс.
- Степень соответствия фактическим проявлениям кризиса в марте кризисным ожиданиям в ноябре.
- Запас прочности – самооценка способности населения сохранять привычный образ жизни.

Выводы в отношении антикризисного поведения

- Предположительные стратегии антикризисного поведения населения (в случае ухудшения материального положения или снижения уровня доходов).
- Готовность к защите трудовых прав по месту работы.

Выводы в отношении оценки деятельности власти

- Восприятие ответственности за кризис. Социально-демографические закономерности различий этого восприятия.
- Оценка действий федеральной и региональной власти по преодолению последствий кризиса.

Выводы в отношении протестной активности

- Оценка готовности населения к участию в акциях протеста.
- Социально-демографические и поведенческие закономерности в формировании социальной базы протестных действий.

Введение

Настоящий документ представляет собой демонстрационную версию аналитического отчета по итогам проведения второй волны инициативного исследовательского проекта «Межрегиональный индекс кризисного сознания» (МИКС). В настоящем документе содержится описательная часть отчета, а также фрагмент содержательной части (часть раздела «Оценка влияния кризиса»).

Проект МИКС с ноября 2008 года реализуется независимыми социологическими компаниями, работающими в российских регионах и входящими в Ассоциацию региональных социологических центров «Группа 7/89». Первая волна исследования была проведена в ноябре-декабре 2008 года в 17 городах и регионах страны.

Общей целью проекта является изучение особенностей восприятия различными группами населения российских регионов последствий экономического кризиса. В качестве дополнительной цели второй волны исследование рассматривалось изучение динамики общественного мнения по ключевым параметрам восприятия кризиса.

Технические параметры исследования:

- Генеральная совокупность (объект исследования) - население городов и регионов в возрасте старше 18 лет.
- Период сбора данных: март 2009 года. Выборка: квотируемая, репрезентирующая генеральную совокупность по полу и возрасту.
- Опросы прошли на территории 21 субъекта РФ. В каждом территориальном объекте опросы проходили по репрезентативным городским или региональным выборкам, позволяющим корректно сравнивать результаты. Общий объем информационного массива составил 12400 единиц (анкет).
- Основные результаты исследования были предложены для обсуждения региональным экспертным сообществам. Наиболее показательные комментарии экспертов, объясняющие специфику общественного мнения своего региона, приведены в тексте полной версии отчета.

Территории исследования:

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
4	Архангельская область
5	Калининградская область
6	Мурманская область
7	Новгородская область
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
8	Воронеж
9	Кострома
10	Москва
11	Ярославль

ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
9	Волгоградская область
10	Ростов-на-Дону
ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
11	Республика Татарстан
12	Нижний Новгород
13	Пермский край
14	Самарская область
15	Саратов
16	Уфа
17	Чебоксары

УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
18	Екатеринбург
19	Ямало-ненецкий автономный округ
СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	
20	Красноярский край
21	Омск

Фрагмент раздела «Оценка влияния кризиса»

Анализ представлений о развитии кризиса, проведенный в разрезе категорий занятости и отраслей, позволил подтвердить закономерность, выявленную в ходе анализа результатов первой волны исследования: наиболее высока доля заявляющих о дальнейшем усилении кризиса среди руководителей, работников сферы финансов, работников высшей квалификации (рис. 2.6). Менее других озабоченными развитием кризиса выглядят домохозяйки, работники сельского и лесного хозяйства, а также занятые в сфере ЖКХ.



Рис. 2.6. Доли выбравших ответ «Кризис будет усиливаться» [по категориям занятых и отраслям]

Данные на рис. 2.7 позволяют оценить уровень охвата населения проявлениями кризиса на рабочих местах. Работающие респонденты чаще всего сталкиваются с такими проявлениями кризиса как сокращение заработной платы (26% от числа работающих), задержки выплат (22%), отмена премий и бонусов (19%).

Наибольший разрыв между собственным опытом и опытом, полученным из коммуникаций, происходит в отношении явлений «Переход к неполной занятости», «Вынужденный отпуск» и «Увольнение». Эти явления наименее распространены, но в силу их значимости как для отдельного индивида, так и для общества в целом, привлекают не меньшее общественное внимание.

Данные диаграммы на рис. 2.8 позволяют увидеть, в какой степени реализовались кризисные ожидания респондентов. Так, в ноябре 21% респондентов заявили, что увольнения уже происходят там, где работают они сами или члены их семей. Еще 27% указали, что ожидают увольнения в течение ближайших недель или месяцев. В сумме эти два показателя дают почти 50% – именно такой могла бы стать к марту доля респондентов, получивших информацию о состоявшихся увольнениях лично (на своем месте работы) или от членов семей. В действительности же доля таких ответов в марте составила только 24%. При этом в вопрос был включен даже более широкий круг коммуникаций – друзья и знакомые. То есть, реальные последствия кризиса пока заметно уступают по масштабам кризисным ожиданиям, которые существовали на момент проведения первой волны исследования.



Рис. 2.7. «Скажите, пожалуйста, что из того, что я сейчас перечислю, случилось лично с Вами за последние два-три месяца? А что из того, что я перечислил, происходило там, где работаете Вы или члены Вашей семьи, Ваши друзья, знакомые в последние два-три месяца?» [от числа работающих]

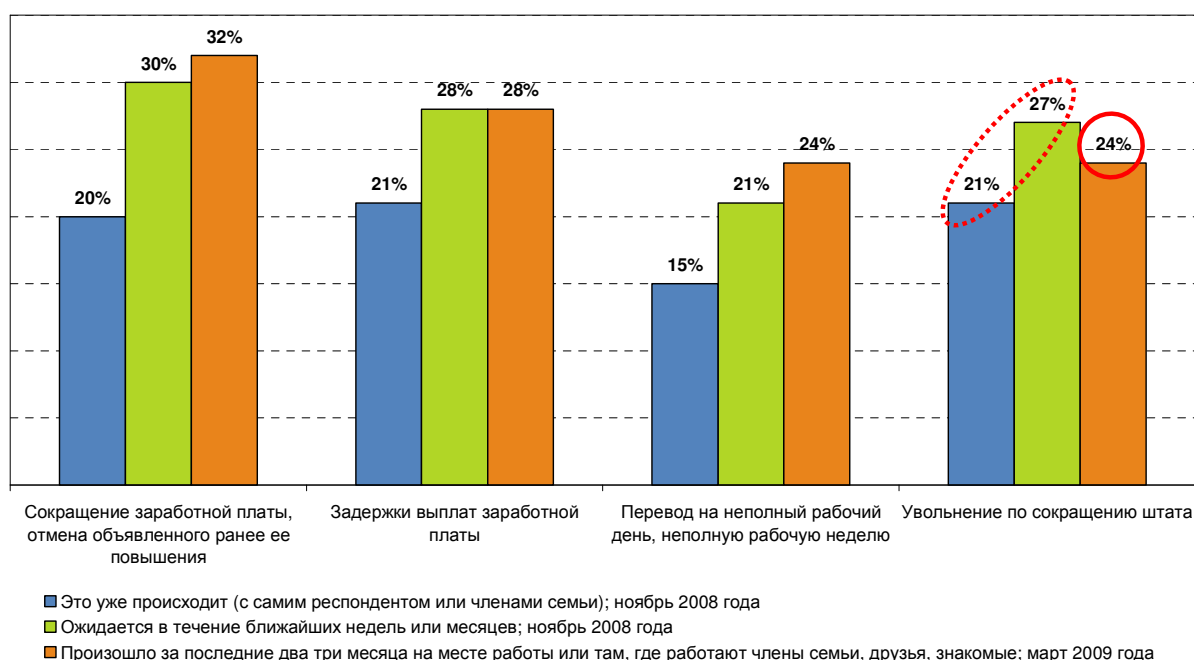
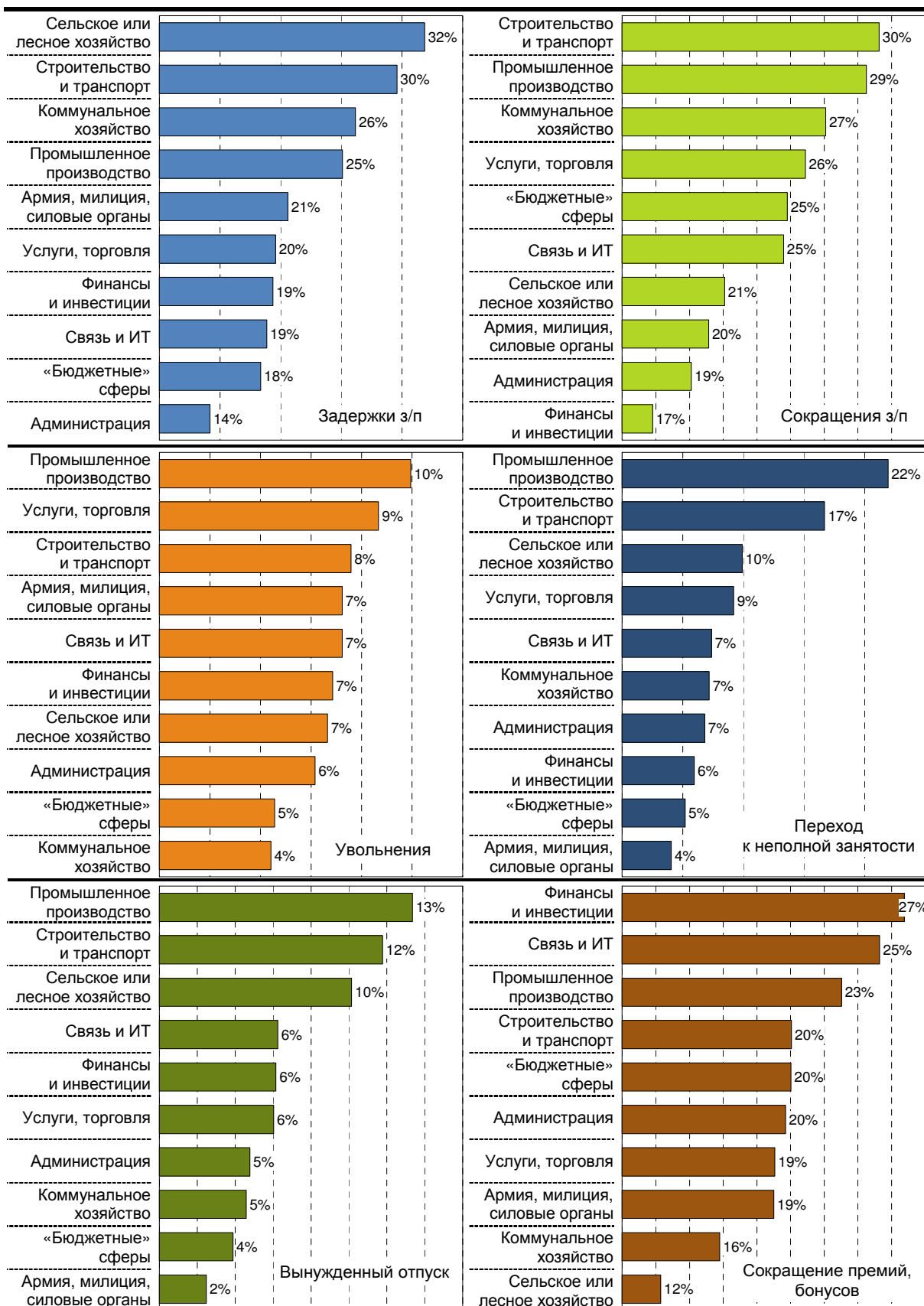


Рис. 2.8. Реализация кризисных ожиданий [от числа работающих]

Диаграммы на рис. 2.9 иллюстрируют масштаб кризисных явлений в зависимости от отрасли, в которой работает респондент. Отрасли, пострадавшие в наибольшей степени: строительство и транспорт, промышленное производство, сельское и лесное хозяйство. Наименее пострадавшими выглядят государственное и муниципальное управление, армия и силовые органы, а также сферы, представителей которых традиционно называют «бюджетниками»: наука, образование, здравоохранение, юриспруденция. Представители финансовой отрасли, вопреки очевидной логике, также практически не ощутили влияния кризиса. Их затронуло лишь сокращение премий и бонусов.



ПРИМЕЧАНИЕ. «Бюджетные сферы» – наука, образование, здравоохранение, юриспруденция. «Администрация» – государственное и муниципальное управление.

Рис. 2.9. Кризисные проявления в зависимости от отрасли [доли ответов «Случилось лично со мной» от работников каждой из отраслей]

Влияние кризиса на материальное положение населения увеличивается. За время между двумя волнами исследования почти вдвое уменьшилась доля людей, которых кризис не затронул, с 44% до 23% (рис. 2.10). В полтора раза (на тот же 21 процентный пункт) увеличилась доля людей, на которых кризис повлиял негативно.

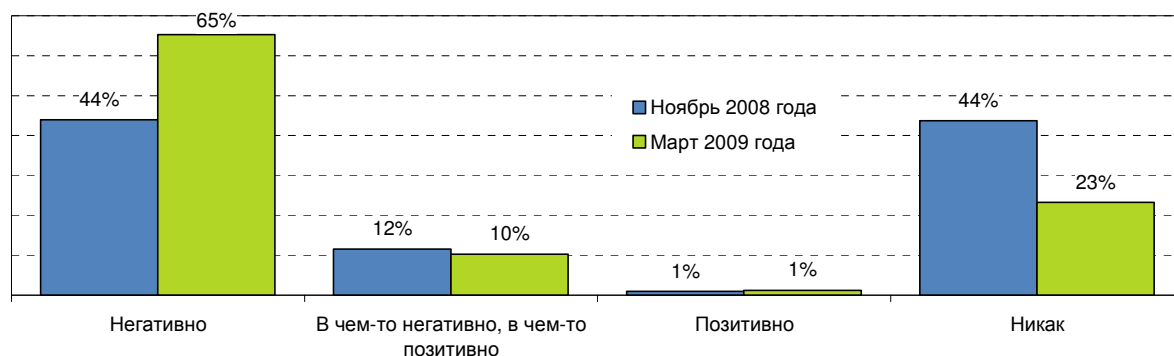


Рис. 2.10. Динамика оценок влияния кризиса (по ответам на вопрос «Каким образом кризис повлиял на Ваше материальное благополучие?») [общие распределения]

Состоявшееся негативное влияние кризиса отметили 65% респондентов, аналогичных последствий в ближайшем будущем ожидают 65% опрошенных (рис. 2.11). Такое сходство результатов позволяет предположить, что в эти 65% попадают одни и те же люди. Данные, позволяющие проверить это предположение, приведены в табл. 2.3 (С. 27).

Как можно убедиться, предположение выполняется с довольно высокой точностью. Около 55% опрошенных составляют группу «Кризис повлиял негативно и еще повлияет». Следующая по размеру группа – «Кризис не повлиял и не повлияет» – включает в себя 10% респондентов. Совокупный относительный размер групп респондентов, которые сделали прогноз о вероятном ухудшении своего статуса по отношению к влиянию кризиса, составляет 16% (соответствующие ячейки обведены в таблице рамкой). Совокупный размер групп, в которых предполагается улучшение этого статуса, составляет 12% (затемненные ячейки таблицы).

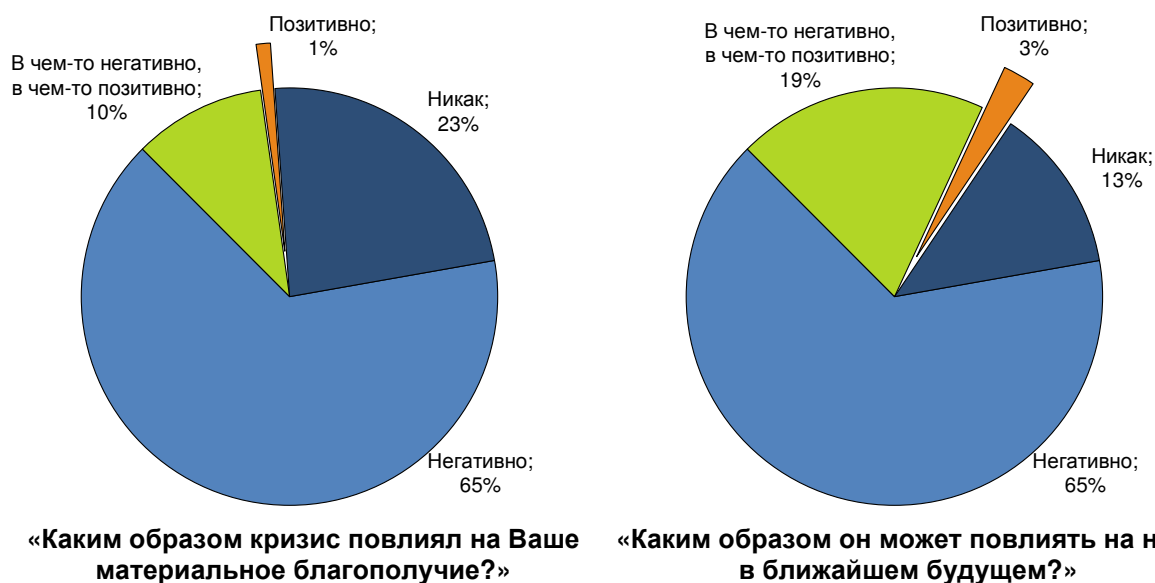


Рис. 2.11. Состоявшееся и ожидаемое влияние кризиса [общие распределения]

Приложение 2. 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 влиятельности 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/>.