

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

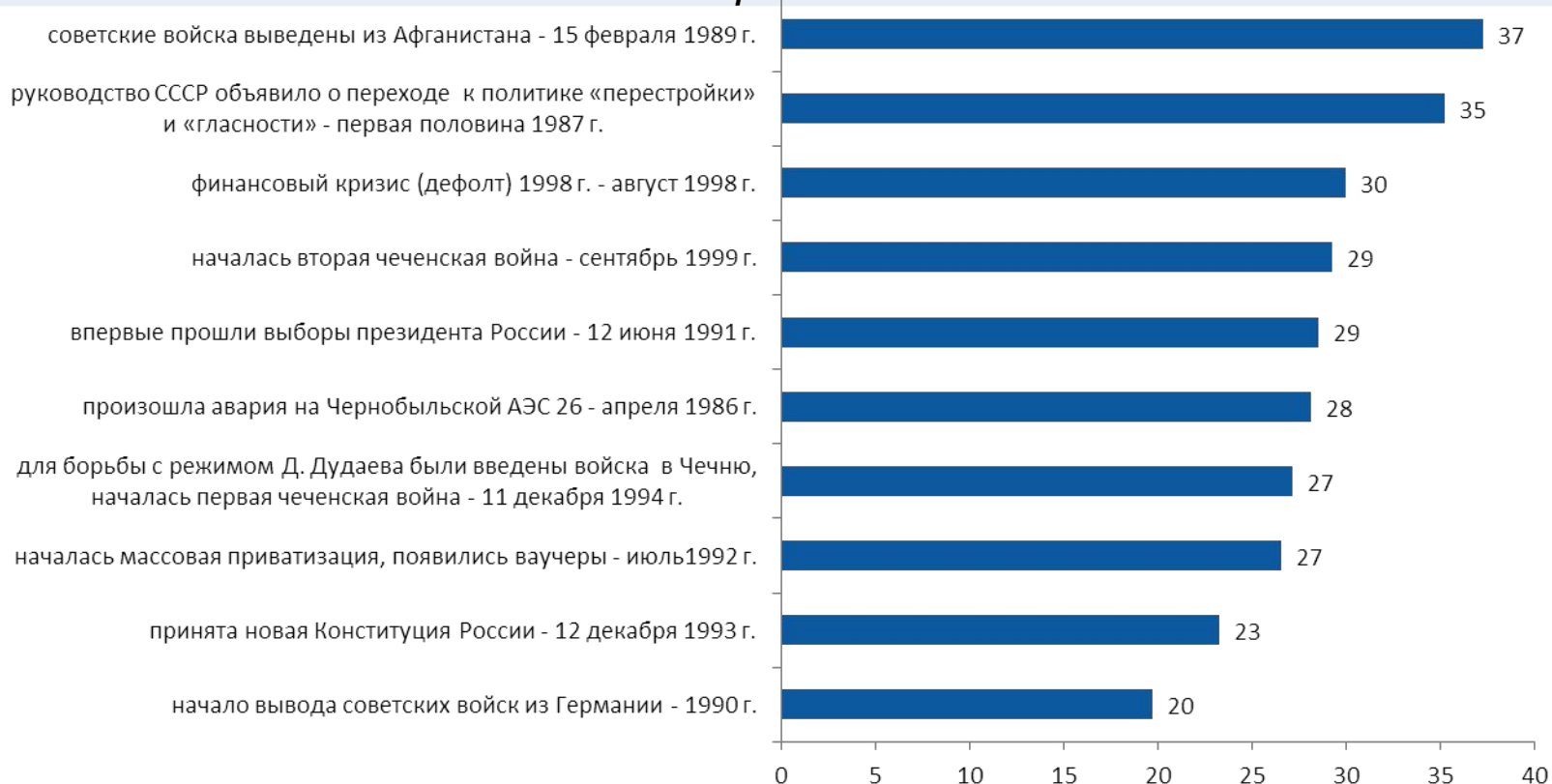
Общенациональные репрезентативные опросы ФОМ (2010 – 2011 г.г.)

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?»*

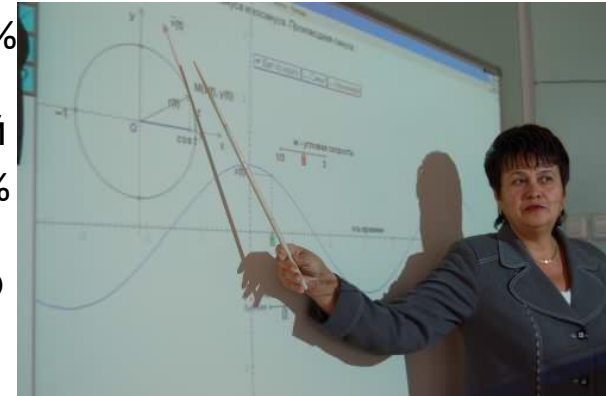
1. брать кредит в банке
2. оформлять кредит в магазине
3. работать за компьютером
4. пользоваться интернетом, вести переписку по электронной почте
5. ездить за границу
6. расплачиваться за товары, услуги при помощи пластиковой карточки
–иметь дело с иностранной валютой
1. пользоваться услугами косметических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

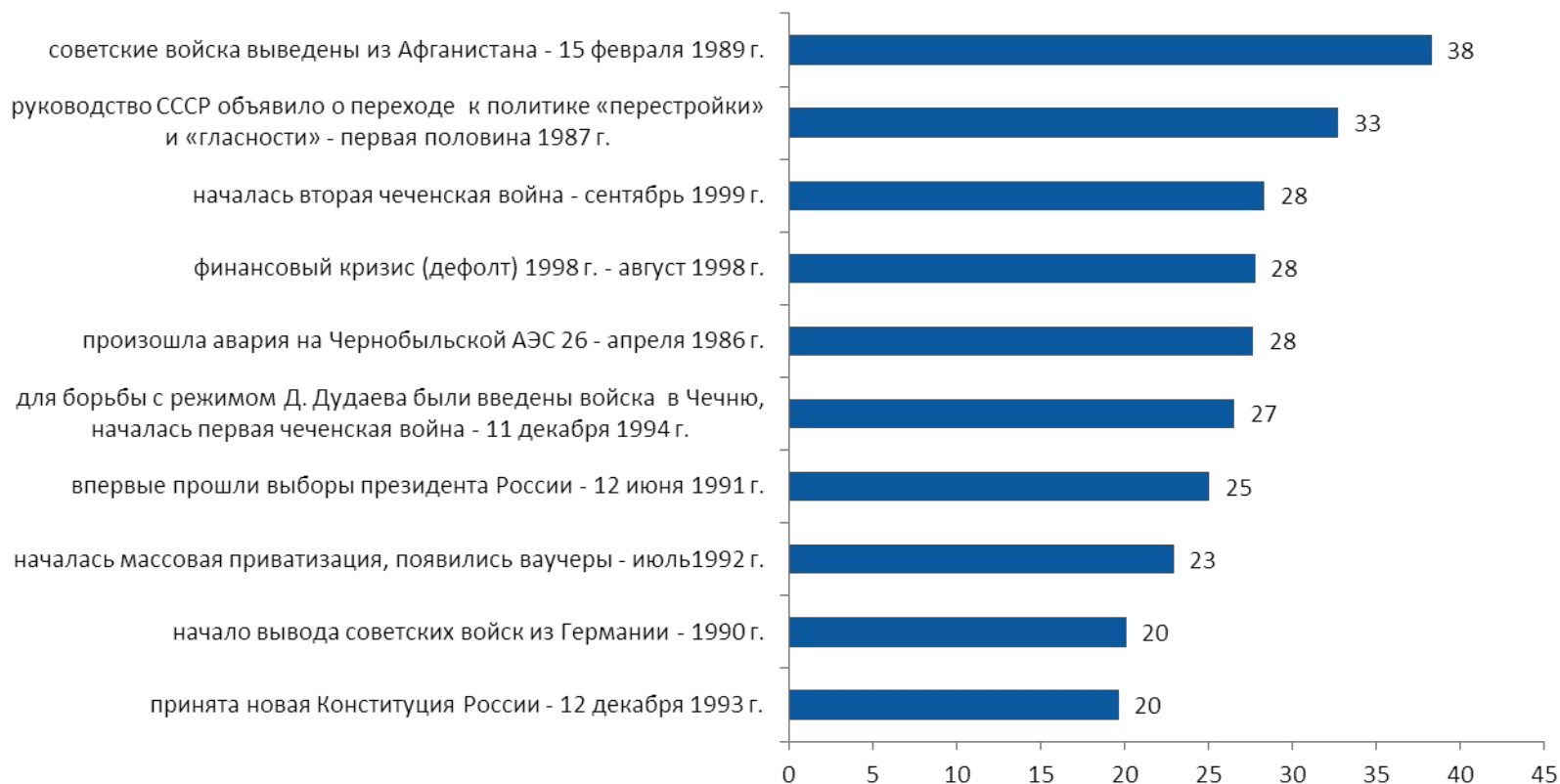


- *Современные потребительские практики не используют.*
- *Все новости в том числе и о новых потребительских практиках - из центральных и местных каналов ТВ.*
- *70% внешний локус ответственности.*
- *Доминирующее эмоциональное состояние – раздражение или потерянности (48%).*

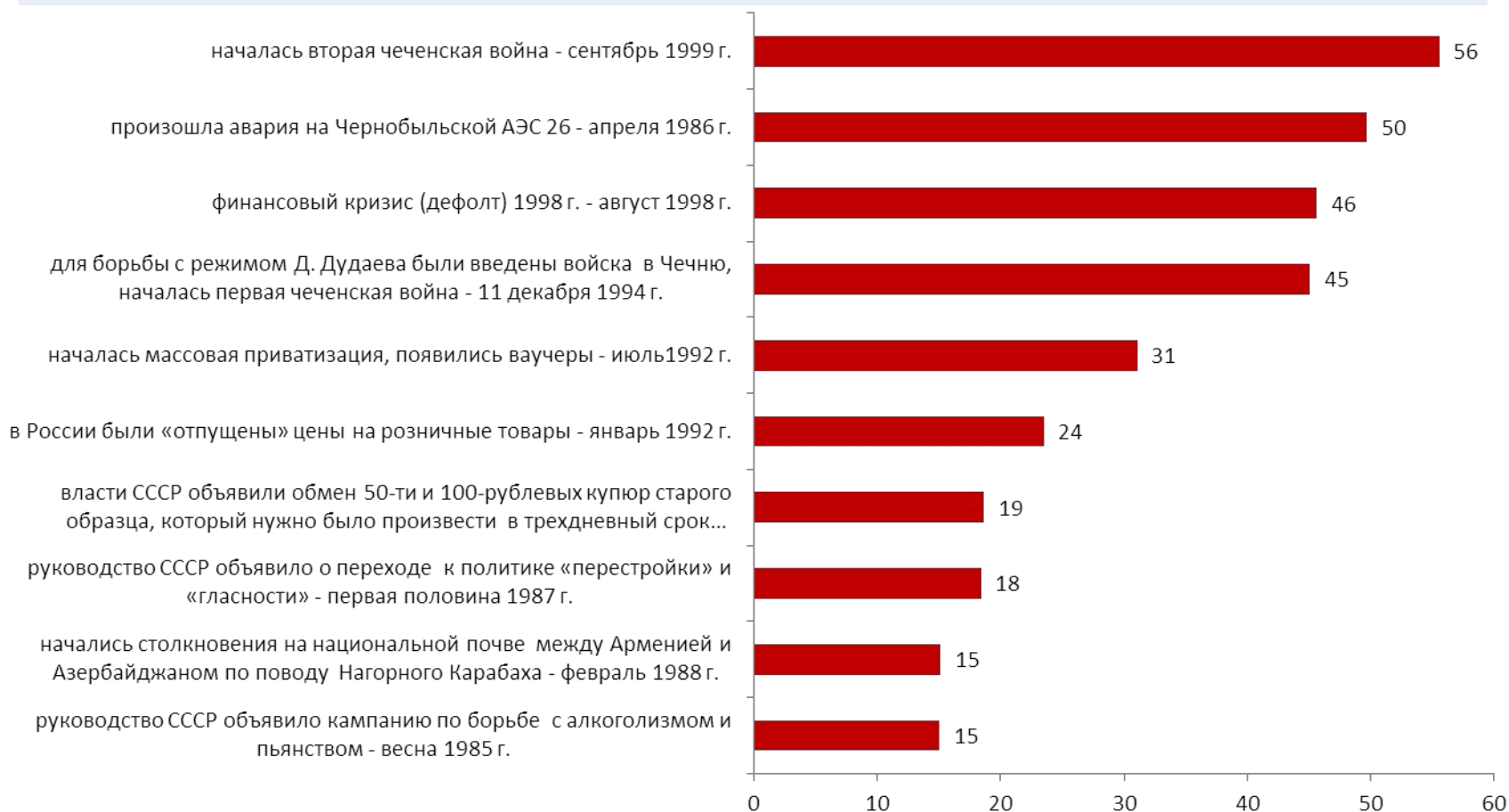


А какие из перечисленных событий Вы считаете **важными**, оказавшими существенное влияние на жизнь страны и людей?

«Аутсайдеры»



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



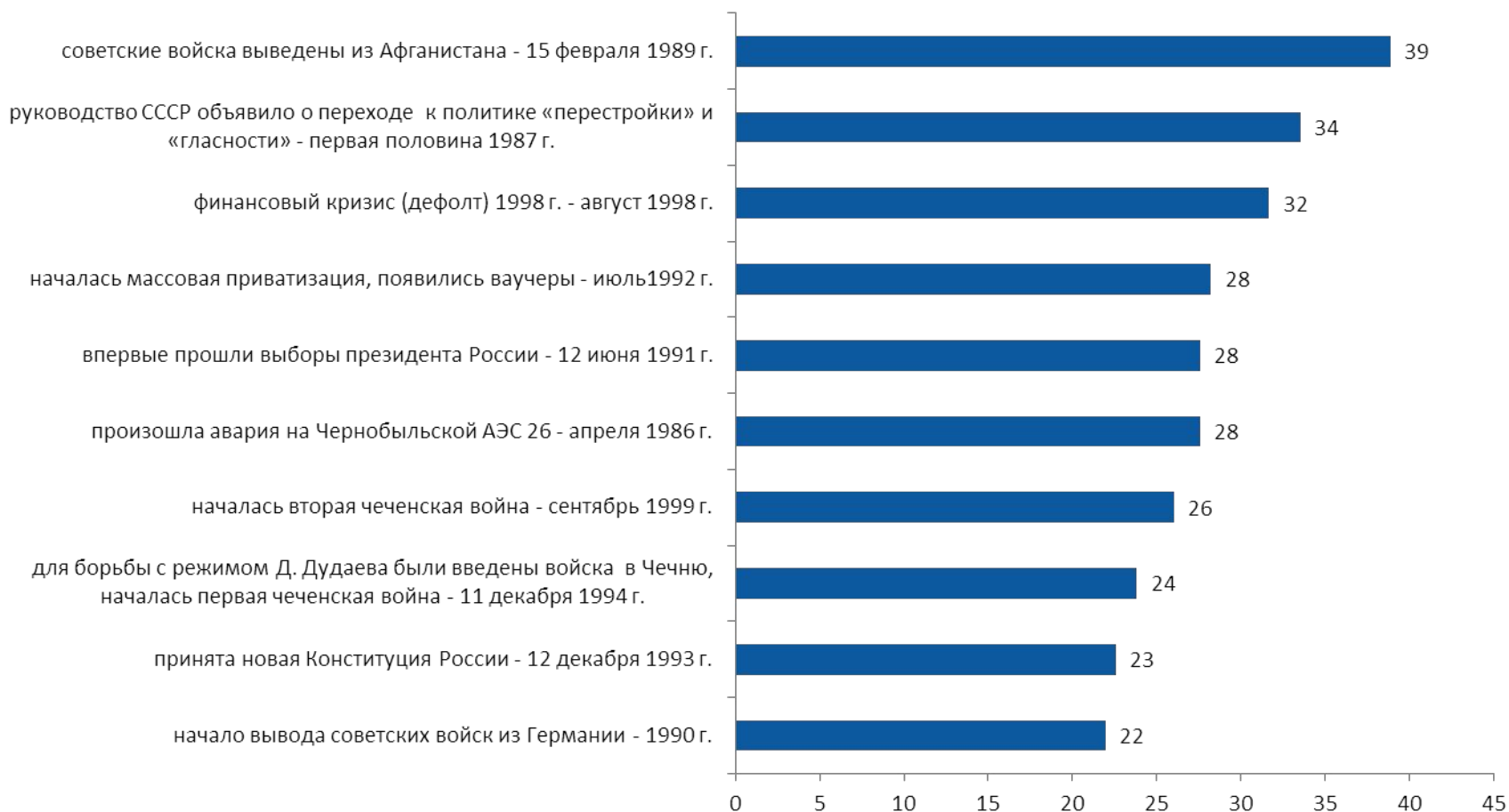
Транзит от традиционного к современному стилю потребления – «заемщики» (13%)

- 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»

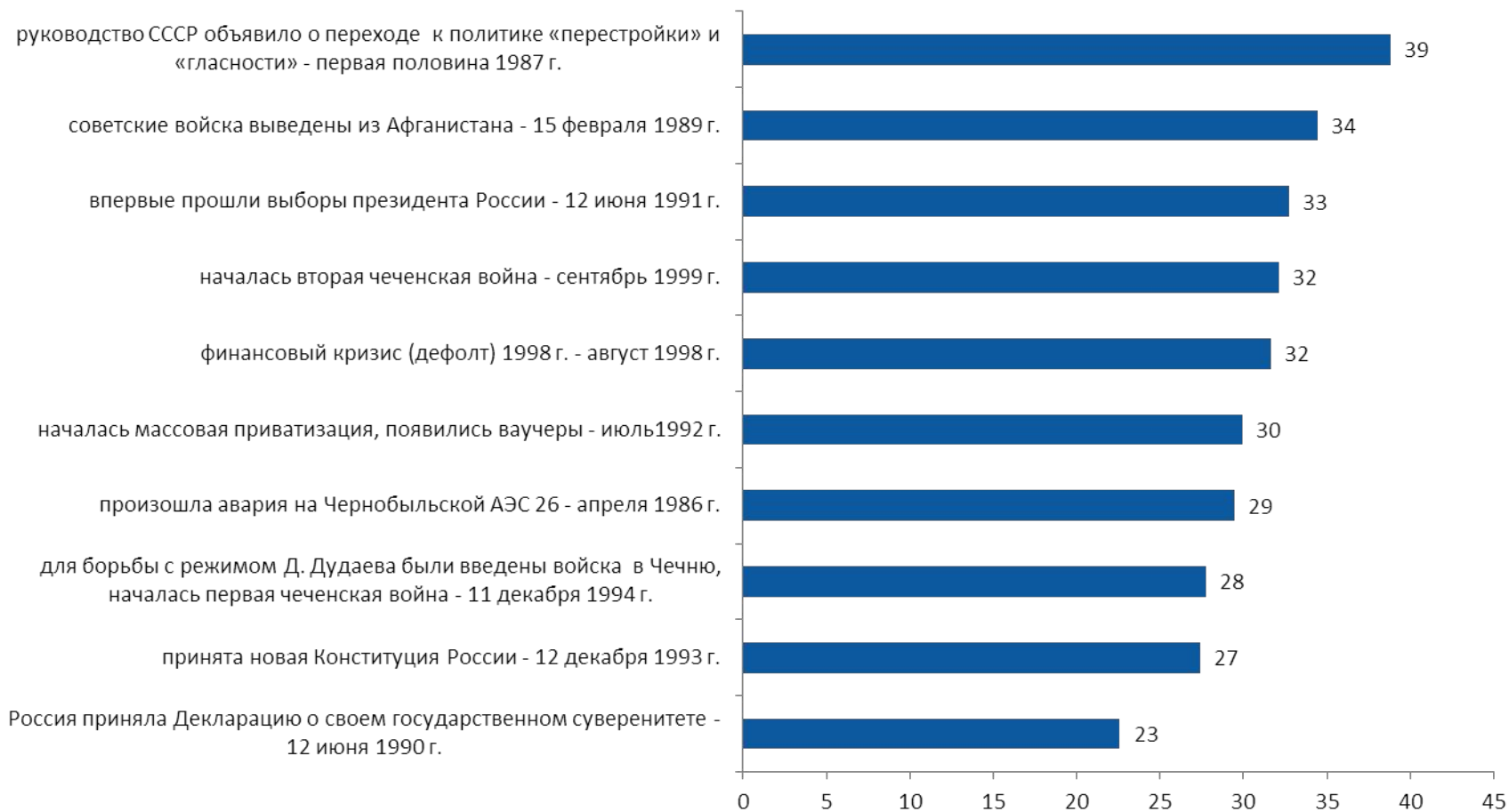


Современный стиль потребления – «обитатели интернета» (37%)

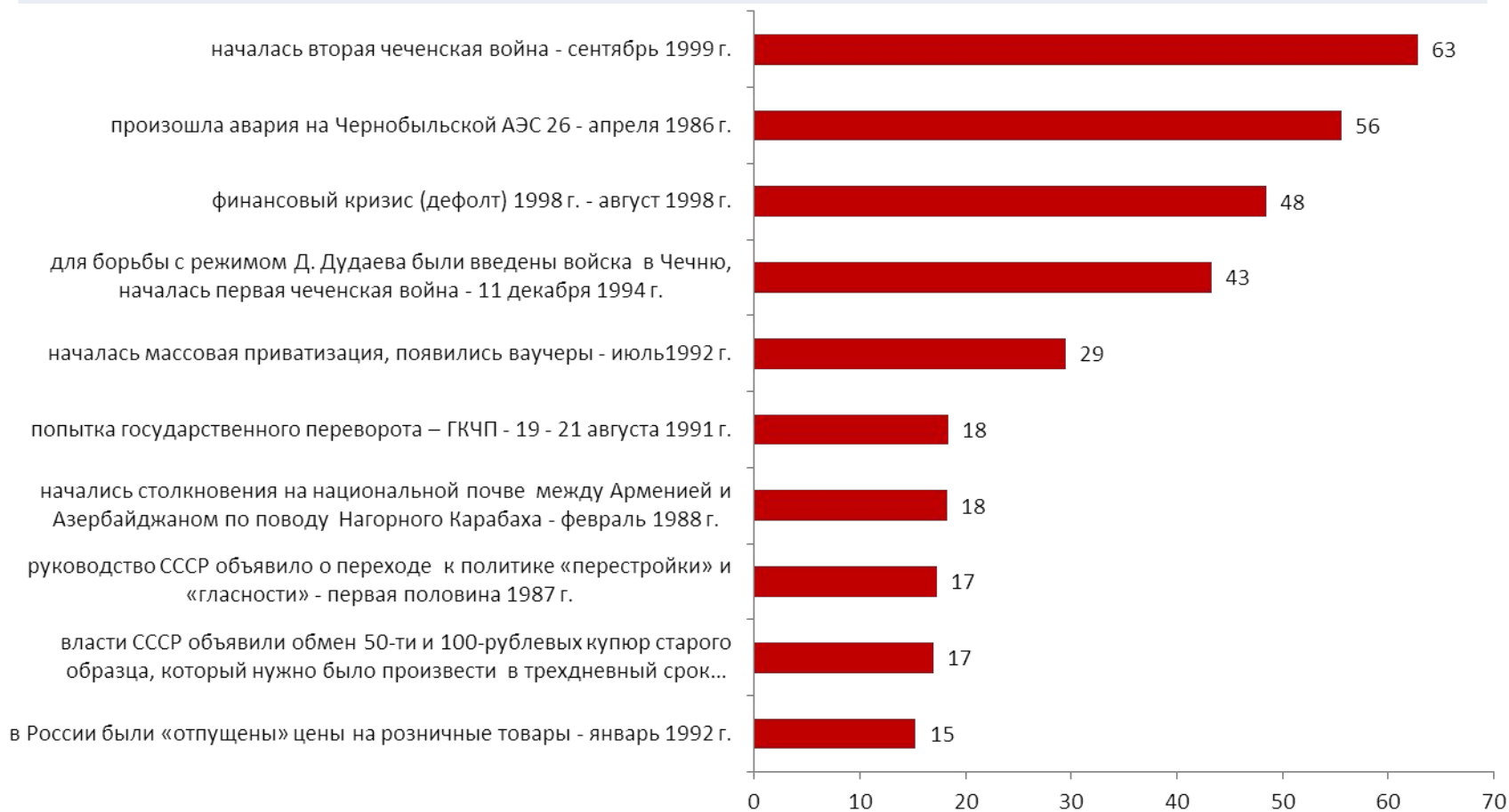
- Пол: **53% женщин, 47% мужчин**
- Возраст: **53% моложе 30**; 26% от 31 до 45, 21% старше 46 лет
- Образование: **40% со средним специальным, 33% с высшим**; 27% не выше среднего общего
- Уровень дохода: **46% средний**, 27% высокий, 27% низкий
- Род занятий: **29% специалисты и руководители**, 19% 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»



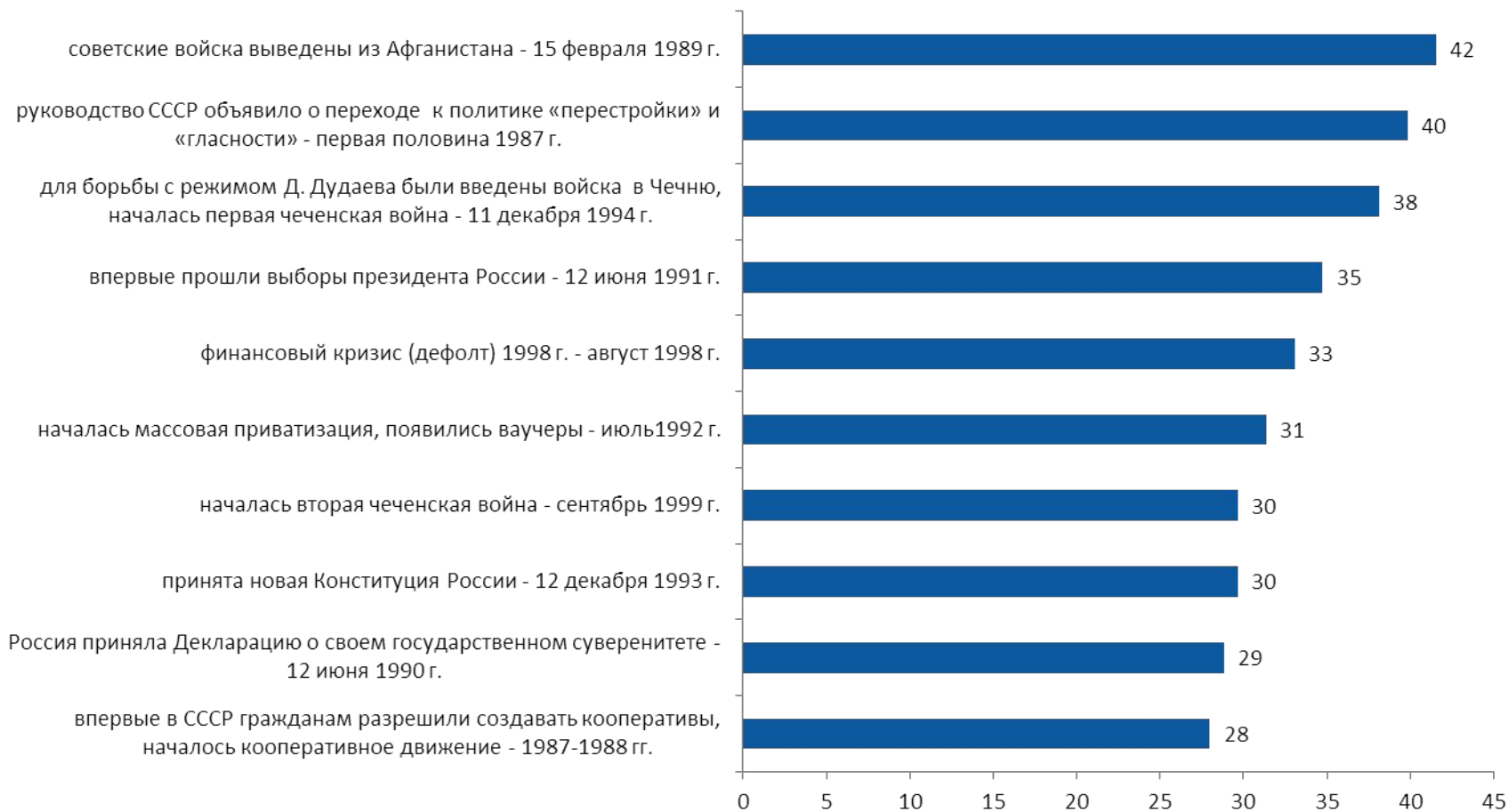
Современный стиль потребления – «деловые люди» (8%)

- 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»



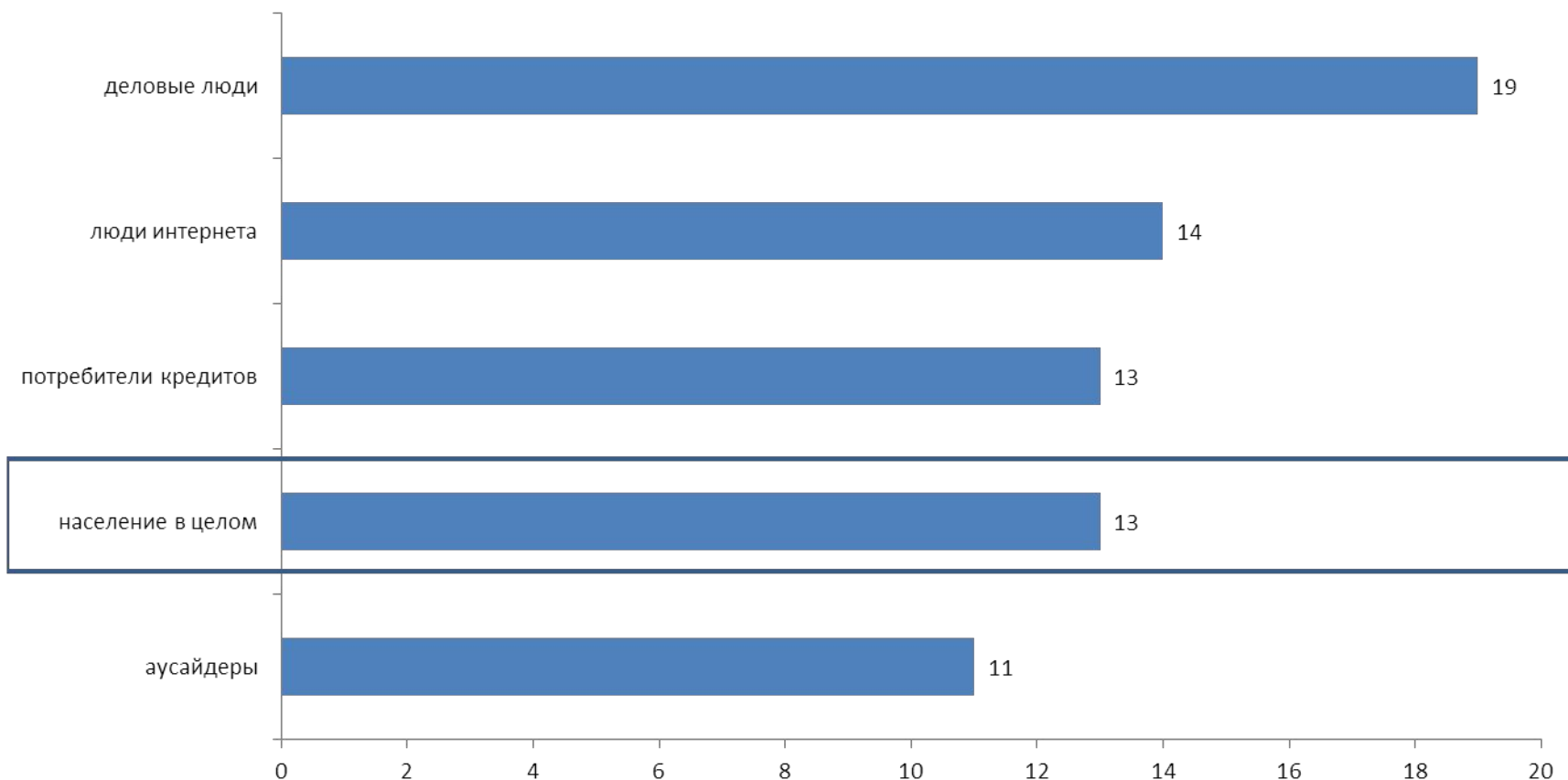
Современный стиль потребления – «деловые люди» (8%)

- *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?

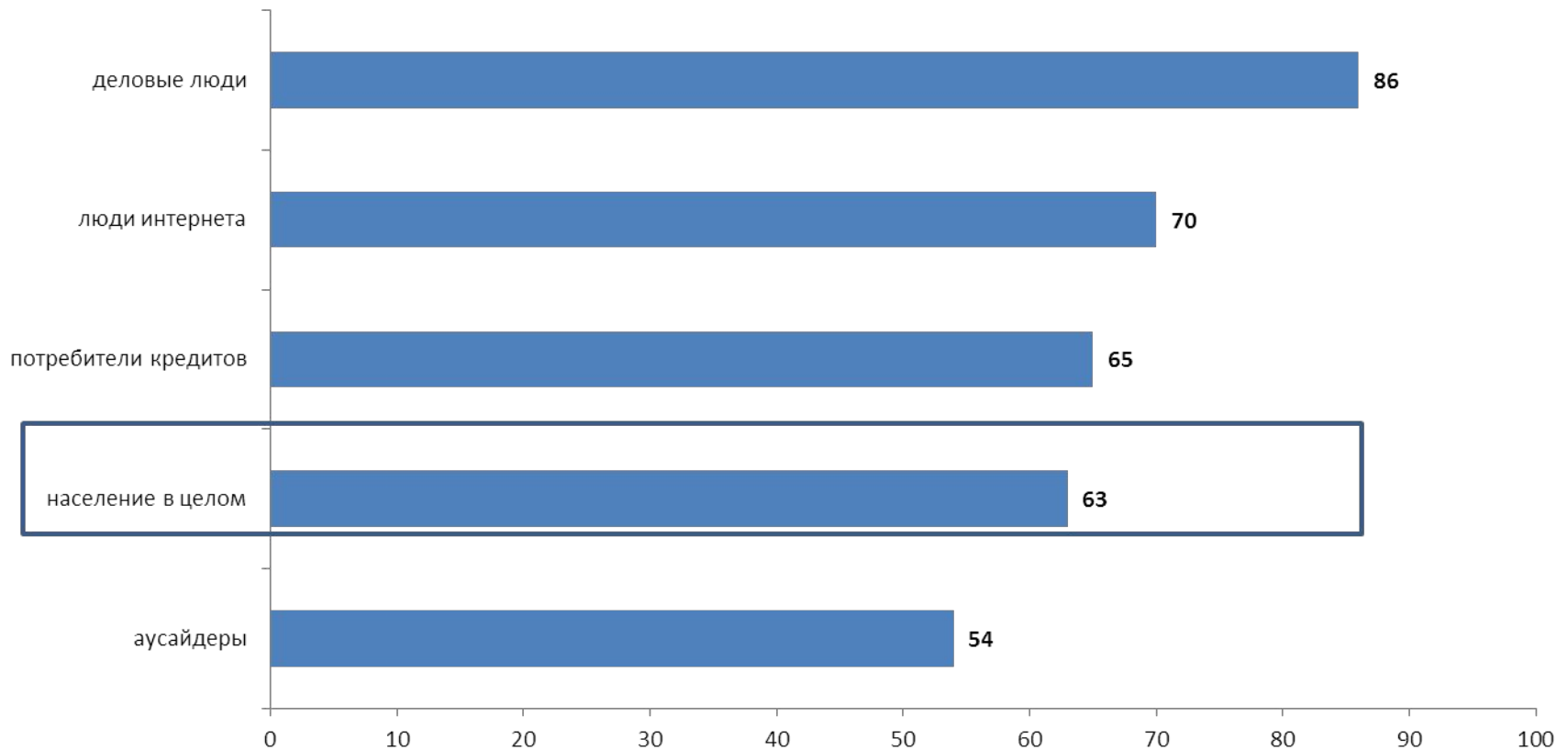
согласия, сплоченности



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)?

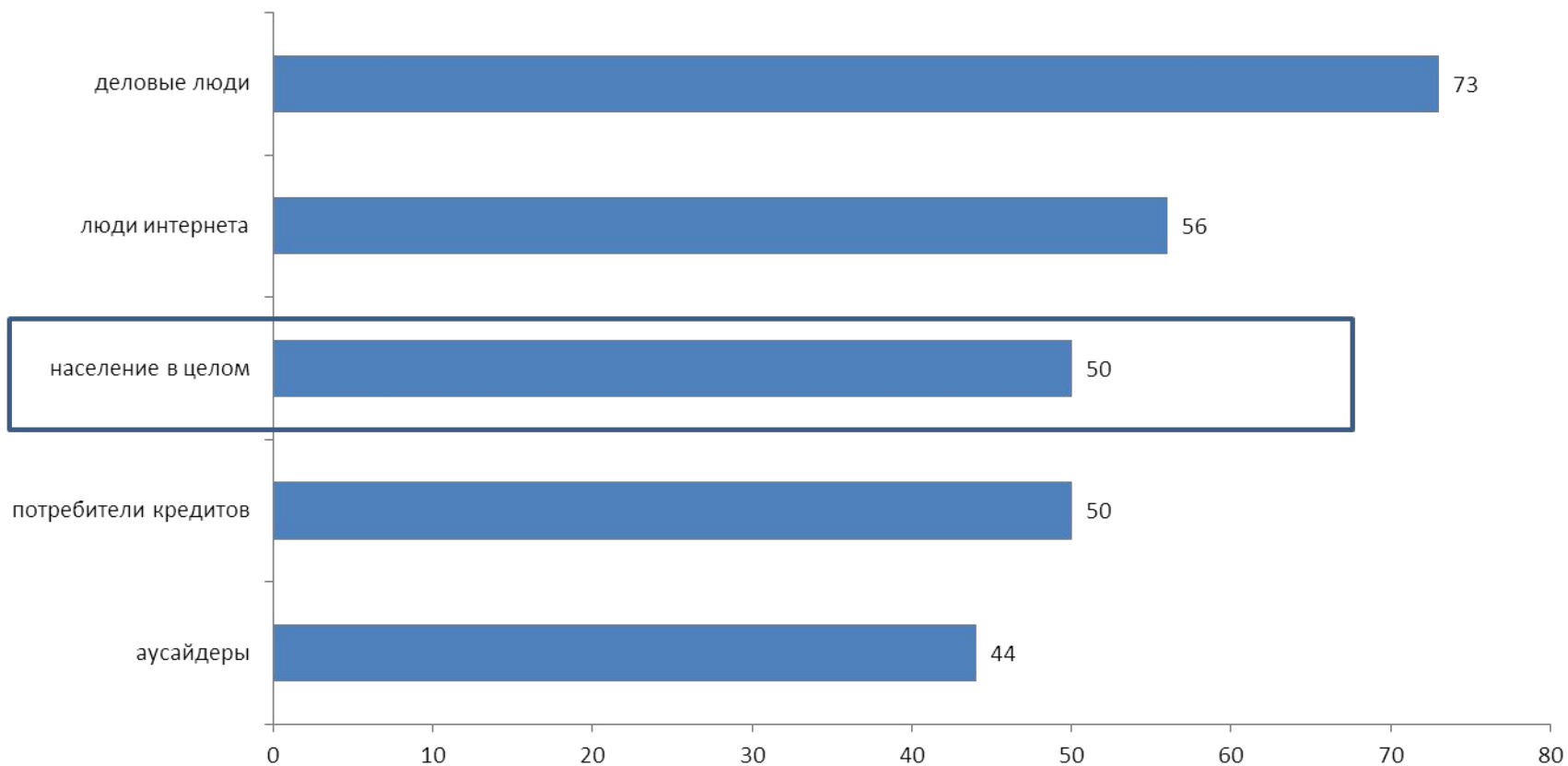
чувствую ответственность



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



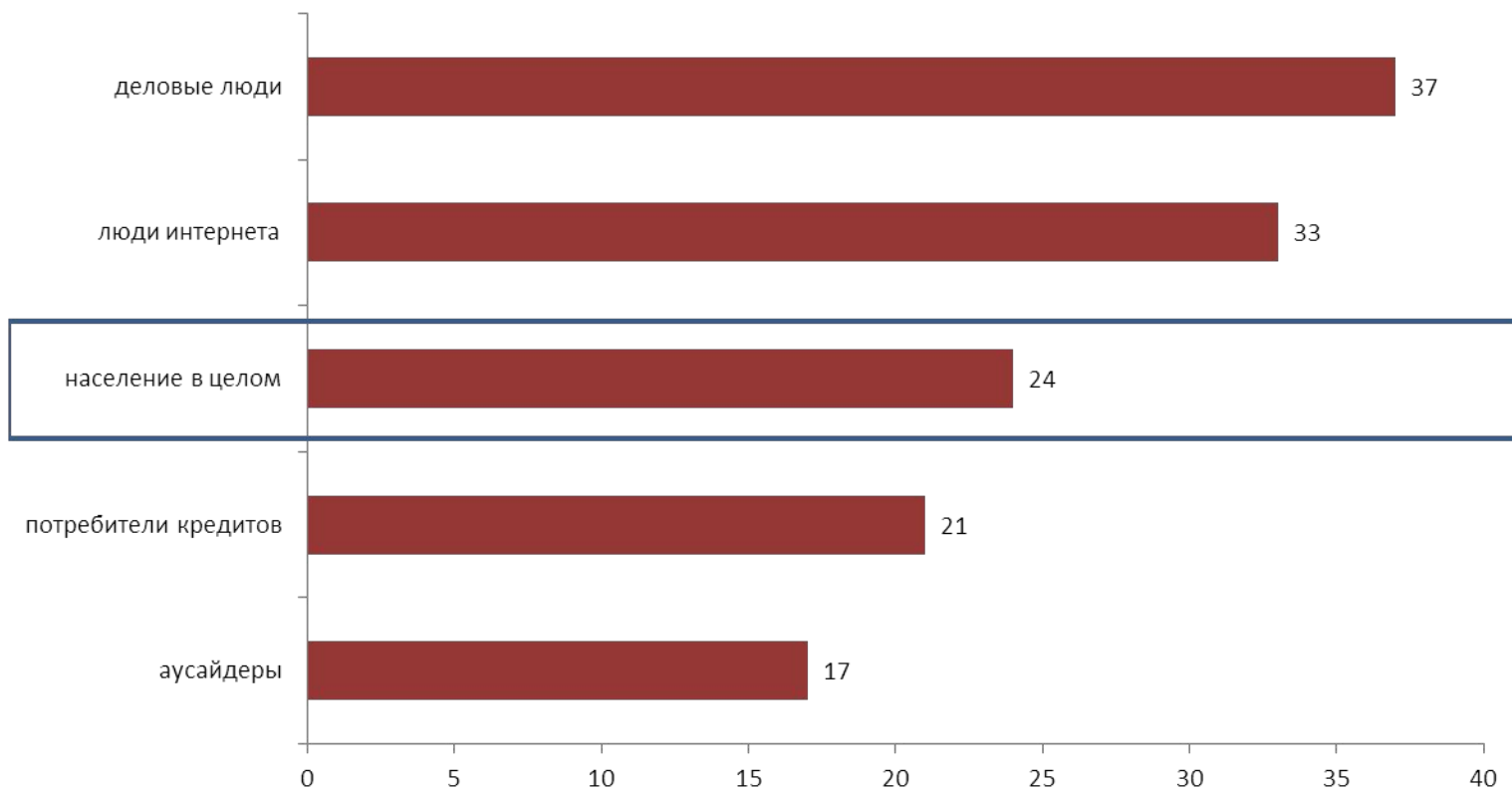
По вашему мнению, возможно или невозможно искоренить коррупцию?

невозможно



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?

сталкивался (ась)



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

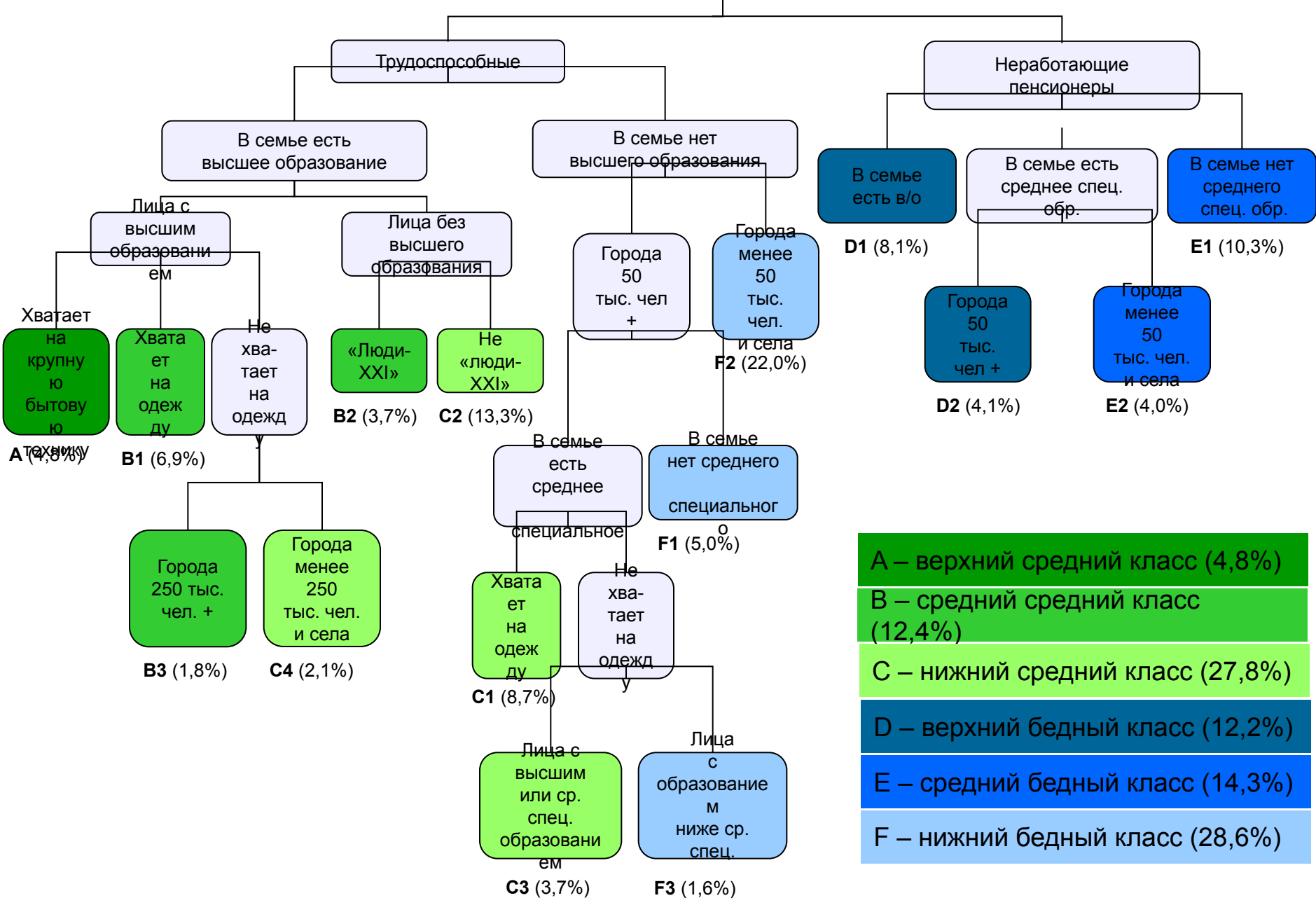
«Социография», разработанная в ФОМе, позволяет пользоваться преимуществами комплексных типологий, избегая их недостатков

- 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



- A – верхний средний класс (4,8%)
- B – средний средний класс (12,4%)
- C – нижний средний класс (27,8%)
- D – верхний бедный класс (12,2%)
- E – средний бедный класс (14,3%)
- F – нижний бедный класс (28,6%)