

Историческая память и СТИЛЬ ЖИЗНИ

Петренко Е.С.

Фонд Общественное мнение

2011

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

- Борис Грушин «Массовая информация в советском промышленном городе».
М.: ИПЛ. 1980, (с.6)

Источник данных

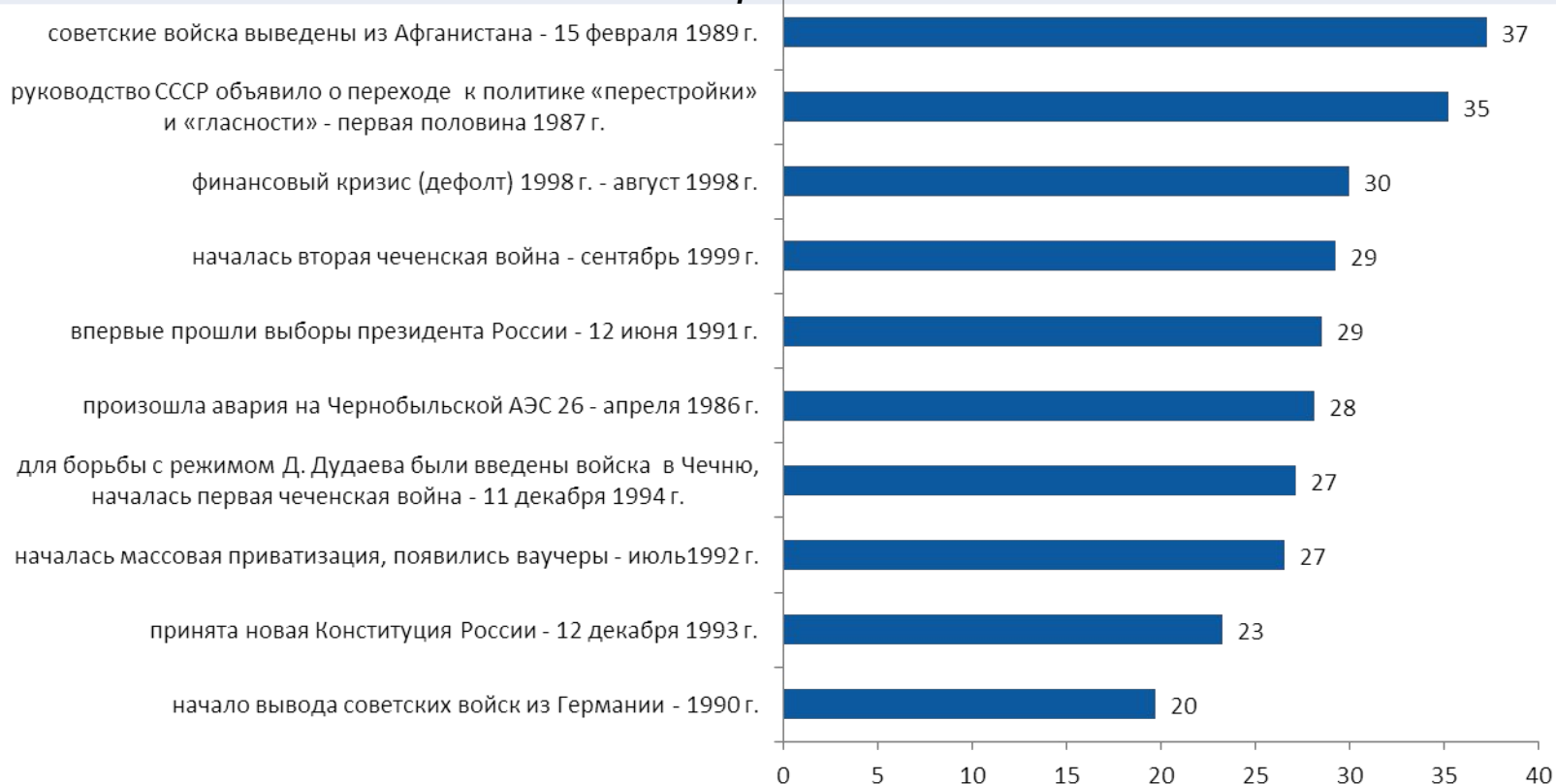
Общенациональные репрезентативные опросы ФОМ (2010 – 2011 г.г.)

Летом 2010 ФОМ по заказу Фонда современной истории провел исследование представлений россиян о событиях 1985 – 1999 гг., когда в жизни страны и ее граждан произошли судьбоносные перемены.

Историческая память

А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими существенное влияние на жизнь страны и людей? (Карточка, любое число ответов.)

Все опрошенные



Историческая память

А какие из перечисленных событий Вы оцениваете как безусловно **отрицательные**, нанешие **вред** нашей стране? (Карточка, любое число ответов.)
Все опрошенные



Респонденты с однородными социально-демографическими параметрами и различными стилями жизни

Эти две женщины живут в Москве, обе - неработающие пенсионеры, обе – со средним общим образованием.

Трудно предположить, что мировоззренческие установки равно как и стиль жизни (способ проведения досуга, потребительские практики и т.

двух женщин будут



Как решить проблему неоднородности стилей жизни респондентов одного социально-демографического статуса?

- Чтобы справиться с «неоднородностью» стилей жизни этих двух женщин, обратим внимание на то, что доступно наблюдению – особенности (стили) их потребления: пользование теми или иными услугами, товарами; интенсивность перемещения в географическом пространстве; включенность в интернет-пространство и т.п.

«Социография» (*инструмент разработан совместно с Е. Галицкой и Е. Галицким*) **потребительских практик респондентов**
позволила выявить разные стили жизни
респондентов (ФОМ-тест Л21)

Вопрос: «Скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние два-три года?»

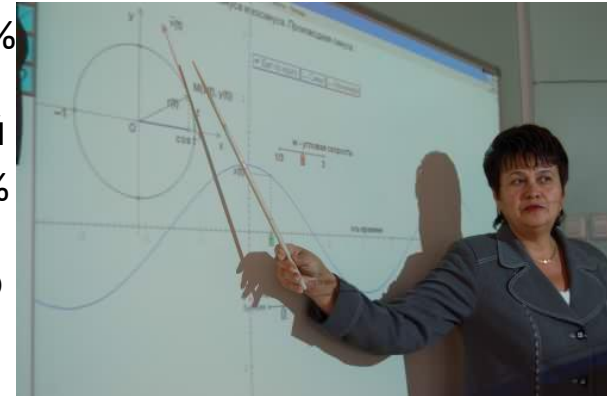
1. брать кредит в банке
2. оформлять кредит в магазине
3. работать за компьютером
4. пользоваться интернетом, вести переписку по электронной почте
5. ездить за границу
6. расплачиваться за товары, услуги при помощи пластиковой карточки
7. иметь дело с иностранной валютой
8. пользоваться услугами косметических салонов
9. пользоваться услугами домработницы
10. летать на самолетах
11. приобретать спортивные товары и / или туристическое снаряжение
12. заниматься в фитнес-центре, спортивном клубе
13. пользоваться услугой доставки товаров на дом
14. получать дополнительное образование, повышать квалификацию
15. пользоваться мобильным телефоном
16. пользоваться смартфоном
17. ничего из перечисленного

Четыре потребительских стиля (январь 2011)

- Традиционный стиль потребления – «аутсайдеры» (42%)
- Транзит от традиционного к современному стилю потребления – «заемщики» (13%)
- Современный стиль потребления – «обитатели интернета» (37%)
- Современный стиль потребления – «деловые люди» (8%)

Традиционный стиль потребления – «аутсайдеры» (42%)

- Пол: **57% женщин, 43% мужчин**
- Возраст: **39% старше 60 лет**; 29% от 46 до 60, 19% от 31 до 45, 12% от 18 до 30 лет
- Образование: **58% не выше среднего общего**; 33% среднее специальное, 8% высшее
- Уровень дохода: **54% низкий**; 38% средний, 8% высокий
- Род занятий: **49% неработающие пенсионеры**, 24% рабочие, 5% руководители и специалисты
- Место жительства: **52% села и поселки городского типа**; 33% большие города, 14% столичные и региональные центры

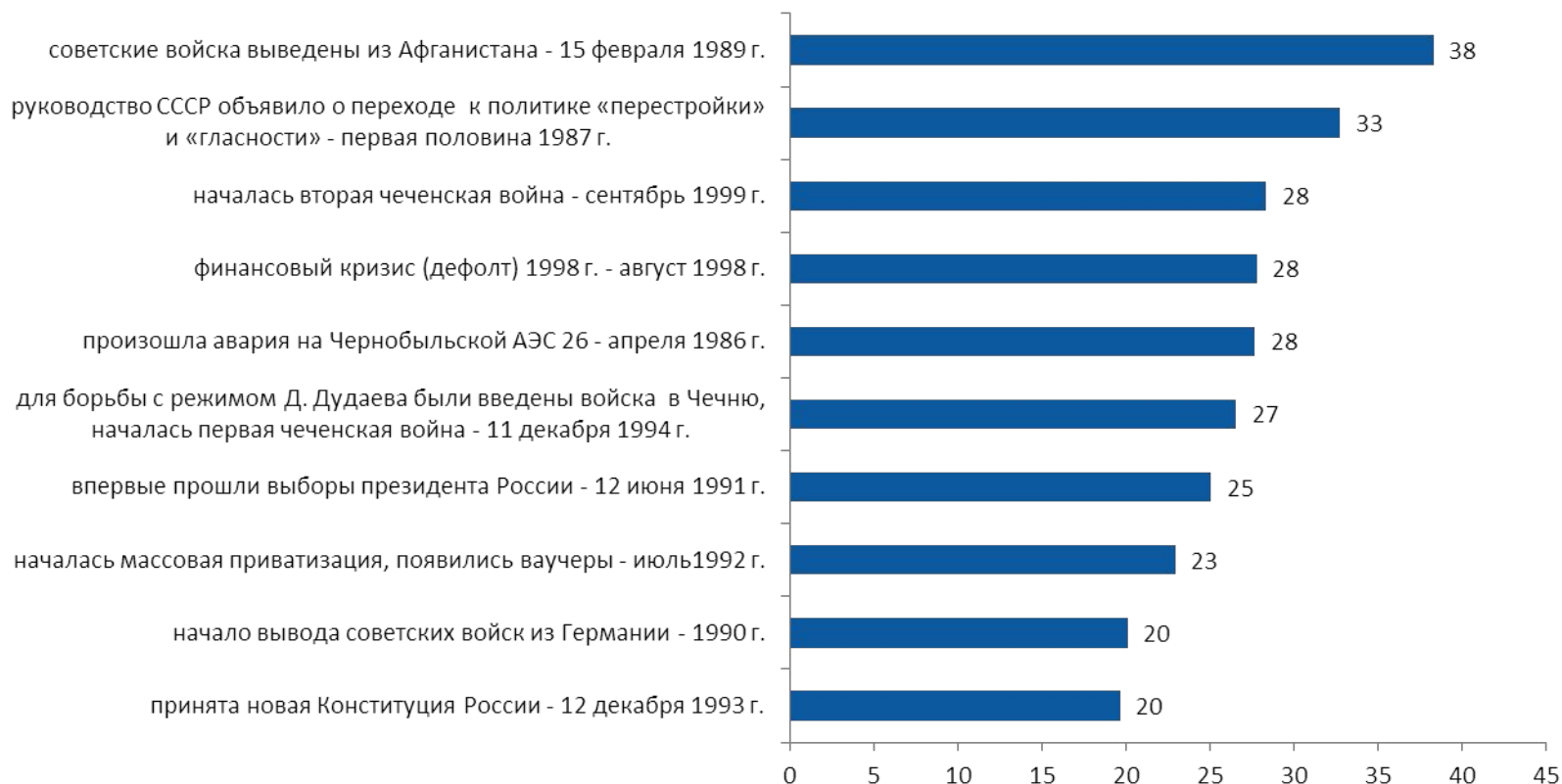


- *Современные потребительские практики не используют.*
- *Все новости в том числе и о новых потребительских практиках - из центральных и местных каналов ТВ.*
- *70% внешний локус ответственности.*
- *Доминирующее эмоциональное состояние – раздражение или потерянности (48%).*



А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими
существенное влияние на жизнь страны и людей?

«Аутсайдеры»



А какие из перечисленных событий Вы оцениваете как безусловно отрицательные, нанесшие вред нашей стране? «Аутсайдеры»



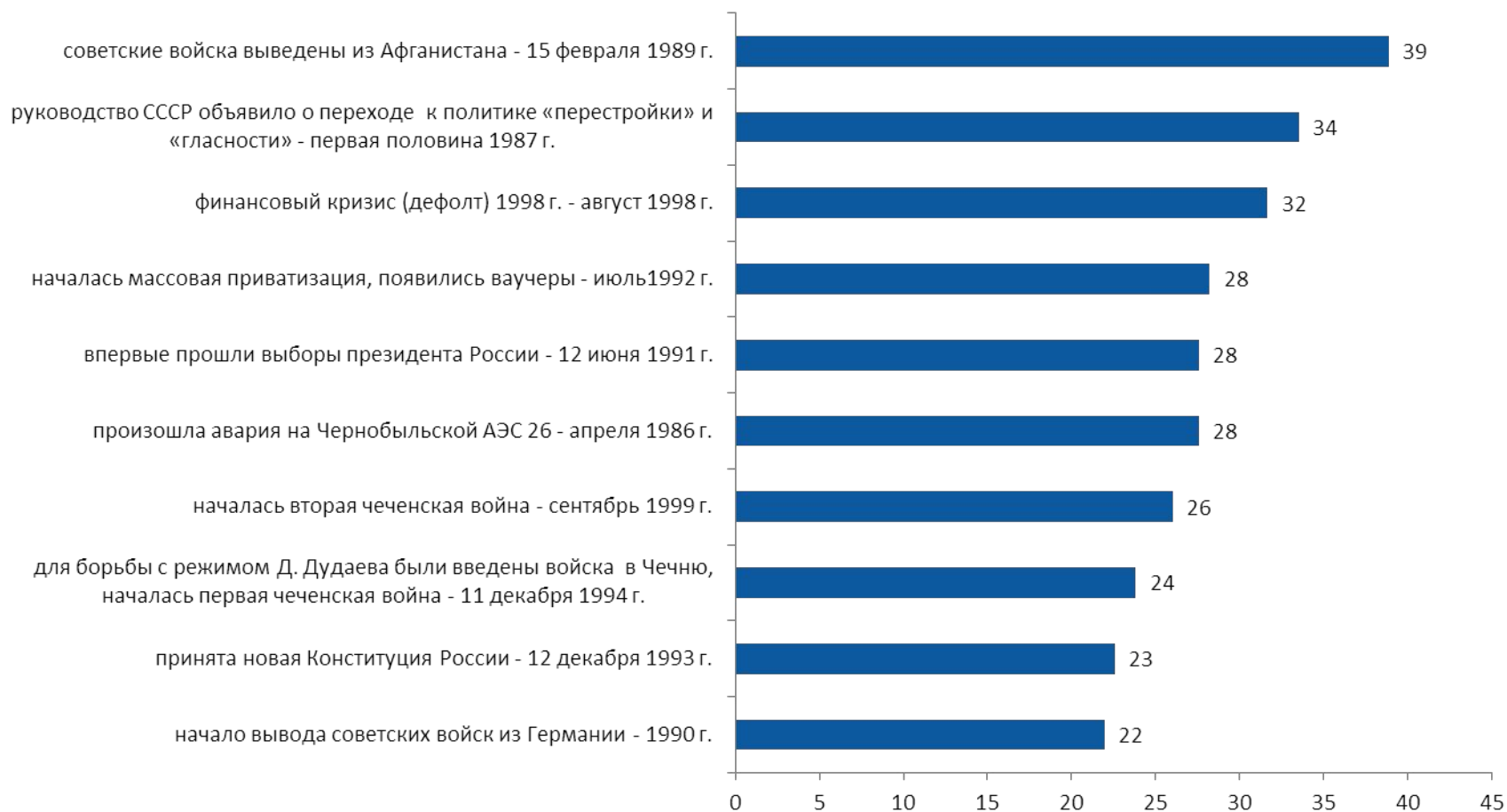
Транзит от традиционного к современному стилю потребления – «заемщики» (13%)

- Пол: **61% женщин**, 39% мужчин
- Возраст: **38% от 46 до 60 лет**, 30% от 31 до 45, 25% от 18 до 30, 8% старше 60 лет
- Образование: **47% не выше среднего**, 43% среднее специальное, 10% высшее
- Уровень дохода: **48% низкий**, 40% средний, 12% высокий
- Род занятий: **39% рабочие**, 18% пенсионеры, 11% руководители и специалисты
- Место жительства: **48% села и поселки городского типа**, 38% города от 50 тыс. до 1 млн., 13% города 1 млн. и выше
- **Для активных провинциалов путь к современному потреблению лежит через кредитные практики: покупают товары в кредит (55%) и пользуются банковскими кредитами (42%).**
- Часть из них *приобретают туристическое снаряжение (15%), пользуются доставкой товаров на дом (11%), повышают квалификацию (10%), посещают косметические салоны (6%).*
- *Треть (33%) владеют хотя бы на минимальном уровне иностранным языком.*
- *Треть из них (35%) уже освободились от патернализма: берут на себя ответственность за свое будущее.*



А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими
существенное влияние на жизнь страны и людей?

«Заемщики»



А какие из перечисленных событий Вы оцениваете как безусловно отрицательные, нанешие вред нашей стране? «Заемщики»



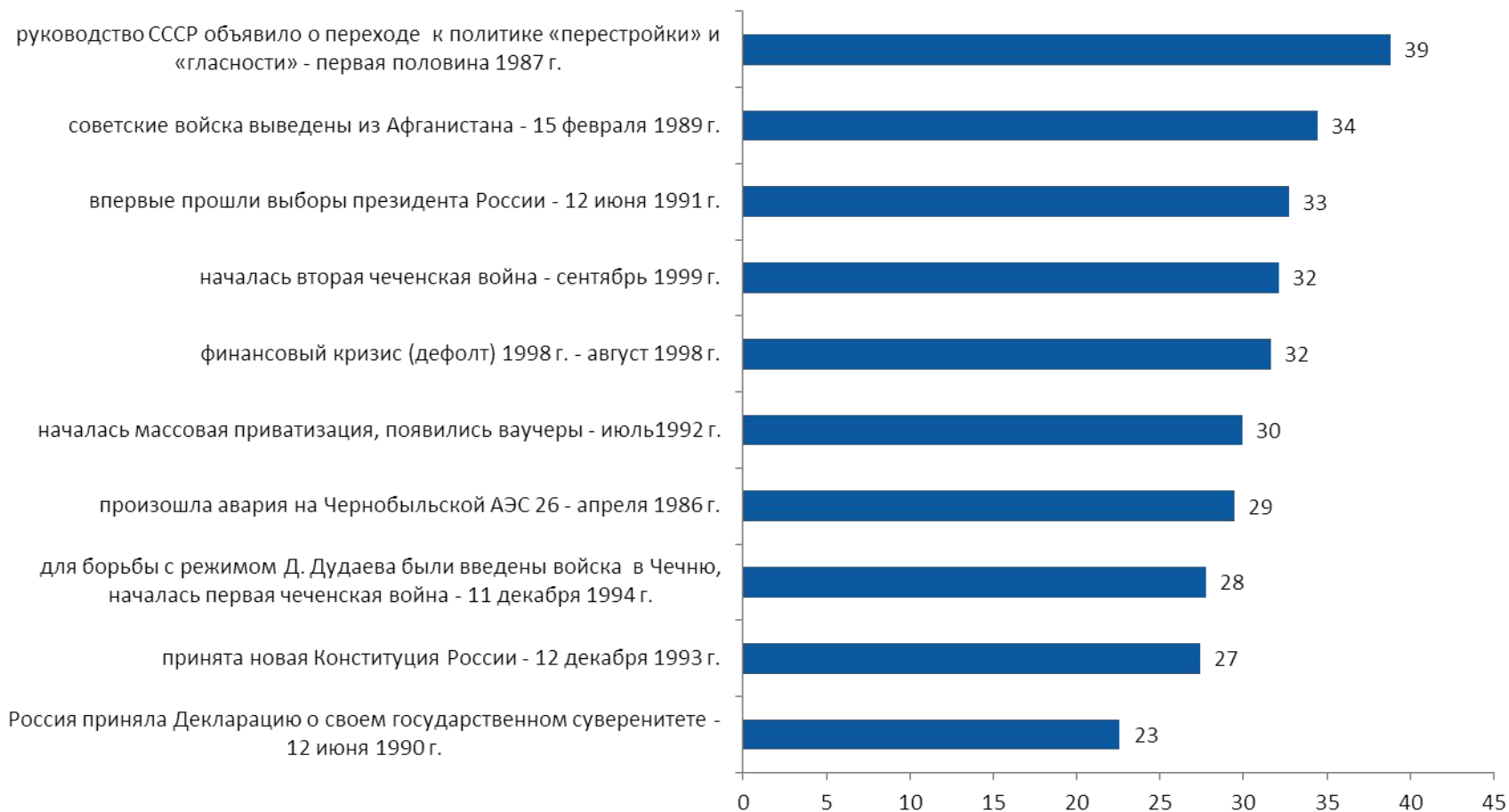
Современный стиль потребления – «обитатели интернета» (37%)

- Пол: **53% женщин, 47% мужчин**
- Возраст: **53% моложе 30**; 26% от 31 до 45, 21% старше 46 лет
- Образование: **40% со средним специальным, 33% с высшим**; 27% не выше среднего общего
- Уровень дохода: **46% средний**, 27% высокий, 27% низкий
- Род занятий: **29% специалисты и руководители**, 19% рабочие, 18% служащие, 11% студенты
- Место жительства: **43% города провинции**, 35% села и ПГТ, 23% столичные и региональные центры
- **Они за компьютером и дома (70%), и на работе (23%), и в компании друзей (10%).**
- **Это постоянная аудитория интернета (89%). Здесь они и работают и проводят досуг и, фактически, обитают. Здесь же знакомятся, развлекаются и осваивают новые современные практики.**
- Все остальные потребительские практики используются ими по мере необходимости за одним исключением – они практически **не ездят за границу, очень редко летают самолетами (8%)**. Судя по всему, пространство «реала» их мало интересует.
- Среди них 70% владеют иностранным языком, у 19% в семье есть иномарка, а у 30% отечественный автомобиль.
- У каждого второго (49%) из них внутренний локус контроля.

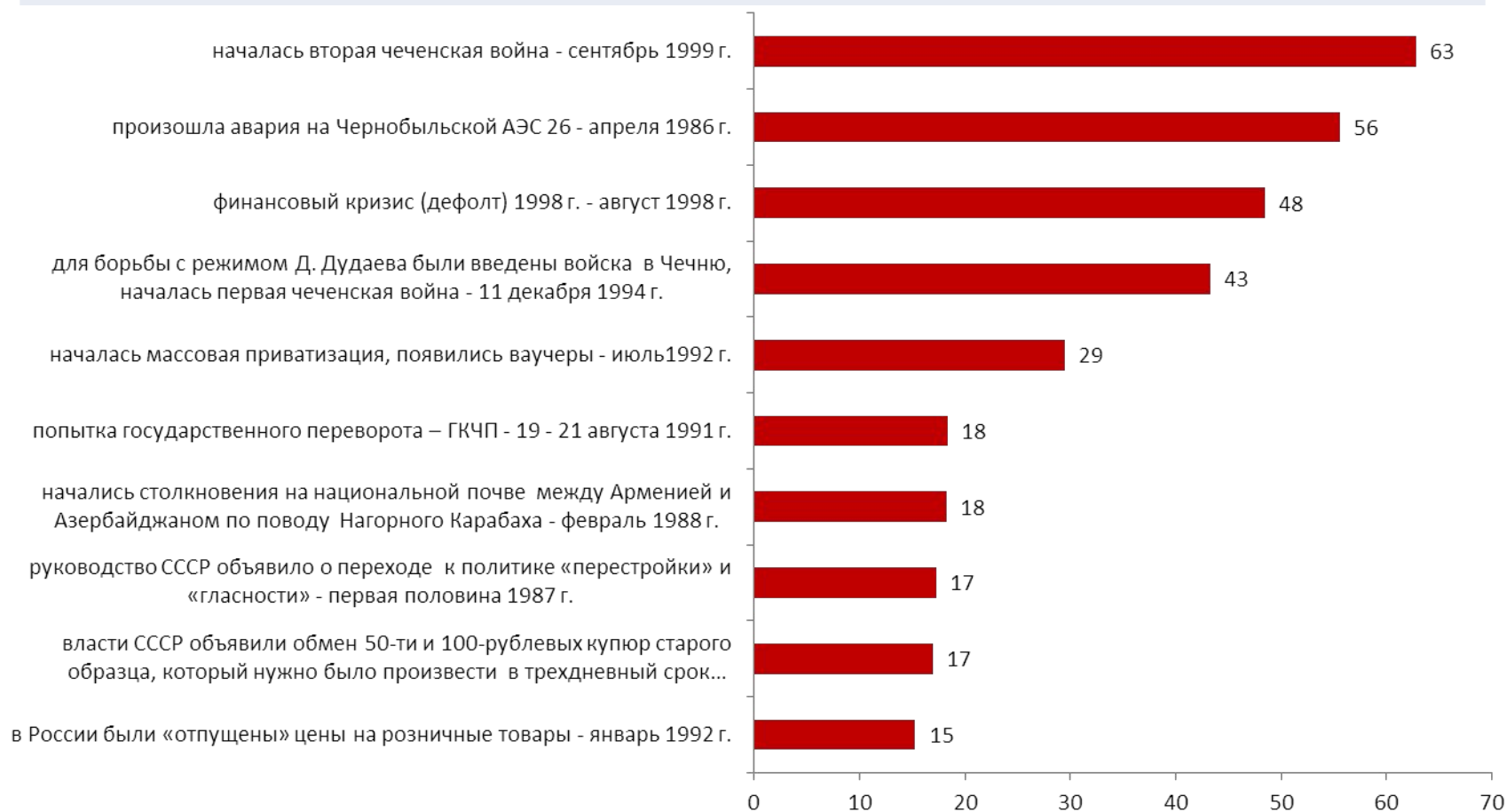


А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими
существенное влияние на жизнь страны и людей?

«Обитатели интернета»



А какие из перечисленных событий Вы оцениваете как безусловно отрицательные, нанешие вред нашей стране? «Обитатели интернета»



Современный стиль потребления – «деловые люди» (8%)

- Пол: **55% женщин, 45% мужчин**
- Возраст: **41% моложе 30**, 31% от 31 до 45 лет, 39% 46 лет и старше
- Образование: **58% с высшим**, 25% со средним специальным, 17% со средним общим
- Уровень дохода: **50% высокий**, 31% средний, 19% низкий
- Род занятий: **49% специалисты и руководители**, 20% служащие и рабочие, 12% пенсионеры
- Место жительства: **44% столицы и крупные региональные центры**, 35% большие города, 21% села и ПГТ
- **Пользуются в своей жизни практически всеми благами цивилизации. Нет среди рассмотренных потребительской практики, которая не была бы ими освоена**
- Главное отличие их стиля жизни от остальных - **вояжи за границу (100%). Интернет для них – рабочий инструмент, сфера услуг, справочник и СМИ.**
- Большая часть из них (78%) владеют хотя бы одним иностранным языком. 33% владеют иномарками, 21% - отечественными автомобилями



А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими
существенное влияние на жизнь страны и людей?

«Деловые люди»



А какие из перечисленных событий Вы оцениваете как безусловно отрицательные, нанешие вред нашей стране? «Деловые люди»



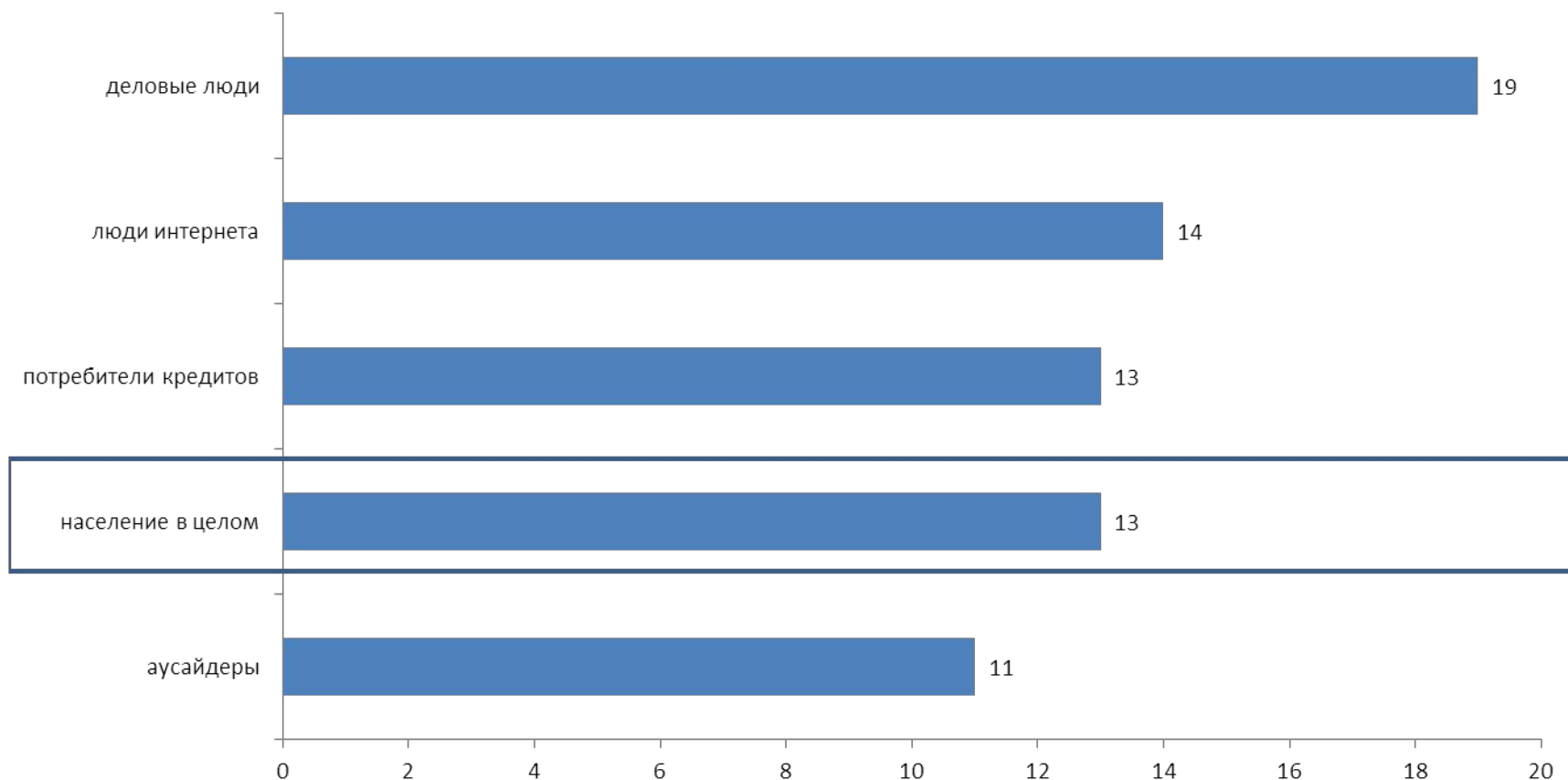
Современный стиль потребления – «деловые люди» (8%)

- *Социальный капитал* «деловых людей» выше, чем в других слоях: 21% (против 17% в среднем) считают, что **«большинству людей можно доверять»**; 19% (против 13%) – **«что у нас больше сплоченности, чем разобщенности»**; 86% (против 63%) – **«чувствуют ответственность за происходящее в городе»**, 73% (против 50%) **«за происходящее в стране»**.
- Более того, каждому пятому (19%) свойственен (как минимум декларативный) *политический консюмеризм* - **отказ от покупки товаров из той или иной страны по политическим мотивам**.



Как вы думаете, сегодня в нашей стране больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности?

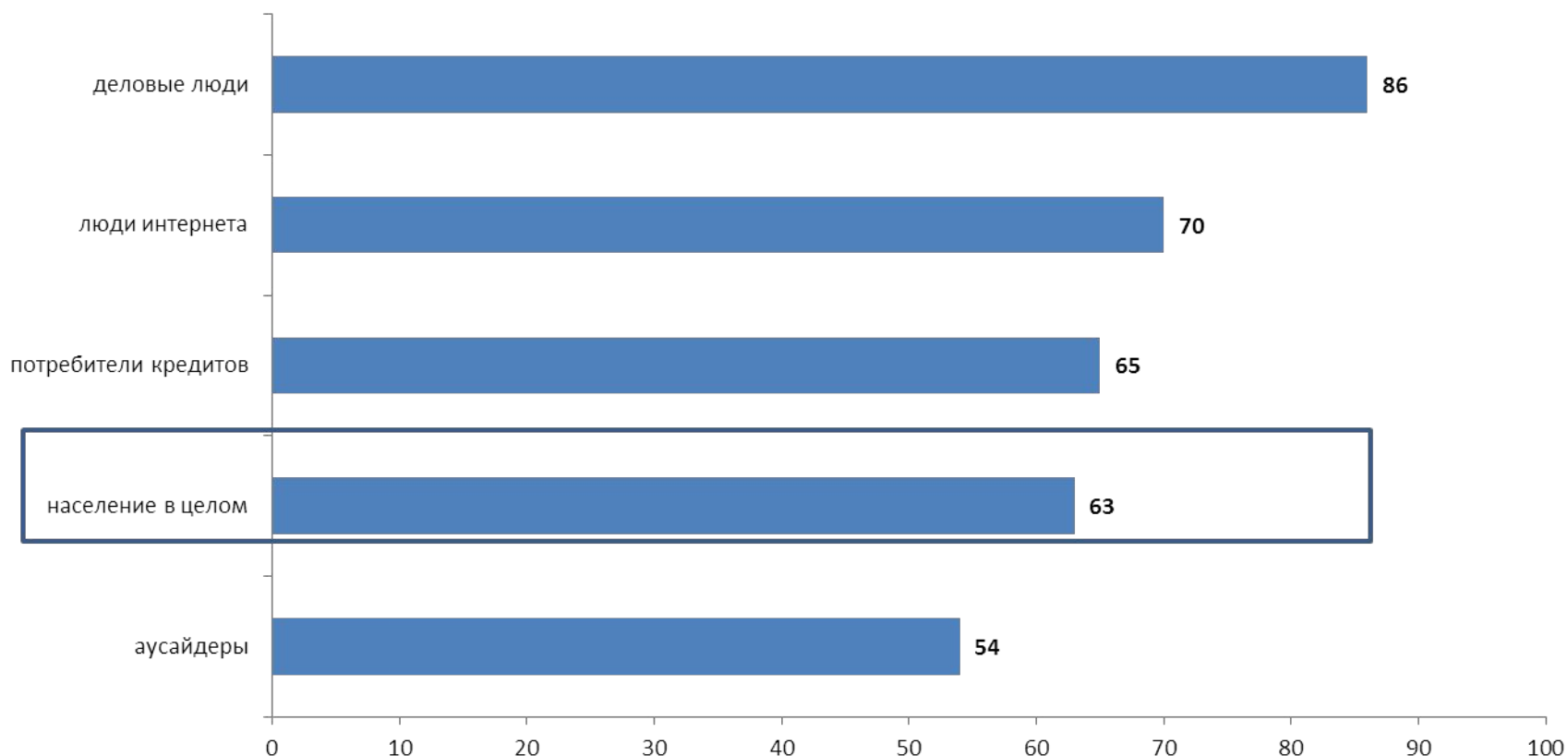
согласия, сплоченности



Люди в разной степени чувствуют ответственность за то, что происходит вокруг них.

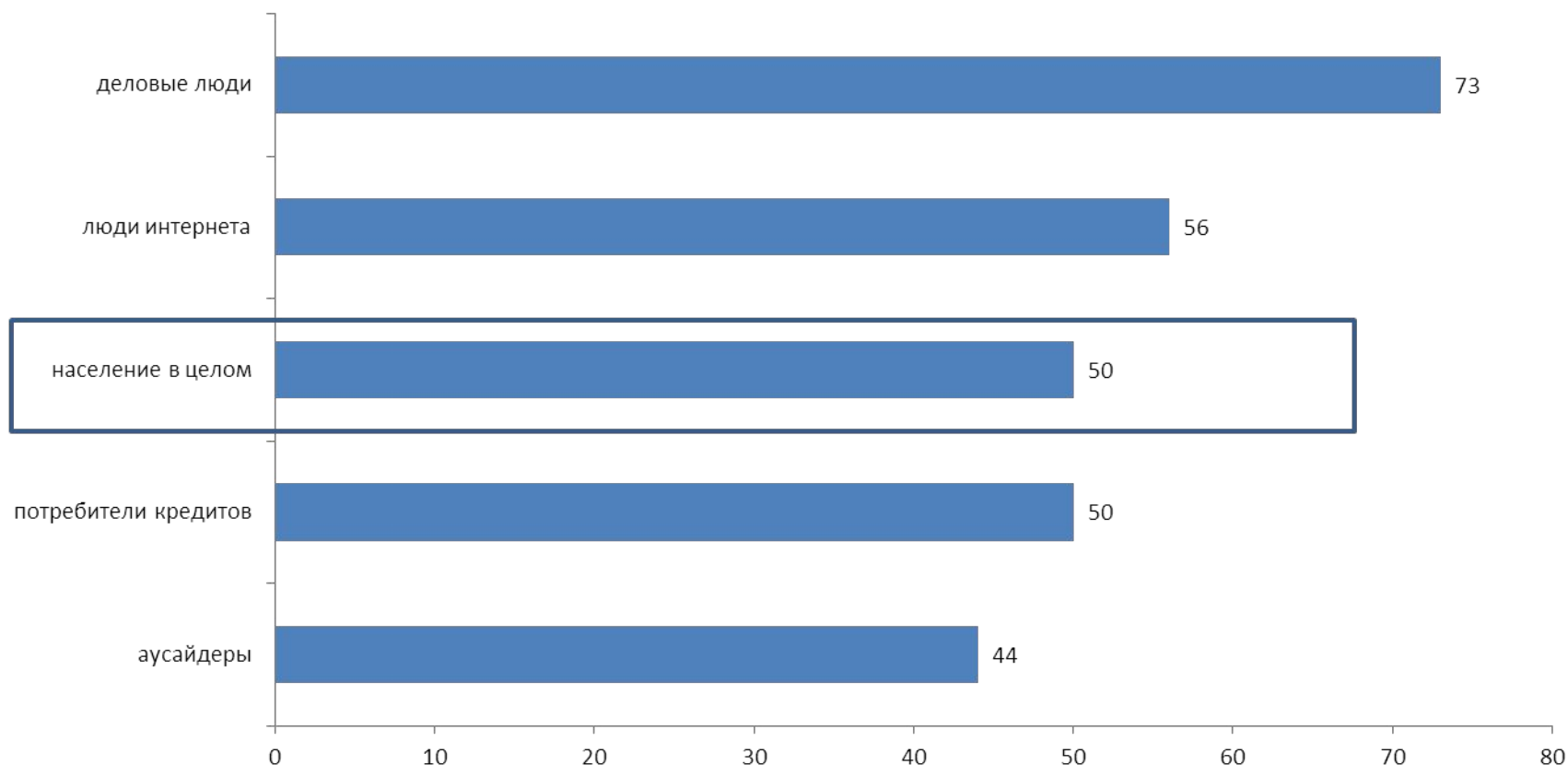
Скажите, пожалуйста, вы чувствуете ответственность за то, что происходит в нашем городе (селе, поселке)?

чувствую ответственность

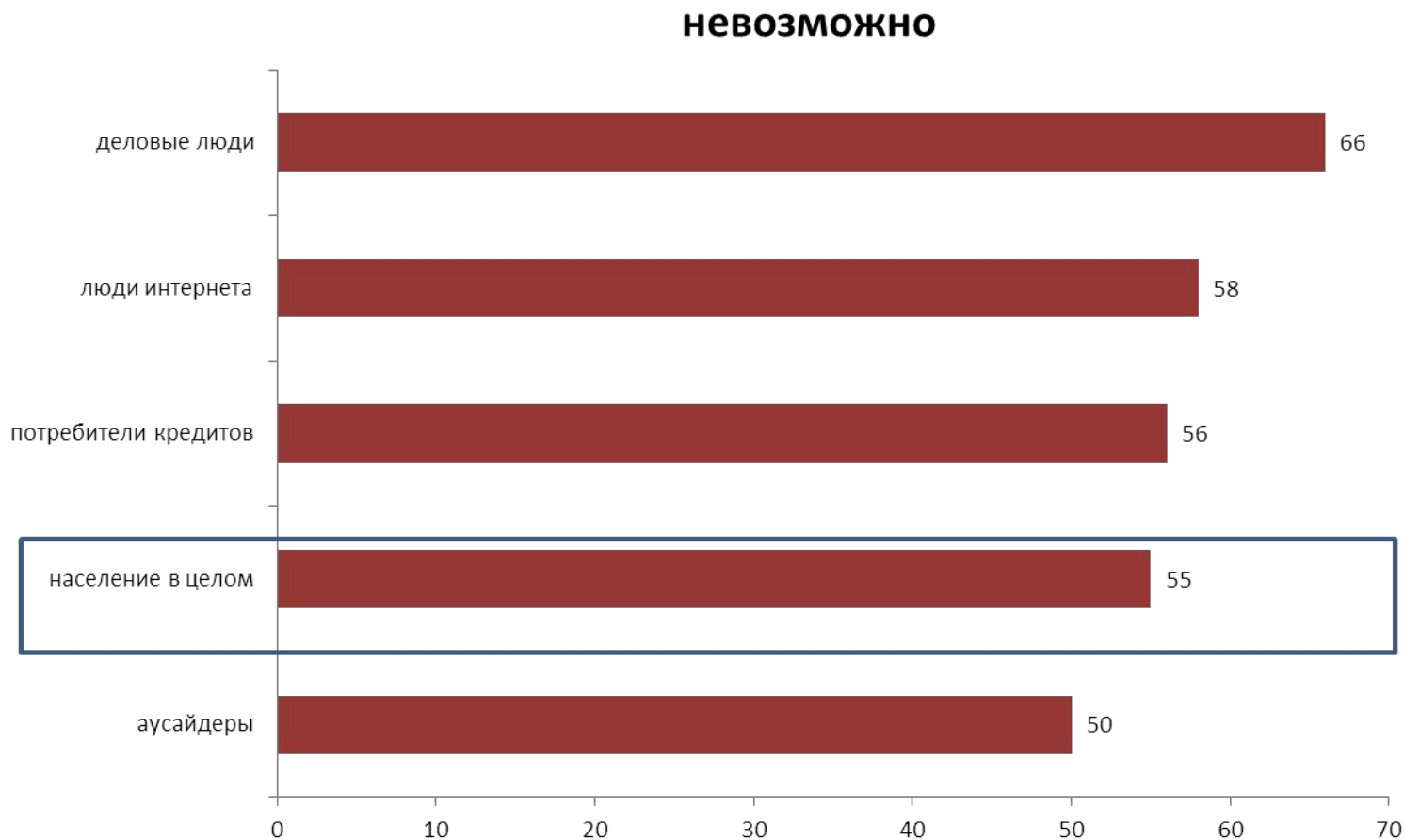


**Люди в разной степени чувствуют ответственность за то, что происходит вокруг них.
Скажите, пожалуйста, Вы чувствуете ответственность за то, что происходит в стране?**

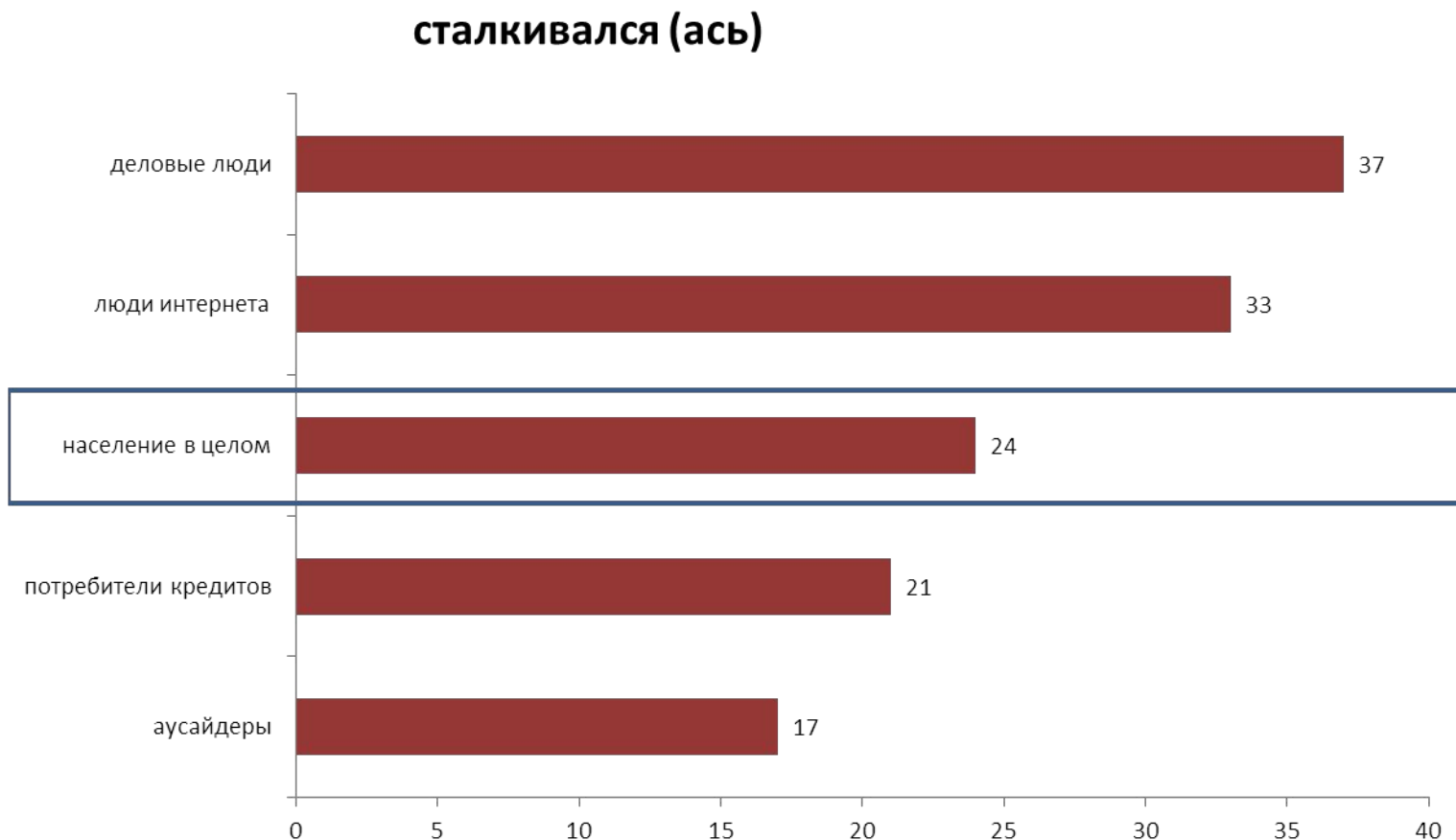
чувствую ответственность



По вашему мнению, возможно или невозможно искоренить коррупцию?



**Сталкивались ли Вы лично за последние год- два с тем, что
какой- нибудь государственный служащий (должностное лицо)
просил или ожидал от Вас неофициальную плату, услугу за
свою работу?**



А Вы лично испытываете или не испытываете недовольство, готовность участвовать в акциях протеста?



Спасибо за внимание!

Е. Галицкая, Е. Галицкий *Социография*

1. Недостатки большинства комплексных типологий

- Трудность интерпретации
 - Кластеры – аморфные образования в пространстве переменных
 - У них **нет четких границ**
 - Им нельзя дать **определение**
 - Нельзя построить **те же кластеры на другом опросе**

«Социография», разработанная в ФОМе, позволяет пользоваться преимуществами комплексных типологий, избегая их недостатков

- Главные идеи подхода:
 - Кластеры, построенные с помощью факторного и кластерного анализа – это лишь подсказка
 - Метод классификационных деревьев позволяет сформулировать четкое определение выявленных групп
 - Каждая группа состоит из подгрупп. Представители каждой подгруппы одинаково ответили на ключевые вопросы
 - **Наличие простых формул позволяет строить одни и те же группы на разных опросах, накапливая все новую и новую информацию о группах**

2.Метод социографии

- Последовательно применяются:
 - метод главных компонент (классический или категориальный)
 - методы кластеризации
 - Hierarchical
 - K – means
 - Classification Tree
- Ряд методов используются специальным образом
 - Например, перед кластерным анализом факторы умножаются на специальные коэффициенты

Базовая ФОМ-типология взрослого (18+) населения РФ по с-к капиталу

