

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ЦЕННОСТНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ НАСЕЛЕНИЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (весна - лето 2018 года)

АННОТАЦИЯ

Представленный аналитический отчет социально-экономических взглядов и ценностных диспозиций населения Нижегородской области базируется на исследовании общественного мнения, проведенного весной 2018 г. сотрудниками **Приволжского филиала ФНИСЦ РАН** (А.И. Самсонов, Н.М. Морозова). Выборка: **1323** респондента, случайная, квотная, пропорциональная основным социально-демографическим характеристикам. Допустимая погрешность измерения $\pm 3,0\%$.

Цель исследования – анализ социально-экономических и ценностных взглядов жителей Нижегородской области через призму их идейных предпочтений.

Задачи:

1. Изучение взглядов на современное социально-экономическое положение в регионе и стране и основные причины.
2. Анализ потенциала протестной активности.
3. Сравнительный анализ ценностных предпочтений.
4. Анализ приоритетных стратегий решения социально-экономических проблем.
5. Обобщенный гендерно-демографический и социально-экономический портрет представителей различных групп.

Основные параметры выборки (1323 респондента):

По полу:

Мужчины	46,9%
Женщины	53,1%

По возрасту:

От 16 до 22 лет	20,7%
От 23 до 29 лет	16,6%
От 30 до 39 лет	17,0%
От 40 до 49 лет	21,1%
От 50 до 59 лет	14,3%
От 60 до 69 лет	7,1%
Старше 70 лет	3,3%

По образованию:

Неоконченное среднее	1,1%
Среднее (школа)	10,8%
Среднее специальное (училище, колледж, техникум и т.п.)	31,9%
Высшее (бакалавриат)	26,6%

Высшее (специалитет или магистратура)	26,2%
Несколько высших или ученая степень (звание)	3,4%

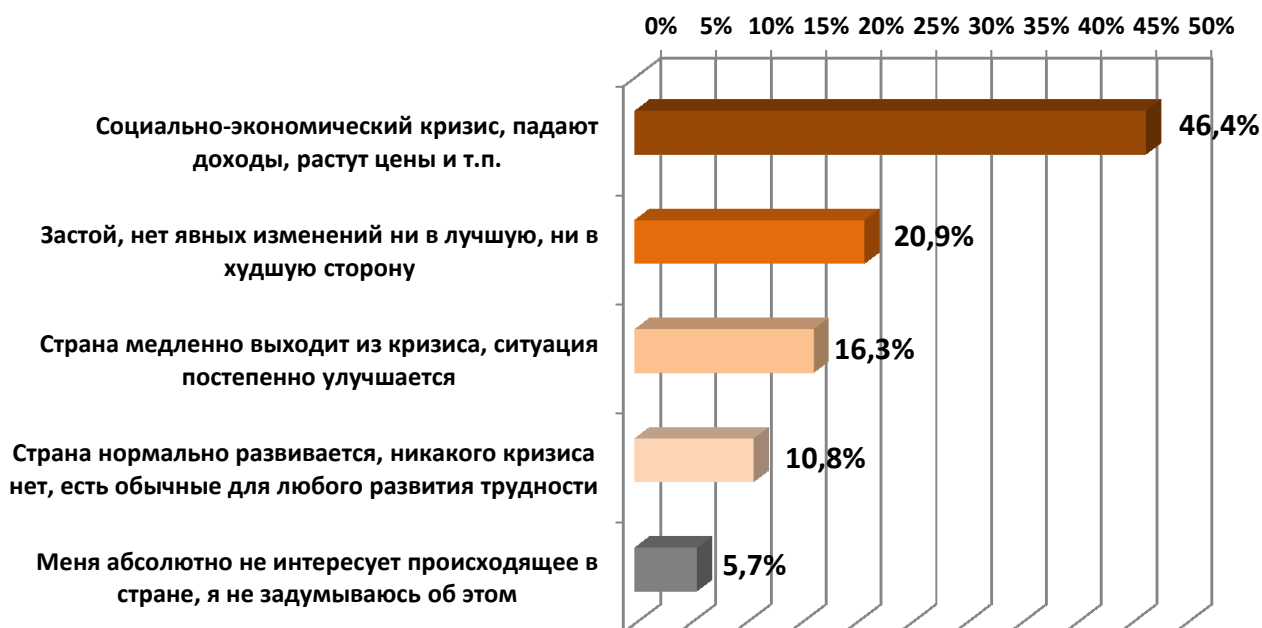
Часть 1.

ОБЩЕЕ ВОСПРИЯТИЕ СИТУАЦИИ В СТРАНЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ

Около половины опрошенных (**46,4%**) считает ситуацию в стране кризисной, рассматривая в качестве основных признаков преимущественно социальные (то есть рост цен при падении уровня доходов). Как «застой» (одновременное отсутствие положительных и отрицательных изменений) воспринимает ситуацию в стране **20,9%** от числа опрошенных. Необходимо отметить, что в целом определение ситуации в стране как «застой» однозначно не является в общественном восприятии положительной характеристикой.

Приоритет положительным изменениям в социально-экономической сфере страны готовы признать лишь не многим более **27%** респондентов, при том, что свыше половины этой группы считает улучшения минимальными. Лишь **5,7%** жителей региона считает себя абсолютно автономными, и не интересуются происходящим в стране (см. Диаграмма 1.1).

Диаграмма 1.1. Оценка жителями общей ситуации в социально-экономической сфере



Ключевыми проблемами политического и социально-экономического развития опрошенные считают: 1) Высокие налоги, штрафы, иные платежи государству, и "теневая экономика" (безналоговая) – **50,1%**; 2) Коррупция, массовое использование служебного положения в личных целях (**49,6%**); 3) Несправедливое распределение зарплат между исполнителями (низкая) и руководителями (высокая) – **43,3%**; 4) Кризис системы здравоохранения, отсутствие дешевых лекарств, рост платных услуг (**41,5%**). Таким образом, просматривается единый социально-экономический и политически связанный комплекс проблем, актуализируемых населением и возникший как под влиянием личного

опыта (места 3 и 4), сформировавшиеся под сильным воздействием СМИ (2), а также сочетающие личный опыт и информацию СМИ (1).

Необходимо отметить тот факт, что с одной стороны, наблюдается высокий уровень дисперсии проблем, а с другой – отдельные проблемы, обозначенные респондентами, явно выделены исходя из личного опыта, а не благодаря информационному воздействию (либо, при минимальном уровне такового). Например: 1) Плохая организация труда - руководителей больше чем работников (**36,2%**); 2) Низкое качество профессионального образования (готовим плохих специалистов от школы до ВУЗа) – **30,2%**; 3) Потеря людьми ценностных ориентиров, равнодушие, себялюбие, моральный кризис (**28%**).

Таблица 1.1. Проблемное поле с точки зрения населения

Какие политические и социально-экономические проблемы страны Вы считаете наиболее значимыми, актуальными? (не более 5-ти вариантов)	от числа ответивших (сумма 100%)	от числа опрошенных (более 100%)
Низкая производительность труда - зарплата выше чем результат труда	3,2%	13,0%
Плохая организация труда - руководителей больше чем работников	9,0%	36,2%
Низкое качество профессионального образования (готовим плохих специалистов от школы до ВУЗа)	7,5%	30,2%
Высокие налоги, штрафы, иные платежи государству, и "теневая экономика" (безналоговая)	12,5%	50,1%
Несправедливое распределение зарплат между исполнителями (низкая) и руководителями (высокая)	10,8%	43,3%
Несменяемость власти, слабость демократических институтов	7,3%	29,3%
Снижение числа трудоспособного населения и рост числа пенсионеров	3,5%	13,8%
Огромный по численности непроизводственный сектор (бюджетники, армия, полиция, чиновники и т.п.)	3,8%	15,4%
Слабое гражданское общество, отсутствие интереса населения к его развитию и институтам	6,5%	26,1%
Кризис системы здравоохранения, отсутствие дешевых лекарств, рост платных услуг	10,4%	41,5%
Потеря людьми ценностных ориентиров, равнодушие, себялюбие, моральный кризис	7,0%	28,0%
Отсутствие национальной идеологии, преобладающего образа будущего страны	3,5%	13,9%
Коррупция, массовое использование служебного положения в личных целях	12,4%	49,6%
Давление государства и монополий на частный бизнес, отсутствие конкуренции	2,5%	10,1%
Все перечисленные	0,1%	0,3%

Если рассматривать современное капиталистическое общество как историческую производную развития протестантской этики и духа, то следует отметить высокий уровень интеграции ценностей ранней стадии развития капитализма в структуру отношения к труду и жизни россиян. Так, в качестве стратегий «выживания» лидируют целеустремленность

(55%) и трудолюбие (53,7%), оказавшихся безусловными лидерами. На втором месте оказались достаточно абстрактные позиции, такие как «Деньги» (37,3%) и «Здоровье» (35,7%), которые лишь отчасти могут восприниматься как инструментальные.

На условном третьем месте «Связи» (27,6%) и «Удача» (21,9%). Таким образом, как минимум четверть респондентов, рассчитывает не только на себя, но и на внешние факторы. Это факторы, как «управляемые» (связи можно «наработать», активизировать, «поискать» и т.п.), так и сакральные (удача – нечто, лишь сопутствующее усилиям индивида, но не зависящее от них).

Диаграмма 1.2. Выбор стратегии «выживания» (ценностные ориентиры)



Интересно отметить, что лишь 5% опрошенных мешают «выживать» морально-нравственные принципы или законы и нормы общества (4,9%). Кроме того, только 16,3%

респондентов полагает, что им не хватает свободы (возможности делать то, что они хотят) для достижения положительных результатов их индивидуальной стратегии «выживания».

Часть 2.

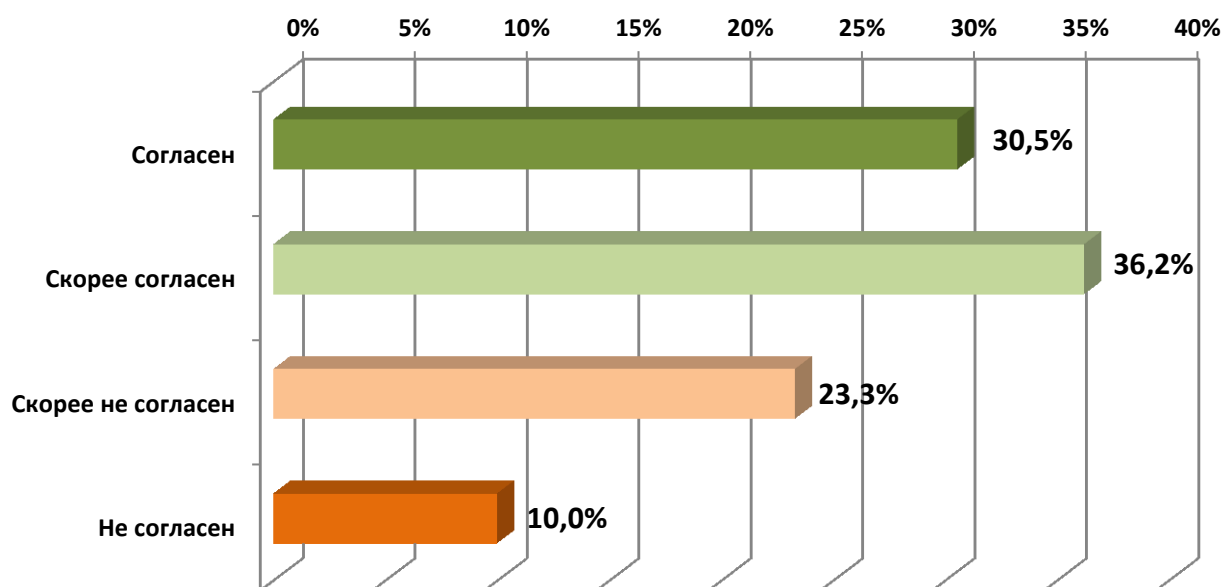
ИДЕЙНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Группа вопросов, относящаяся к идейно-политическим взглядам респондентов, сознательно была лишена шаблонных характеристик, таких как «либералы», «консерваторы» или «коммунисты», однако неизбежно включала основные идейно-политические особенности их взглядов. Результаты исследования показали достаточно высокий уровень аполитичности и крайне неопределенные идеологические предпочтения населения.

§1. Либералы.

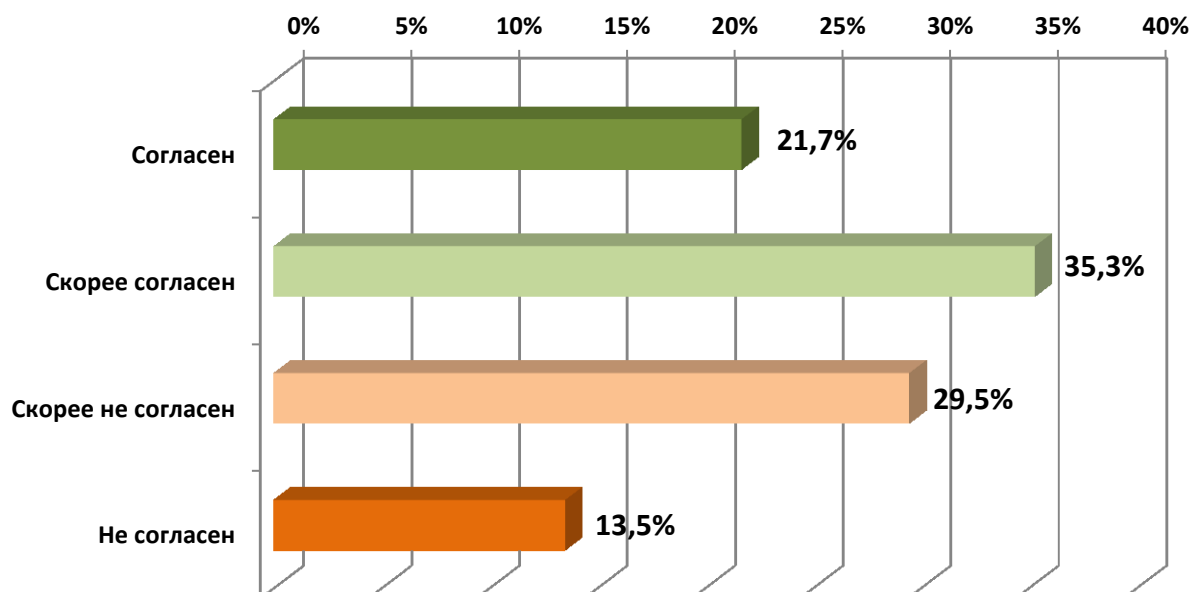
Подавляющее большинство респондентов выступает в поддержку индивидуальных свобод и частного предпринимательства (**66,7%**). Одновременно стоит отметить, что даже после 30 лет усиленной пропаганды данных ценностей, треть населения их не поддерживает. Это, как минимум, говорит о неоднозначности их восприятия и, предположительно, негативной практике их реализации.

Диаграмма 2.1. Отношение к индивидуальным свободам и частному предпринимательству



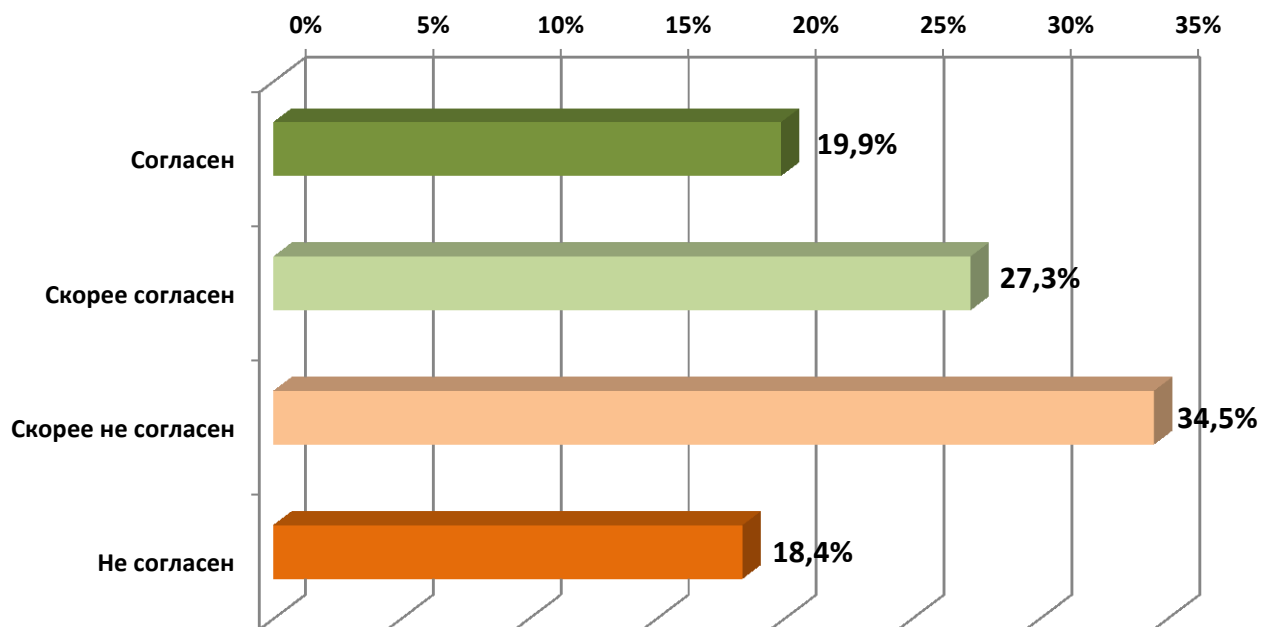
Отношение населения к частной собственности и принципу её неприкосновенности показывает, что данная проблема даже в настоящее время способна расколоть общество практически пополам. Так, в поддержку частной собственности и её неприкосновенности выступило **57%** опрошенных нижегородцев, а против — **43%**. Как минимум, заставляет задуматься о том, не сколько «либерально-капиталистическим» по своим взглядам и убеждениям является российское общество сегодня.

Диаграмма 2.2. Отношение к господству частной собственности и её неприкосновенности



Согласно с минимизацией влияния государства и церкви на общественно-политические и социально-экономические процессы согласно лишь около **47%** опрошенных нижегородцев. Против этого выступает почти **53%** респондентов. Фактически, данная либеральная позиция не пользуется поддержкой большинства населения.

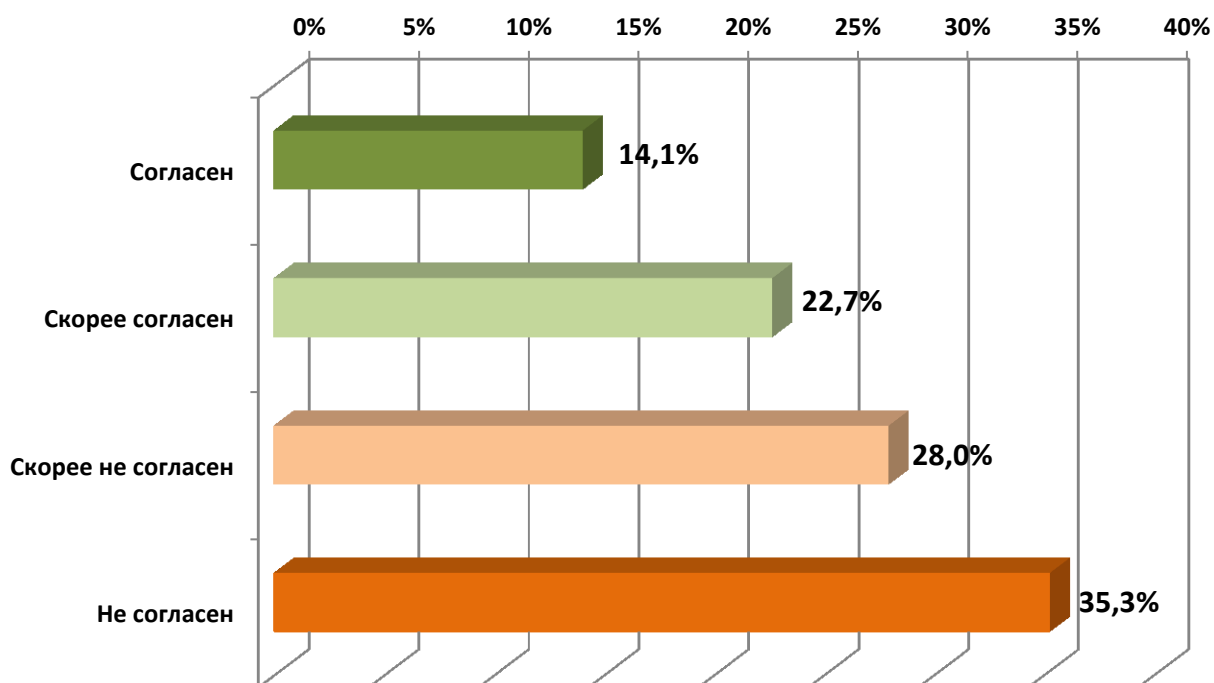
Диаграмма 2.3. Отношение к минимизации влияния государства и церкви



Ультра либеральная позиция, характеризующаяся поддержкой разнообразных меньшинств, зачастую в ущерб мнению большинства, пользуется поддержкой **36,8%** респондентов, принявших участие в опросе. Одновременно только те жители, кто категорически не согласен с подобной точкой зрения, составляют **35,3%** от общего числа

опрошенных жителей региона (в сумме – **63,3%**). Таким образом, «истинные либералы» составляют менее половины, однако более трети современного российского социума.

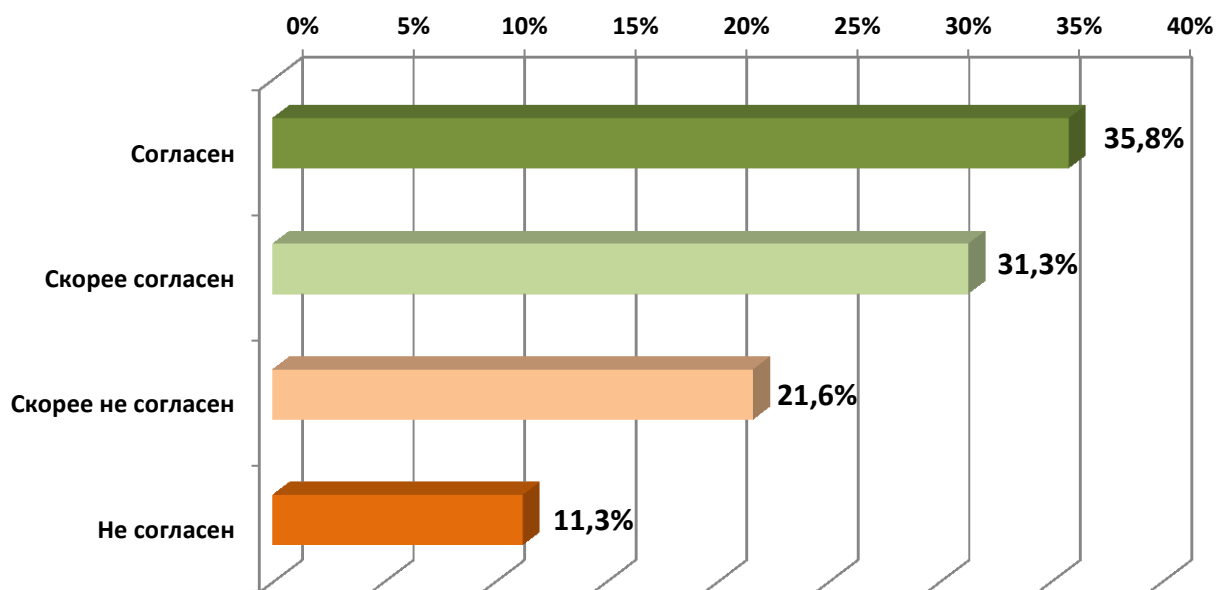
Диаграмма 2.4. Отношение к поддержке разнообразных меньшинств и их позиций



§2. Консерваторы.

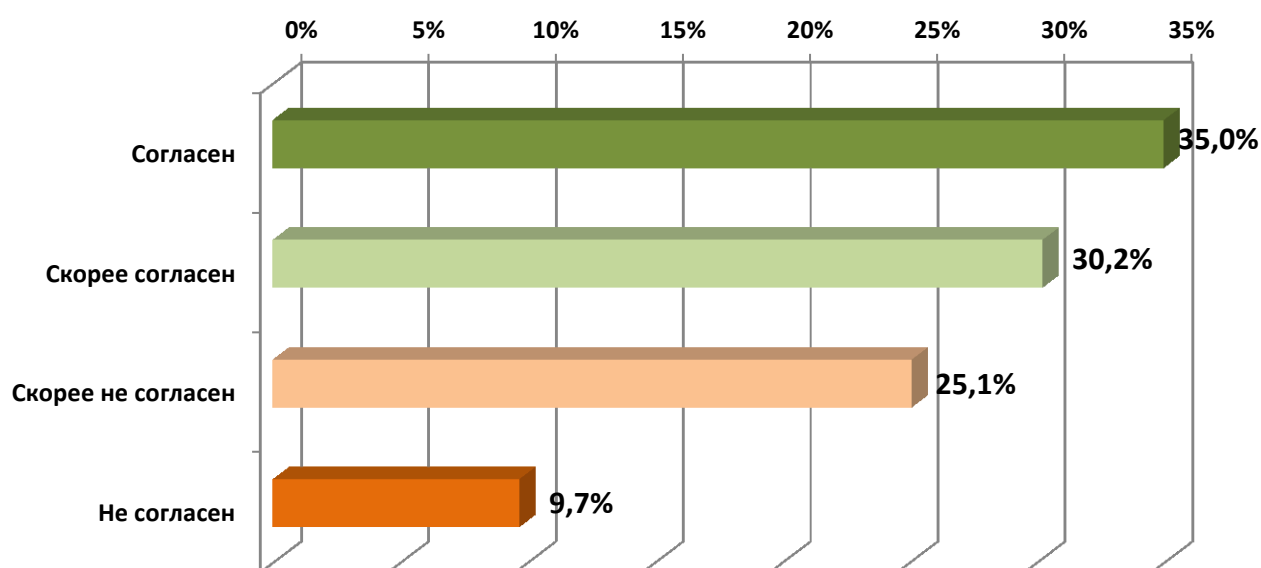
Сторонники сильного государства с единой идеологией – **67,1%** от общего числа опрошенных респондентов. Их противники составляют менее трети населения региона (**32,9%**).

Диаграмма 2.5. Отношение к «сильному» государству с единой идеологией



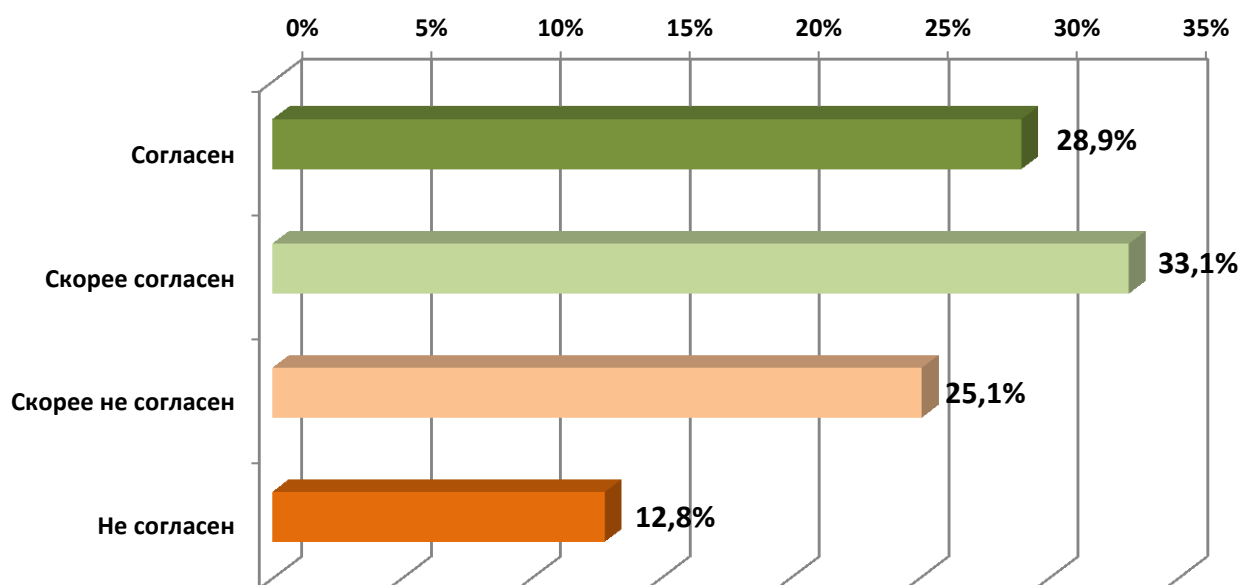
Аналогичное количество населения ориентировано на поддержку традиционных ценностей и норм – **65,2%**. Противниками является примерно треть населения (**34,8%**).

Диаграмма 2.6. Отношение к сохранению традиционных ценностей и норм



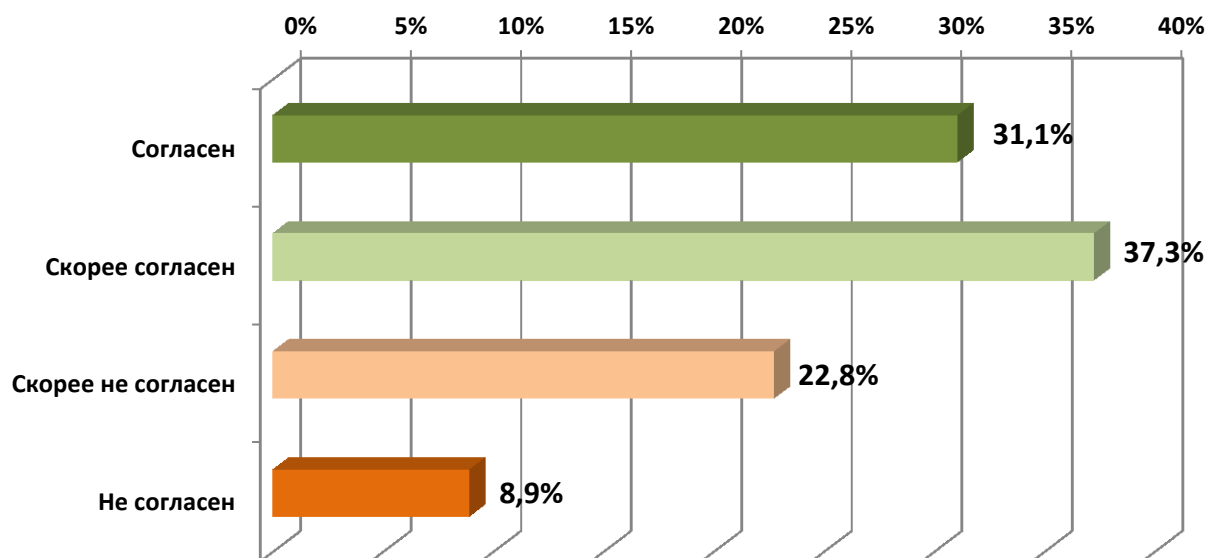
Противники радикального и революционного способа преобразования социально-экономических и политических отношений выступает **62%** от общего числа опрошенных нижегородцев. Сторонники радикальных средств и методов преобразования действительности вновь образуют чуть более трети от числа респондентов – **37,9%**. При этом необходимо отметить, что сторонниками возможной радикальной «реорганизации» действительности могут быть представители всех идейно-политических воззрений, за исключением консерваторов.

Диаграмма 2.7. Отношение (негативное) к революционным и радикальным преобразованиям



Открытыми противниками активного вмешательства государства в экономическую сферу являются лишь **31,7%** от числа респондентов выборки. Поддерживает подобное вмешательство (участие) почти **70%** населения.

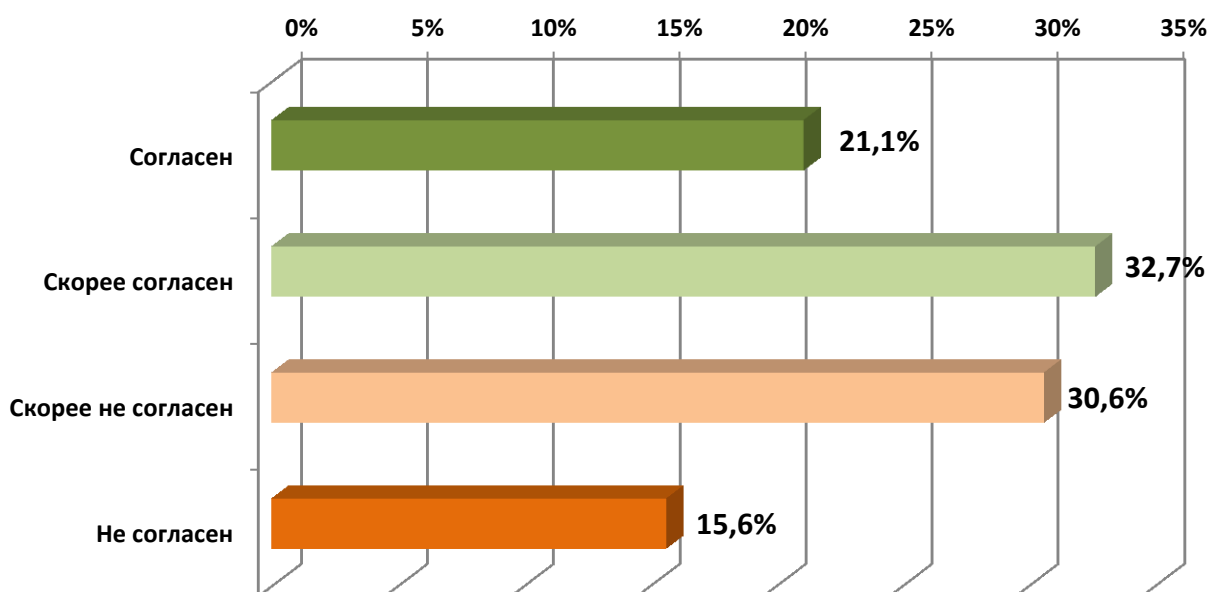
Диаграмма 2.8. Отношение к активному участию государства в регулировании экономики



§3. Социал-демократы («евро-формат»).

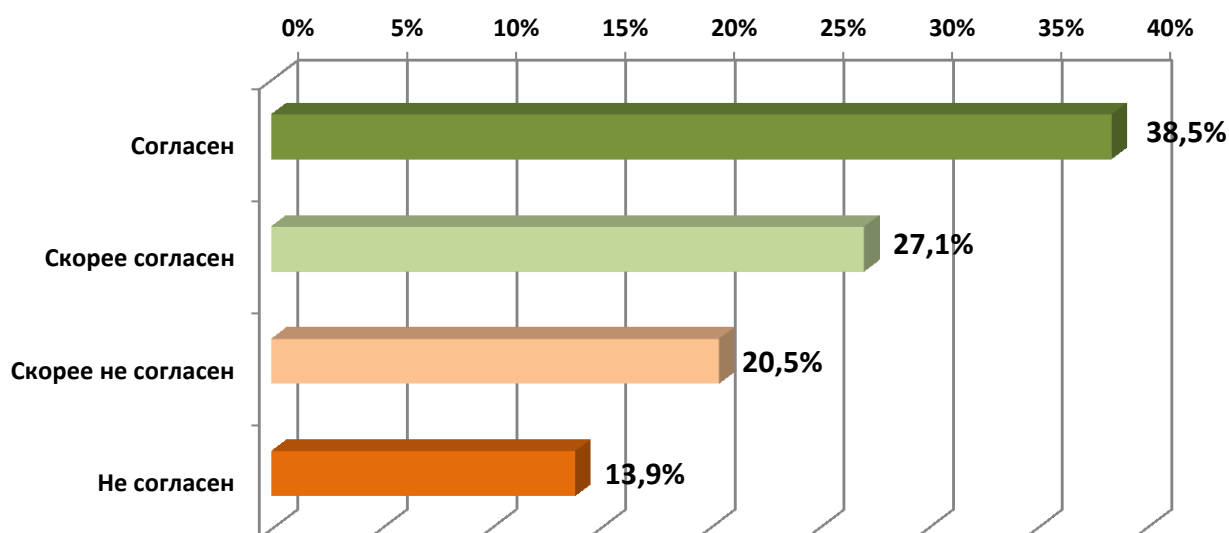
Права и возможности меньшинств – одно из ключевых отличий российского общества от европейского и либеральной части американского социума. Так, даже после 30 лет демократических преобразования и либеральных экономических реформ, **53,8%** жителей нижегородской области поддерживает необходимость демократического ограничения прав меньшинств. Противоположной точки зрения придерживается **46,2%** от общего числа опрошенных жителей области.

Диаграмма 2.9. Отношение к демократическому ограничению прав меньшинств



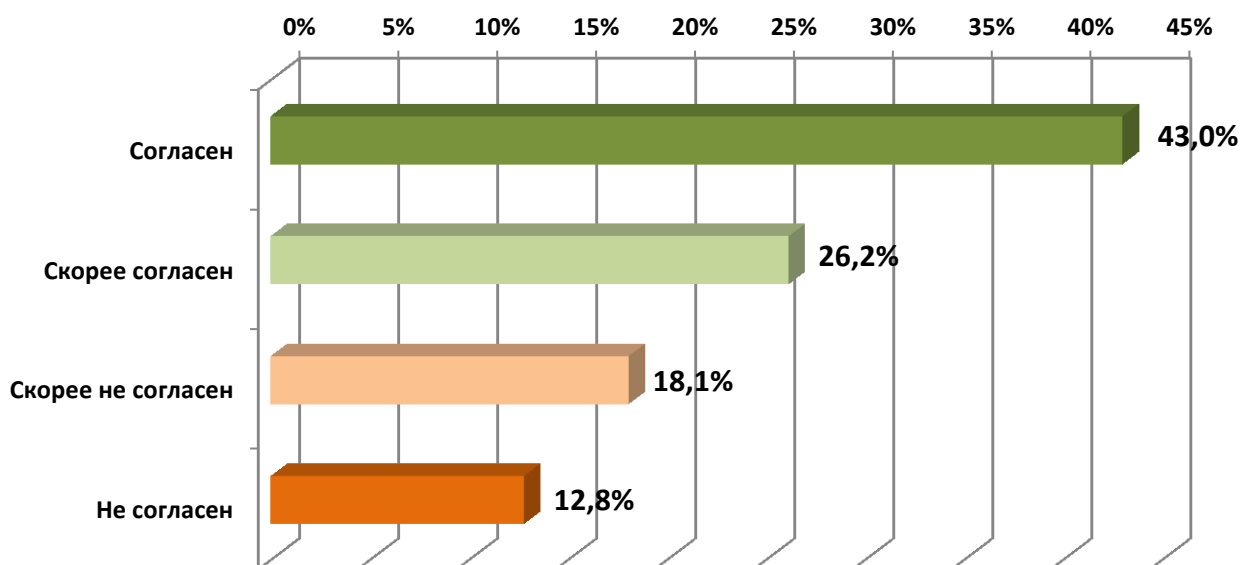
Проблему социальной справедливости и неравенства в обществе считает крайне актуальной и идеологически значимой **65,6%** респондентов. Слабо выраженное идейно-политическое звучание данный вопрос имеет лишь для **34,4%** жителей региона. Стоит отметить, что крайне важной считает проблему в три раза больше респондентов, чем количество тех, кто полагает её абсолютно незначительной.

Диаграмма 2.10. Отношение к проблемам социальной справедливости и неравенства



В обществе должны существовать государственное регулирование экономики, бесплатная медицина и образование. Такова единодушная позиция почти **70%** респондентов. Противники составляют менее трети населения, **30,9%** от числа участников опроса. Характерно, что в поддержку данного тезиса высказалось даже большее число респондентов, нежели против гипертрофированного внимания к правам различных (включая сексуальные) меньшинств.

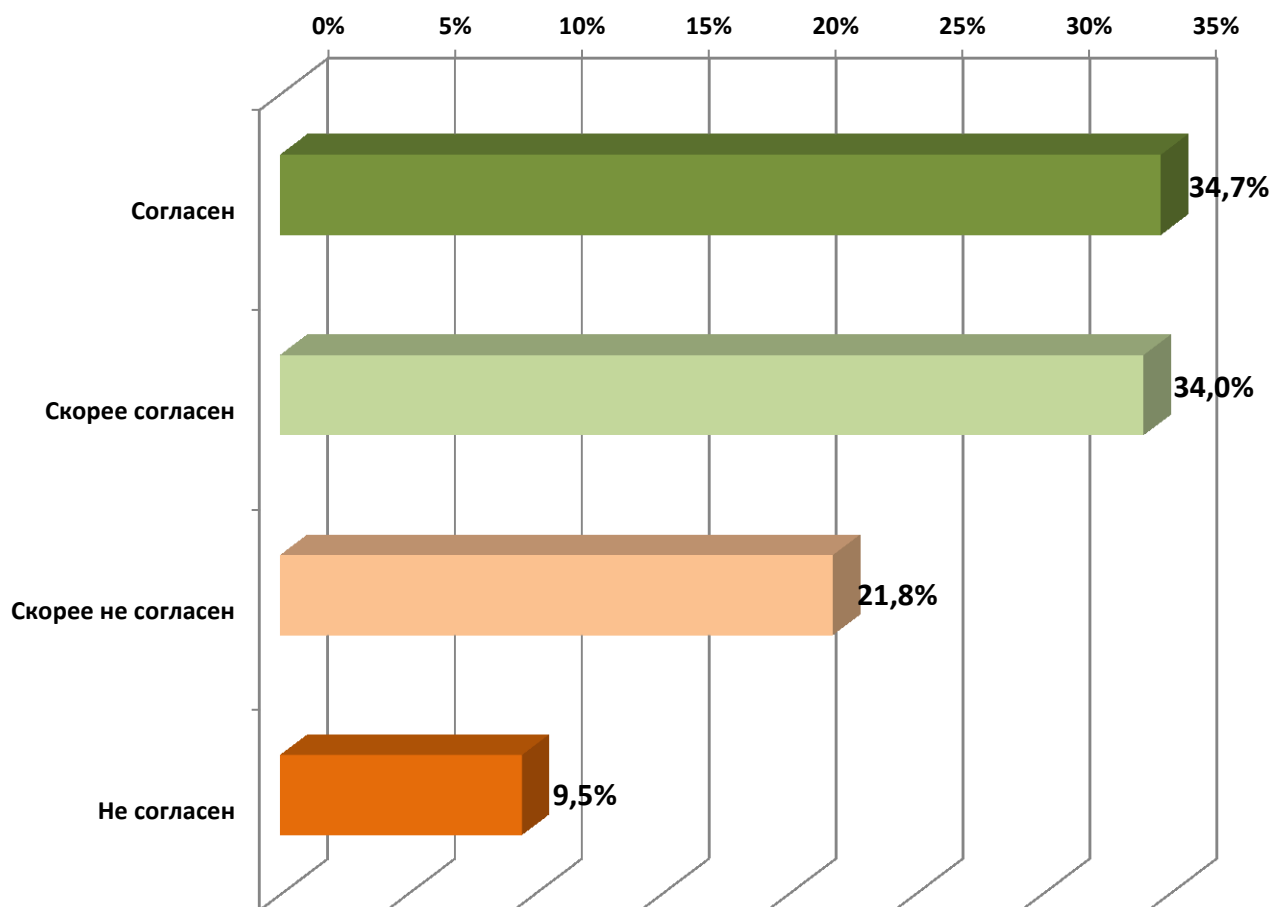
Диаграмма 2.11. Отношение к госрегулированию, бесплатной медицине и образованию



§4. Социалистические («коммунистические») взгляды.

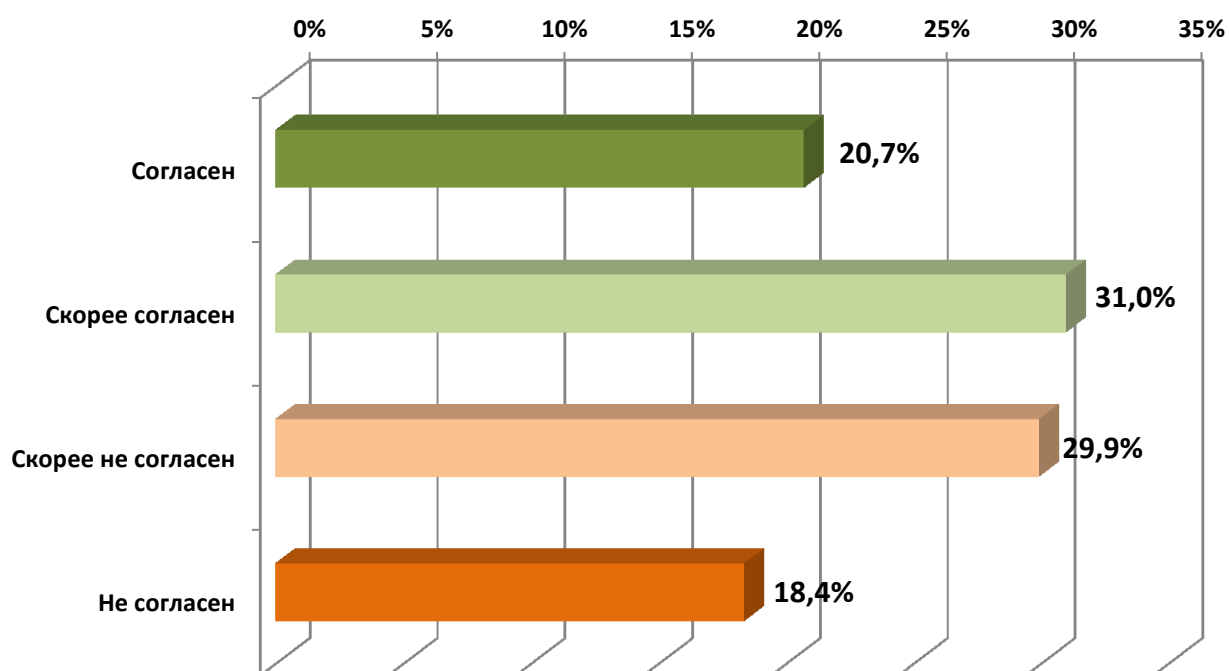
Почти **70%** жителей, принявших участие в опросе, является сторонниками государственной (общественной) собственности на природные ресурсы. Таким образом, апологеты данной точки зрения на природные богатства есть среди сторонников всех идеологических воззрений. И, вновь, противники составляют чуть менее трети (**31,2%**) от общего числа опрошенных жителей Нижегородской области.

Диаграмма 2.12. Отношение к государственной (общественной) собственности на природные ресурсы



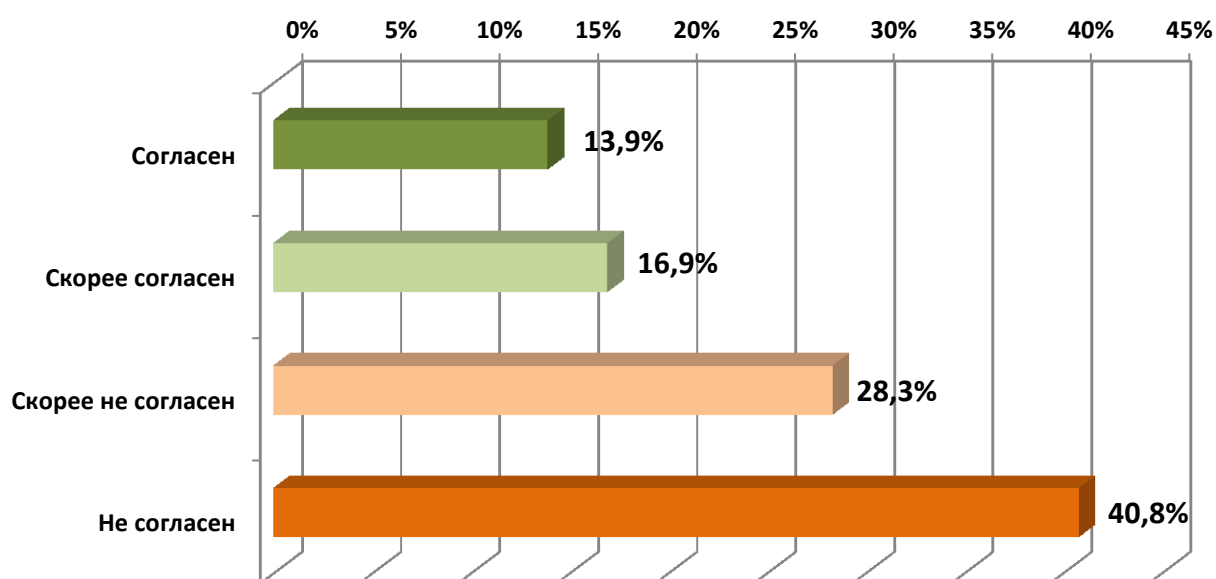
Отнюдь не все сторонники консервативных, коммунистических или националистических взглядов готово принять один из главных идеологических постулатов: приоритет общественных, национальных или государственных интересов над личными, включая возможность юридического ограничения индивидуальных прав и свобод в пользу большинства. И среди согласных с тезисом, и среди несогласных преобладают те респонденты, кто выбрал косвенную, неоднозначную форму поддержки (варианты «скорее, согласен» и «скорее, не согласен»). В результате, хотя общее число сторонников данной точки зрения несколько превышает число противников, можно констатировать примерный паритет точек зрения в общественном сознании.

Диаграмма 2.13. Отношение к приоритету общественных интересов над личными
(подчинение меньшинства большинству)



Однозначное неодобрение вмешательству церкви в общественно-политическую жизнь, поддержку атеизма на государственном уровне и т.п. явлениям и процессам выказывает лишь около **31%** респондентов. Основная масса населения против, при том, что категорически против **40,8%** от числа опрошенных нижегородцев. Можно утверждать, что атеизм резко утратил свои позиции, уступив их, пусть и зачастую формальной, но приверженности принципам определенной религиозной традиции.

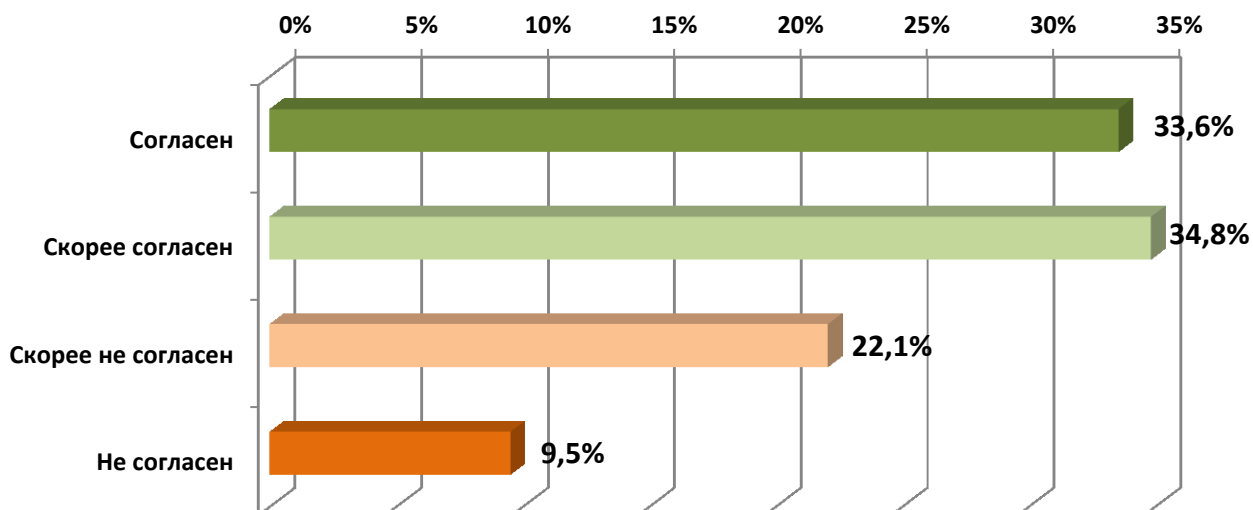
Диаграмма 2.14. Отношение к государственному атеизму и категорическому запрету церкви на вмешательство в общественно-политическую жизнь



§5. Националисты.

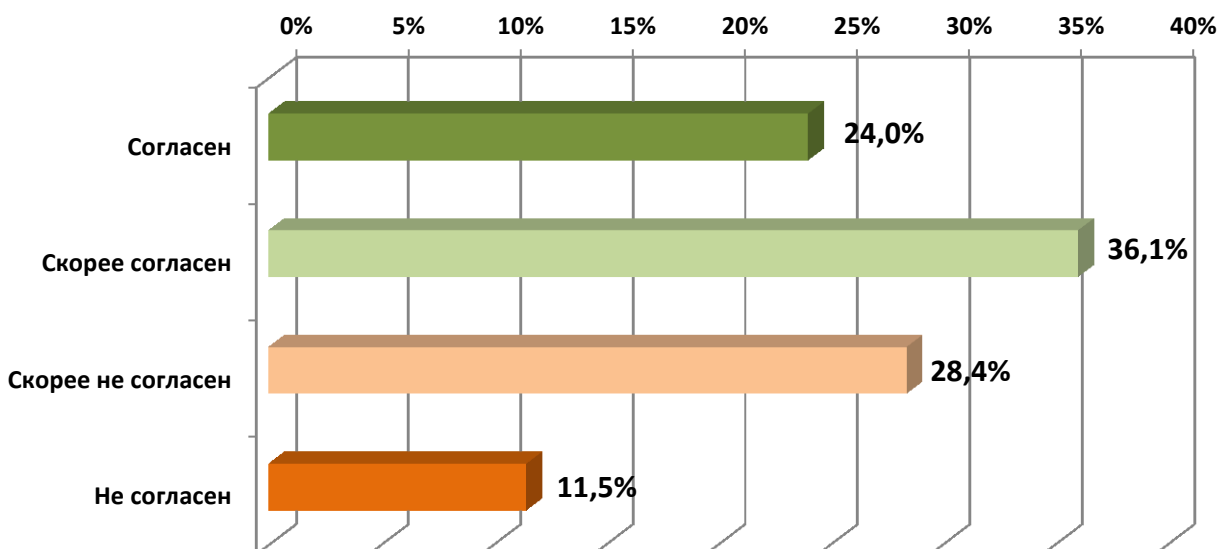
Поддерживает приоритет национального государства, национальных ценностей и интересов почти **70%** респондентов. Противоположной точки зрения придерживается чуть более **30%**. Стоит отметить, что значительное большинство респондентов, не воспринимает данный тезис как националистический, а рассматривает в качестве консервативно-патерналистского.

Диаграмма 2.15. Отношение к приоритету национального государства, национальных ценностей и интересов



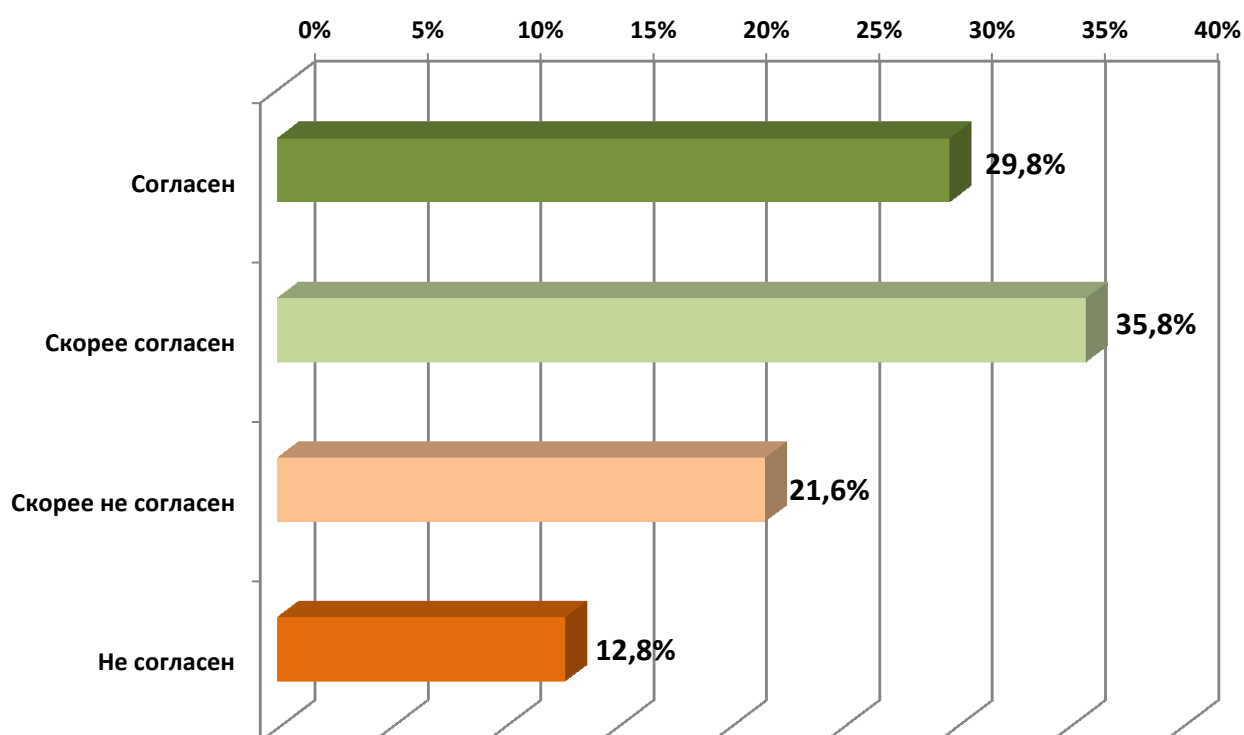
Более категорично можно рассматривать суждения респондентов по вопросу подчинения рыночных принципов экономики национально-государственным интересам. Так, сторонники подчинения составляют чуть более **60%** респондентов, тогда как противники — почти **40%** от общего числа опрошенных.

Диаграмма 2.16. Отношение к подчинению «рыночных ценностей» национально-государственным интересам



Свыше **66%** респондентов считает обязательным языковое, религиозное и историческое (духовное и культурное) единство. При этом стоит отметить, что как среди сторонников, так и среди противников отсутствует достаточное понимание многоконфессионального и многонационального строения российского общества (либо оно крайне утрировано). Речь, фактически, идет скорее о признании ключевыми определенных «имперских» наций, традиций, вероисповеданий и ценностей, при признании доминанты их русского «комплекса», нежели об их отрицании и стремлении запретить.

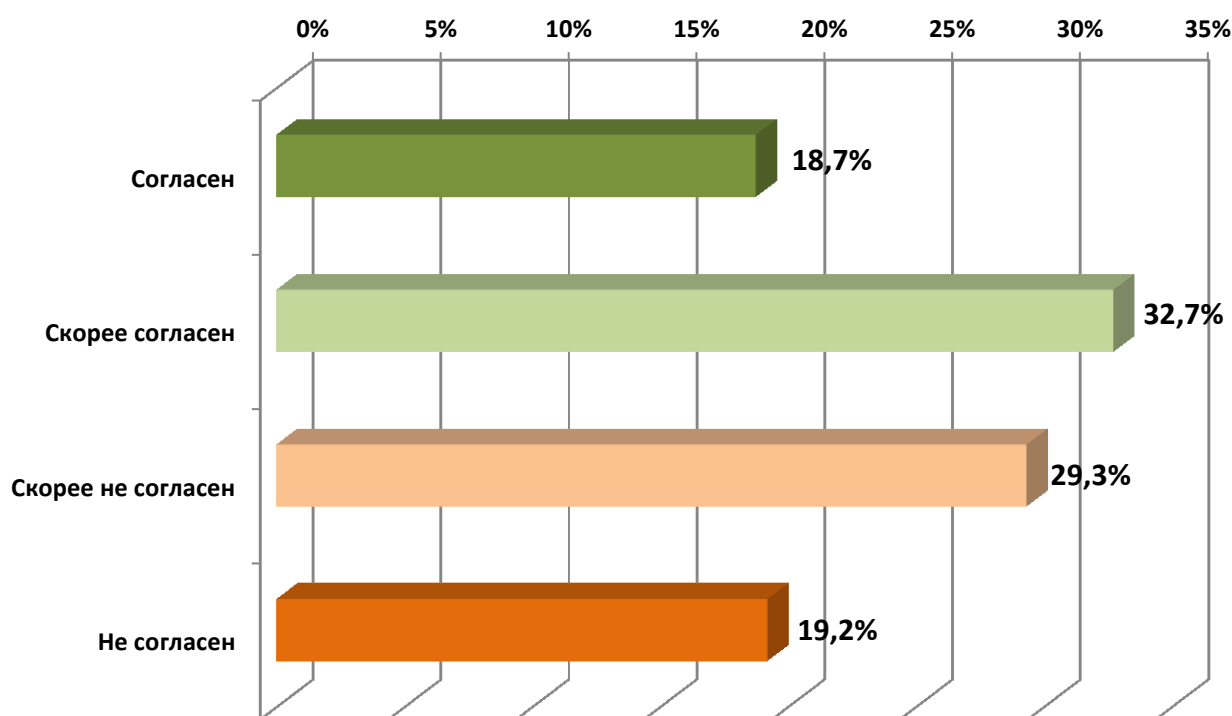
Диаграмма 2.17. Отношение к обязательному языковому, религиозному и историческому (духовному и культурному) единству



Если в отношении социально-экономических и культурно-лингвистических приоритетов участники опроса были склонны поддерживать националистические взгляды вполне однозначно, то в отношении законодательного (юридически оформленного) приоритета мнения респондентов разделились фактически пополам. Сторонники законодательного приоритета традиционных религий составляют **51,4%** от общего числа опрошенных. Противники – **48,6%**.

Результаты ответов респондентов на данный вопрос хорошо коррелируют с позицией по предыдущему вопросу о национально-культурных и иных приоритетах. Именно признание значительной частью российских националистов «имперского» характера государства, предполагающего лингвистическое, культурно-лингвистическое и конфессиональное разнообразие не позволяет большинству населения придерживаться откровенно ксенофобских и фашистских взглядов на внутреннее устройство и структуру «идеального», в их понимании, общества.

Диаграмма 2.18. Отношение к законодательному приоритету традиционных вероисповеданий



Часть 3.

ПОТЕНЦИАЛ ПРОТЕСТНОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

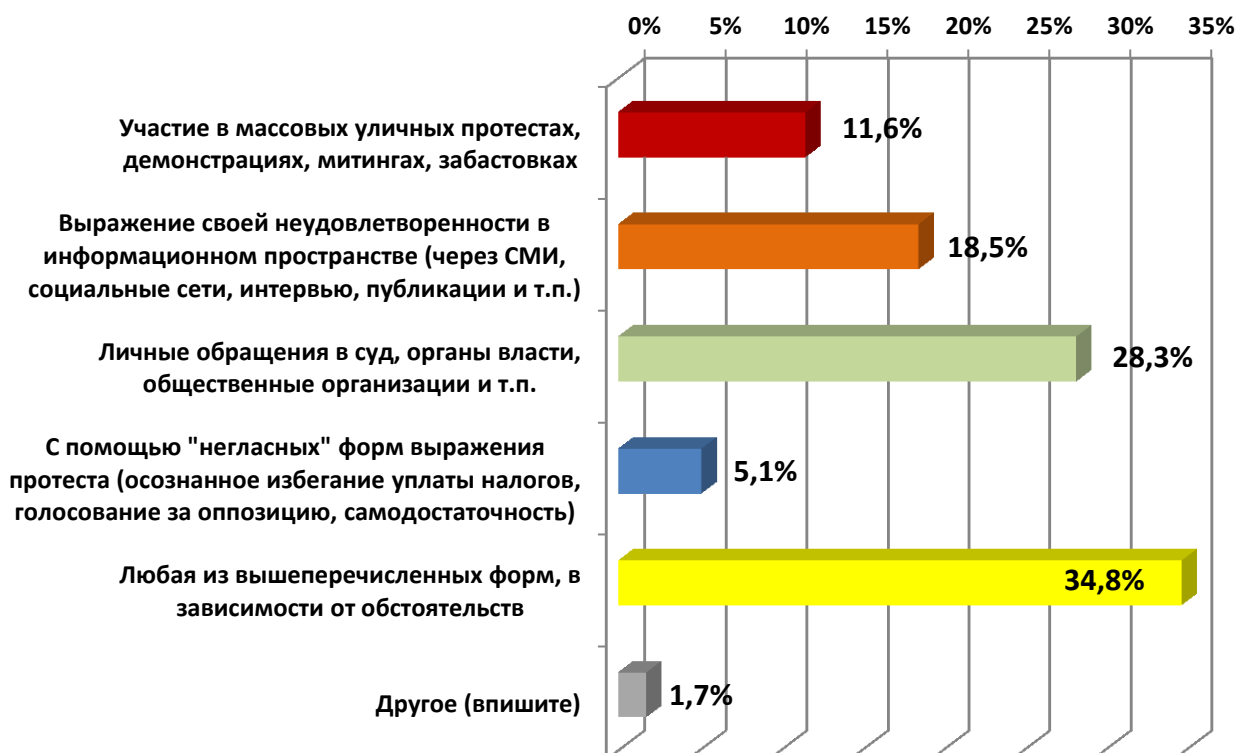
Значительное большинство (**34,8%**) респондентов с одной стороны, не готово четко выбрать одну из предложенных форм протеста, но одновременно, не скрывая свои протестные настроения готово участвовать в любой, в зависимости от обстоятельств. Участвовать в прямых публичных массовых уличных акциях готово лишь **11,6%** от общего числа опрошенных. Ещё **18,5%** респондентов готово к выражению своего недовольства посредством различных каналов коммуникации. Почти треть ответивших на вопрос (**28,3%**) выбирает официальные формы выражения протеста – обращения в суд, апеллирование к органам власти или общественным организациям.

Как это ни парадоксально, только **5,1%** респондентов считает наиболее адекватным выбор «негласных» форм выражения протеста (избегание уплаты налогов, голосование за оппозицию) или иное достижение максимальной независимости от государства и самодостаточности. С одной стороны, это свидетельствует об отсутствии у населения социальных страхов, то есть участие в массовых публичных акциях протеста не рассматривается в качестве общественного «табу», и не пугает респондентов вероятными последствиями и преследованиями со стороны власти. С другой стороны, полученные результаты позволяют утверждать, что в случае нарушения со стороны власти сложившегося консенсуса интересов, ситуация с массовой поддержкой гражданами политики Президента и Правительства РФ достаточно легко может смениться массовыми публичными и информационными протестными выступлениями. То есть, при попытке наступления на

социальные права граждан, и в силу тех же причин, например, отсутствия внутреннего страха перед участием в протестных действиях, можно ожидать массового публичного выражения гражданами своей неудовлетворённости социально-экономическими решениями или политикой в целом.

Необходимо отметить, что предложенный респондентам вопрос не предполагал лояльности, то есть отказа от выбора одной из форм выражения протеста. Речь шла именно об «абстрактном» протесте против «абстрактных» проблем, которые могут возникнуть, а не обязательно существуют в реальности.

Диаграмма 3.1. Потенциальная готовность населения к участию в массовых акциях протеста



Часть 4.

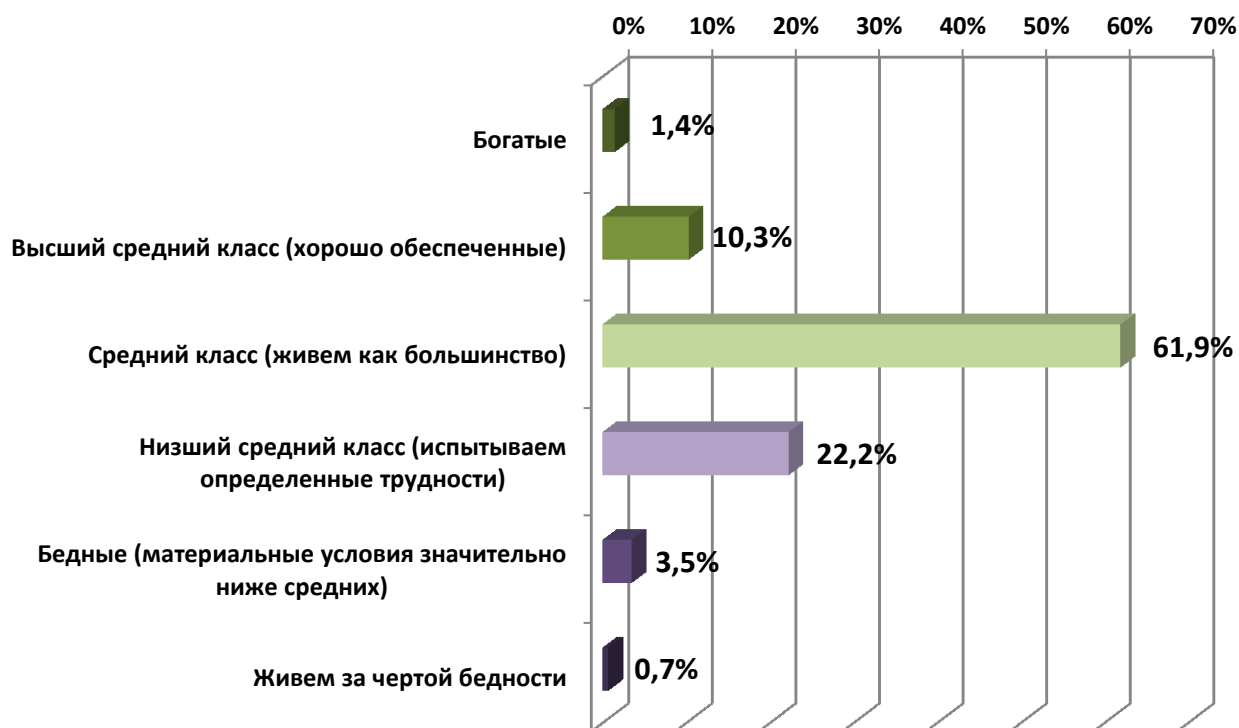
УРОВЕНЬ МАТЕРИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

Соотнесение уровня своего (семейного) уровня материального благополучия с социальным статусом – задача не простая даже для профессионалов, хорошо разбирающихся в основных нюансах вопроса. Для рядовых респондентов – задача почти не преодолимая. Однако даже в этом случае ответы респондентов дают весьма интересную картину, важную для анализа. Так, **1,4%** от числа опрошенных отнесли себя к «богатым». То есть, по крайней мере, они хорошо осознают разницу между собственными доходами и материальным положением большинства населения. Ещё **10,3%** относит себя к «хорошо обеспеченным» гражданам, то есть верхнему среднему классу. Средний класс, в данном случае определяемый характеристикой «живем как большинство», составляет - **61,9%**. В наименее

обеспеченные, и как следствие относящие себя к низшим социальным стратам, входит **26,4%** от общего числа опрошенных нижегородцев.

Таким образом, как это ни парадоксально, современное российское общество выглядит крайне стабильным, и почти «американским» (в параметрах 60-х – 70-х гг. прошлого века), где количество социально и материально «успешных» лишь 2 раза меньше числа представителей социальных низов общества, а «золотая середина» относящих себя к среднему классу составляет более **60%** населения. Корреляцию этих самоопределений с оценкой собственных «потребительских» возможностей смотри ниже.

Диаграмма 4.1. Самооценка респондентами социального статуса (исходя из уровня доходов)



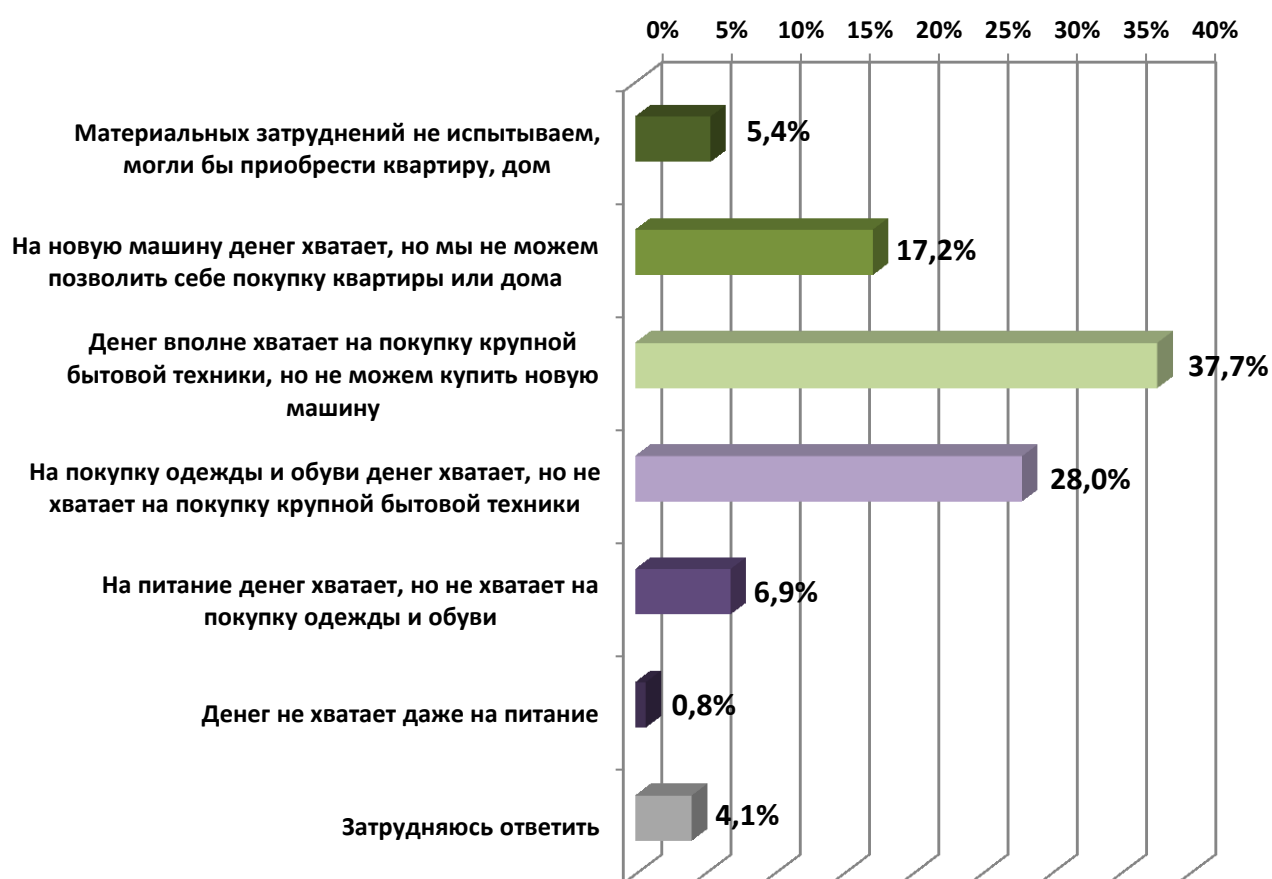
В сравнении с ценовой и иной (материально-денежной) конъюнктурой современное российское общество (на примере Нижегородской области) выглядит следующим образом. Около **5%** респондентов считает, что они (их семьи) могут позволить себе достаточно весомые материальные расходы без особого напряжения для личного бюджета, то есть являются, безусловно, богатыми в рамках региона. Кстати, это значительно больше числа тех, кто отнес себя к богатым как социальной группе.

К среднему классу, как высшему, так и основной его части, относится, исходя из ответов на данный вопрос, **54,9%** от общего числа опрошенных жителей региона. Это, во-первых, те кто считает уровень собственных доходов достаточным для любых расходов, за исключением покупки дома или квартиры (**17,2%**), а также респонденты, способные удовлетворить все свои непосредственные нужды, но имеющие затруднения (решаемые с помощью банковских кредитов) с приобретением недвижимости или дорогими покупками (например, машина) – **37,7%**.

Согласно материалам исследования, количество нижегородцев, относящих себя к малообеспеченным слоям населения в данном случае (результаты ответа на вопрос) выше, чем в предыдущем случае, и составляет примерно **40%** от выборки. Это свидетельствует, как

минимум, о двух аспектах проблемы. Во-первых, о том, что существующий в настоящий момент уровень доходов может не являться определяющим фактором для общего уровня материального благополучия семьи. И, во-вторых, о некотором спонтанном занижении респондентами уровня доходов окружающих (являвшихся эталоном сравнения). Кроме того, на результаты опроса могло повлиять мнение респондентов о том, кто является представителем среднего класса, то есть бессознательное латентное «включение» в характеристики параметров, не предусмотренных рамками опроса: уровень образования, иные материальные возможности, публично-социальный статус, связи и контакты и т.п.

Диаграмма 4.2. Самооценка респондентами уровня материального благополучия семьи (сравнение с ценовой и иной конъюнктурой)



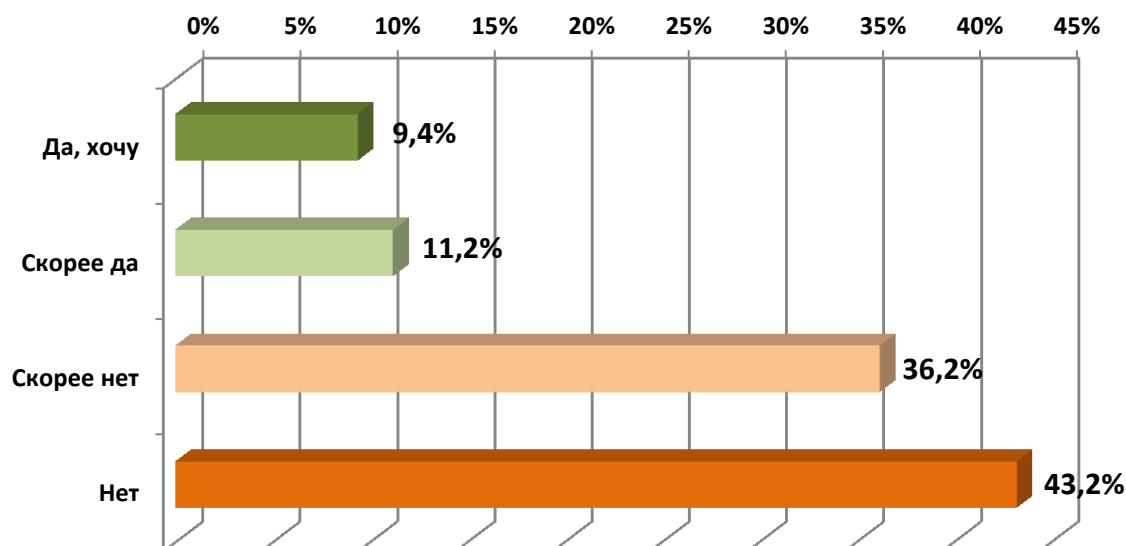
Часть 5.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ

Политика – «грязное дело». Именно этот тезис, по-видимому, жестко закрепился в общественном сознании, и нашел свое проявление в материалах исследования. По крайней мере, лишь **20,6%** от общего числа опрошенных нижегородцев хотели бы заниматься политической деятельностью. Противоположной точки зрения придерживается подавляющее большинство, или около **80%** респондентов. Подобное отношение к политике сохраняется на протяжении последних 15 – 20 лет и, что интересно, носит весьма абстрактный и условный

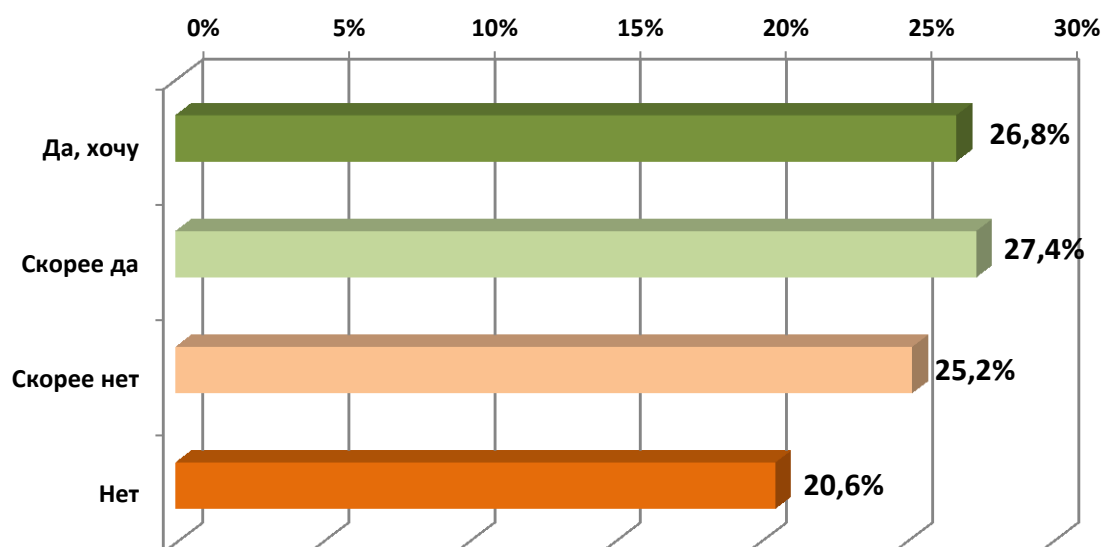
характер, то есть не отражается на уровне популярности отдельных политиков, занимающих собственные электоральные ниши и имеющих достаточно значимые рейтинги популярности среди электората.

Диаграмма 5.1. Ценностные устремления (заниматься политикой)



Обратная картина с устремлениями в отношении предпринимательской деятельности. Она, как минимум, популярна среди населения региона. Так, однозначно готовы заняться предпринимательством **26,8%** от числа опрошенных нижегородцев, и ещё **27,4%** респондентов выбрали вариант ответа «Скорее, да». В той или иной мере не готово лишь около **46%** от числа опрошенных, при этом стоит отметить, что опрос проводился среди студентов ВУЗа ориентированного именно на государственную службу и работу в муниципальных предприятиях.

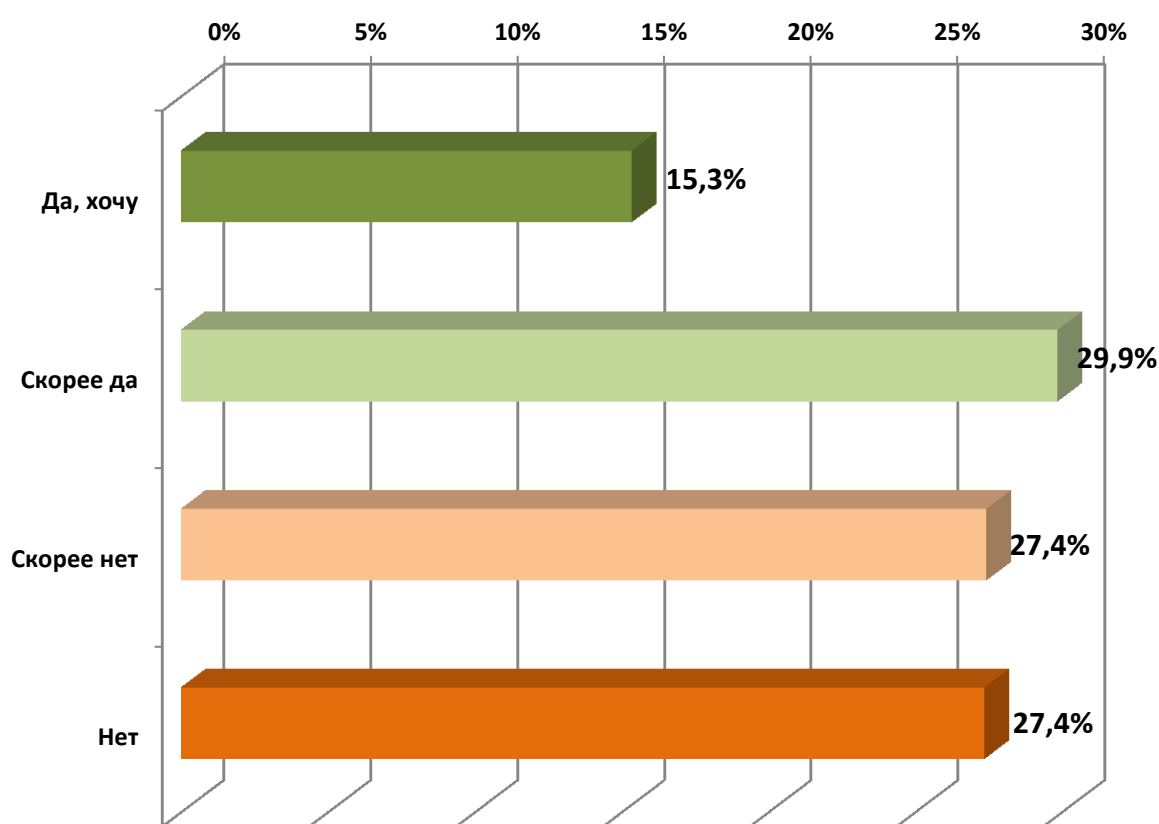
Диаграмма 5.2. Ценностные устремления (заниматься предпринимательством)



Общественная работа существенно более популярна, нежели политическая деятельность, но менее привлекательна, чем предпринимательство. Ею готово заняться около **45%** респондентов, тогда как не готово около **55%** опрошенных нижегородцев. Стоит отметить, что именно в отношении общественной деятельности существует наибольшее число колеблющихся, то есть респондентов, выбравших варианты ответа «Скорее, да» (**29,9%**) и «Скорее, нет» (**27,4%**).

То есть, в общественном мнении существуют две разнонаправленных установки. С одной стороны, занятие общественной работой, в общем, способно обеспечить реализацию приоритетных целей и задач. А с другой, не гарантирует благоприятного результата, а точнее, гарантирует его в меньшей степени, чем занятие предпринимательской деятельностью и, отчасти, даже политической.

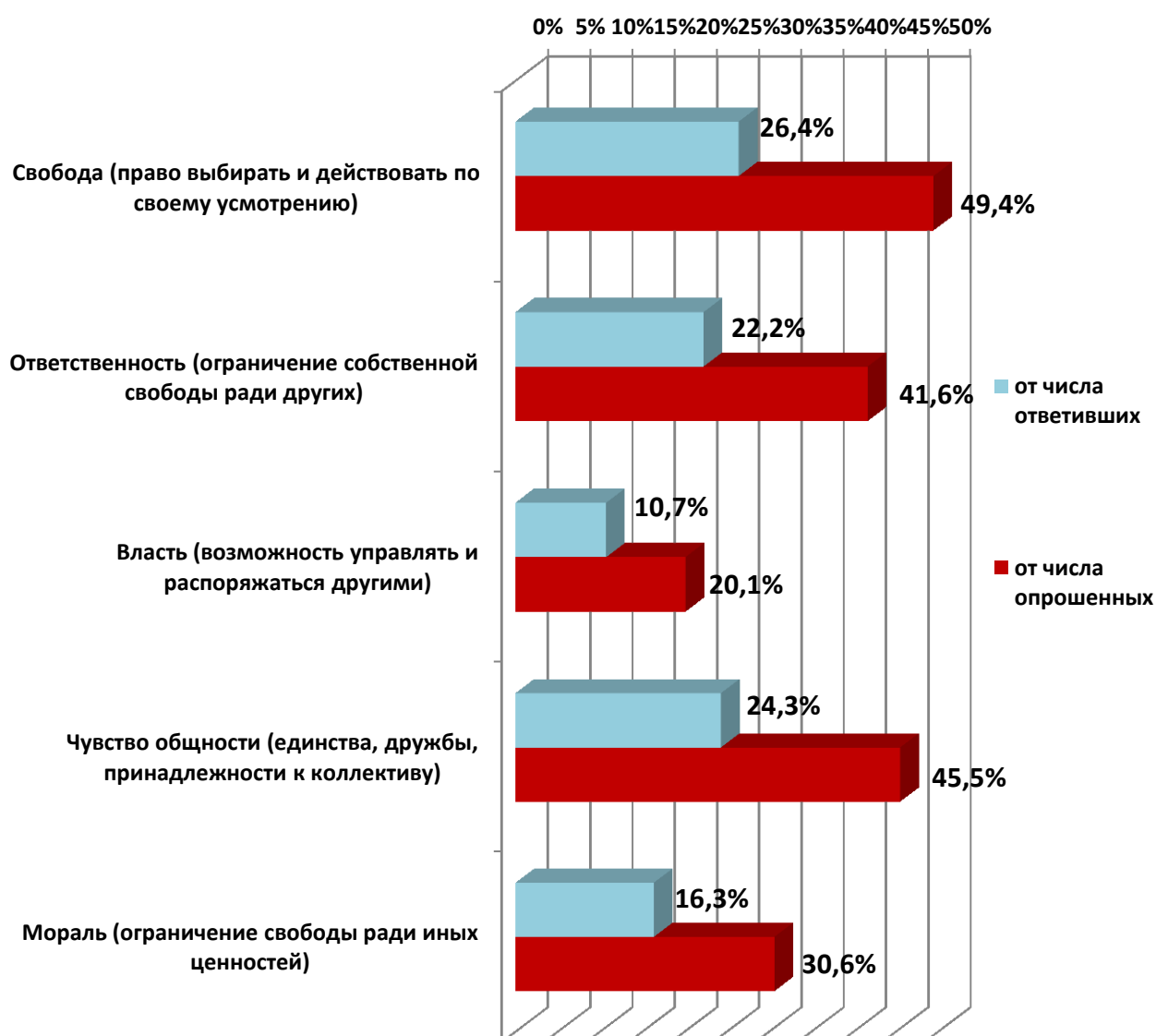
Диаграмма 5.3. Ценностные устремления (заниматься общественной работой)



Большинство опрошенных нижегородцев однозначно выбрало «свободу» (**49,4%**) в качестве основной ценностной стратегии, определяющей индивидуальное поведение «вовне» стандартной среды (семьи, трудового коллектива и т.п.). Стоит отметить, что вторую индивидуалистическую ценность, «власть», выделило лишь около **20%** от числа респондентов.

Коллективистские ценности проиграли, но лишь формально. Так, «ответственность» в качестве ключевой ценности отметило **41,6%** респондентов, а «чувство общности и дружбы» - **45,5%**. Кроме того, **30,6%** участников опроса полагает значимой «мораль» (ограничение свободы ради иных ценностей).

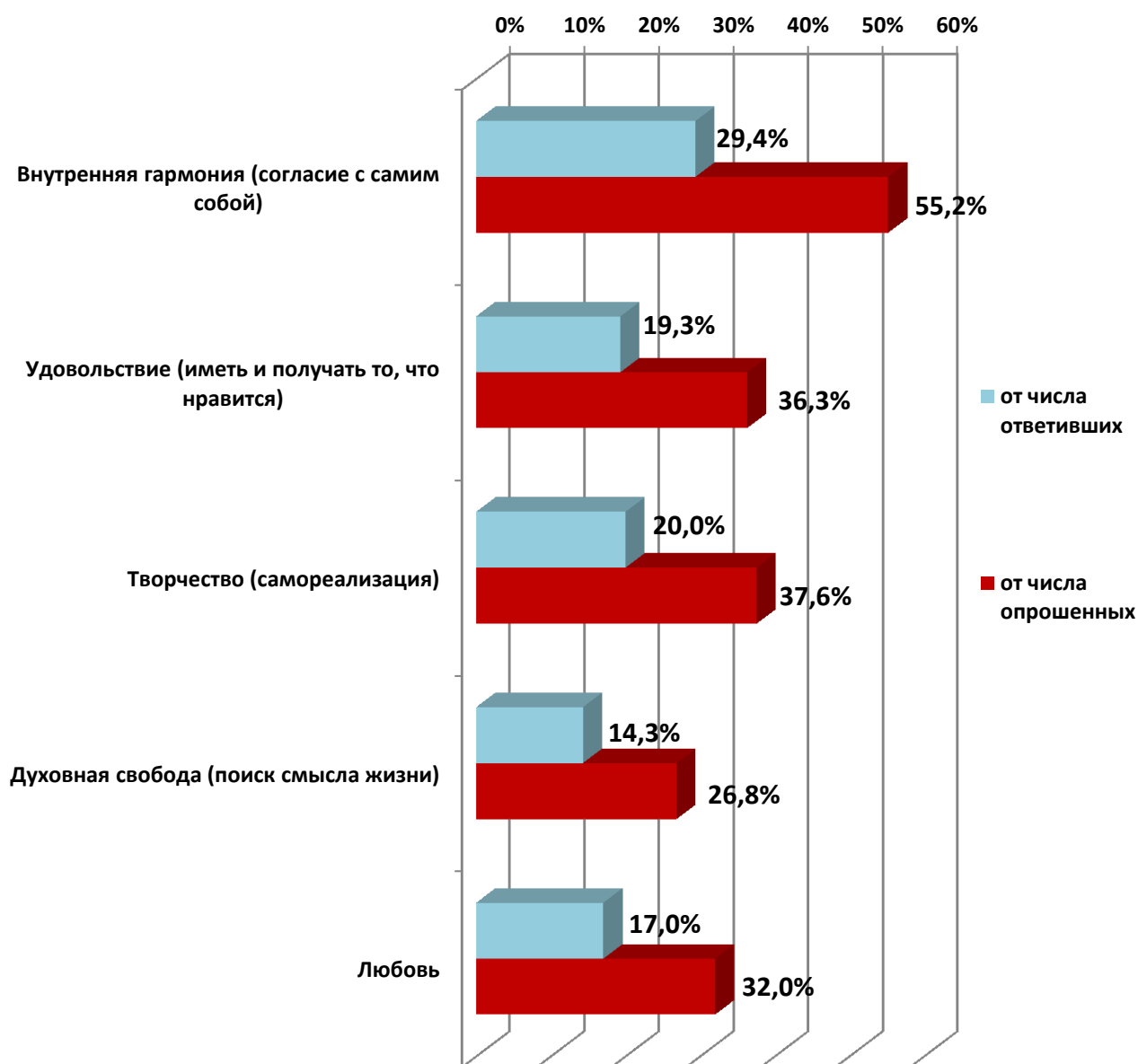
Диаграмма 5.4. Ценностные устремления (выбор индивидуальный «внешний»)



Абсолютный лидер «внутреннего выбора» ценностных установок и ориентиров – «внутренняя гармония» (согласие с самим собой) – **55,2%** от общего числа опрошенных. Именно этим определяется, в значительном большинстве случаев, внешний выбор – то есть принятие или неприятие ценностно-моральных ориентиров, приемлемых для респондентов во взаимоотношениях с внешней средой.

«Внутренний» выбор можно довольно четко разделить на две категории. С одной стороны, это откровенно гедонистические ценности, такие как «удовольствие» (**36,3%**) и «любовь» (**32%**). С другой, это ценностные установки, имеющие помимо внутренней, ещё и значимую внешнюю компоненту: «творчество» (**37,6%**) и, отчасти, «духовная свобода» (**26,8%**). Обе, в действительности, не могут рассматриваться, так же как и вообще любая из внутренних ценностных установок, в качестве сплачивающих социум, однако в большинстве случаев на много более «завязаны» на коллективные представления, нежели сугубо индивидуалистические «любовь» и, особенно, «удовольствия».

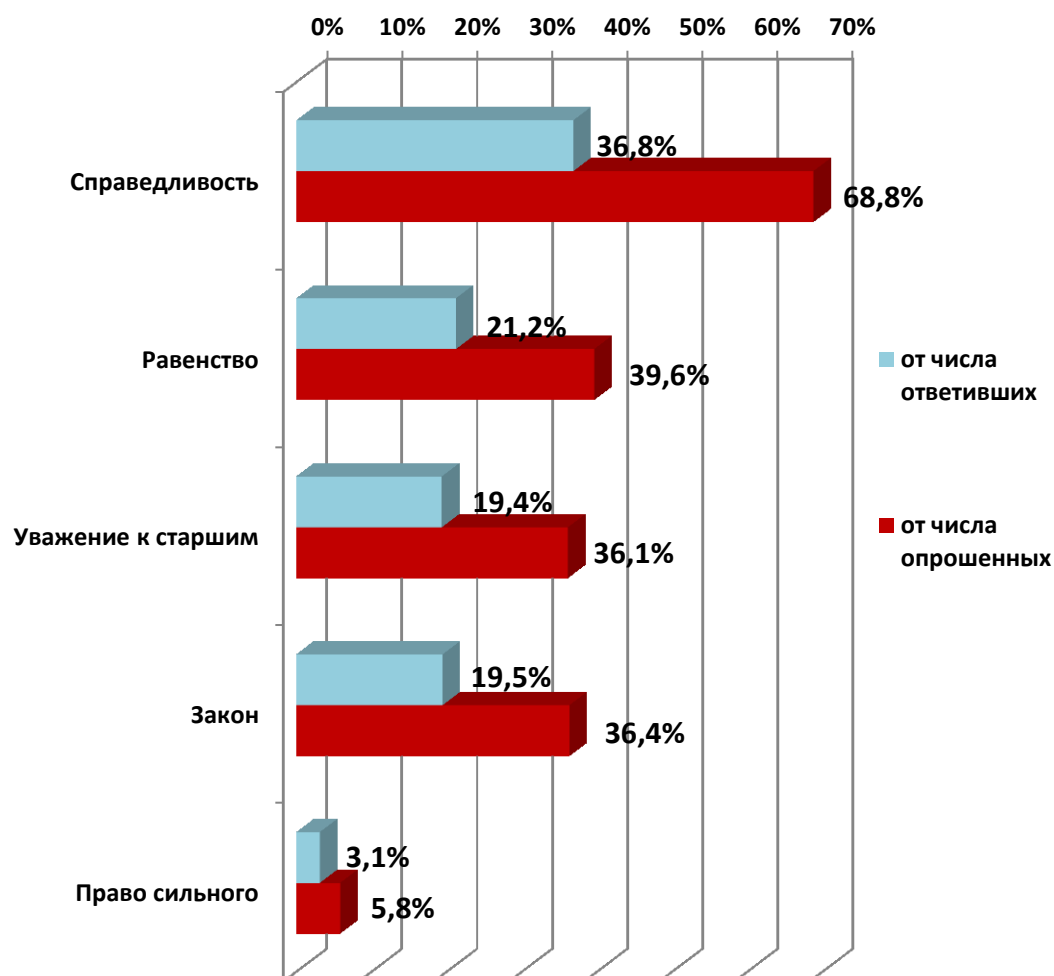
Диаграмма 5.5. Ценностные устремления (выбор индивидуальный «внутренний»)



«Справедливость» (**68,8%**) – основной ценностный критерий социального устройства российского общества, вне зависимости от того, что вкладывают респонденты в данное понятие. Именно, исходя из индивидуального понимания справедливости, оценивает современный социум подавляющее большинство населения. Стоит отметить, что социальное «равенство» прочно занимает второе место – **39,6%**, то есть для значительной части респондентов «справедливость» = равенство возможностей, перед законом и т.п., пусть даже формально-декларируемое.

Современное российское общество категорически отрицает и не готово принять «право сильного» в качестве ценности критерия социальных отношений (поддерживает лишь **5,8%**). Одновременно, свыше трети респондентов (более **36%** от числа опрошенных) в качестве ключевых ценностей выделяют «уважение к старшим» (скорее традиционные взгляды) и «закон» (ближе к либеральной позиции).

Диаграмма 5.6. Ценностные устремления (выбор социальный)



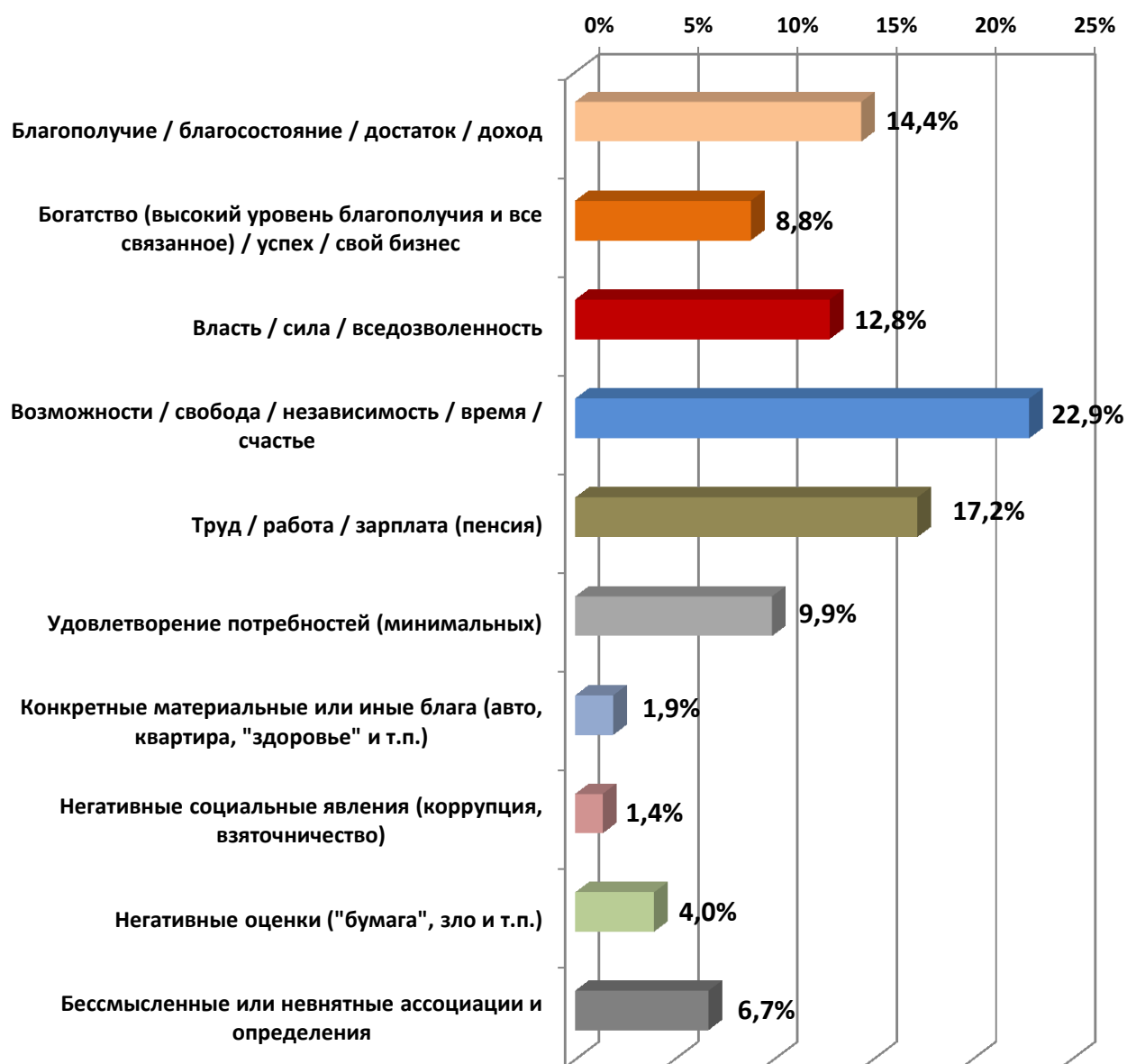
Все предложенные ниже понятия («Деньги», «Жизненный успех» и «Морально-нравственные ценности») вызывают у респондентов совершенно разные ассоциации, которые в целях разрешения проблемы обработки данных были систематизированы. Наиболее сложным, если смотреть с точки зрения доли бессмысленных (непонятных) или невнятных ассоциаций, для опрашиваемых оказалось охарактеризовать понятия «деньги» (6,7%) и «морально-нравственные ценности» (6,5%). Наименьшие затруднения вызвал подбор ассоциаций к понятию «жизненный успех» (1,8%).

Для большинства респондентов понятие «деньги» ассоциируется, в первую очередь, с различными категориями личной свободы как ресурса, доступного благодаря наличию финансов: «возможности», «свобода», «независимость», «время», «счастье» - 22,9%. На втором месте по популярности ассоциация с процессом зарабатывания «денег» как ресурса: «труд», «работа», «зарплата (пенсия)» - 17,2%. Кроме того, значительная часть респондентов «упрощает» ассоциативный ряд, просто проводя прямую параллель между понятием «деньги» и такими социальными состояниями как «благополучие» (14,4%) или «богатство» (8,8%).

Кроме того, следует отметить тот факт, что для 12,8% от общего числа опрошенных «деньги» означают «силу», «власть» и «вседозволенность», то есть возможность встать над социумом, получить своего рода освобождение от социальных норм, правил и обязательств.

Одновременно, для **9,9%** участников опроса, «деньги» - это всего лишь возможность удовлетворения минимальных потребностей.

Диаграмма 5.7. Ценностные ассоциации (понятие «деньги»)



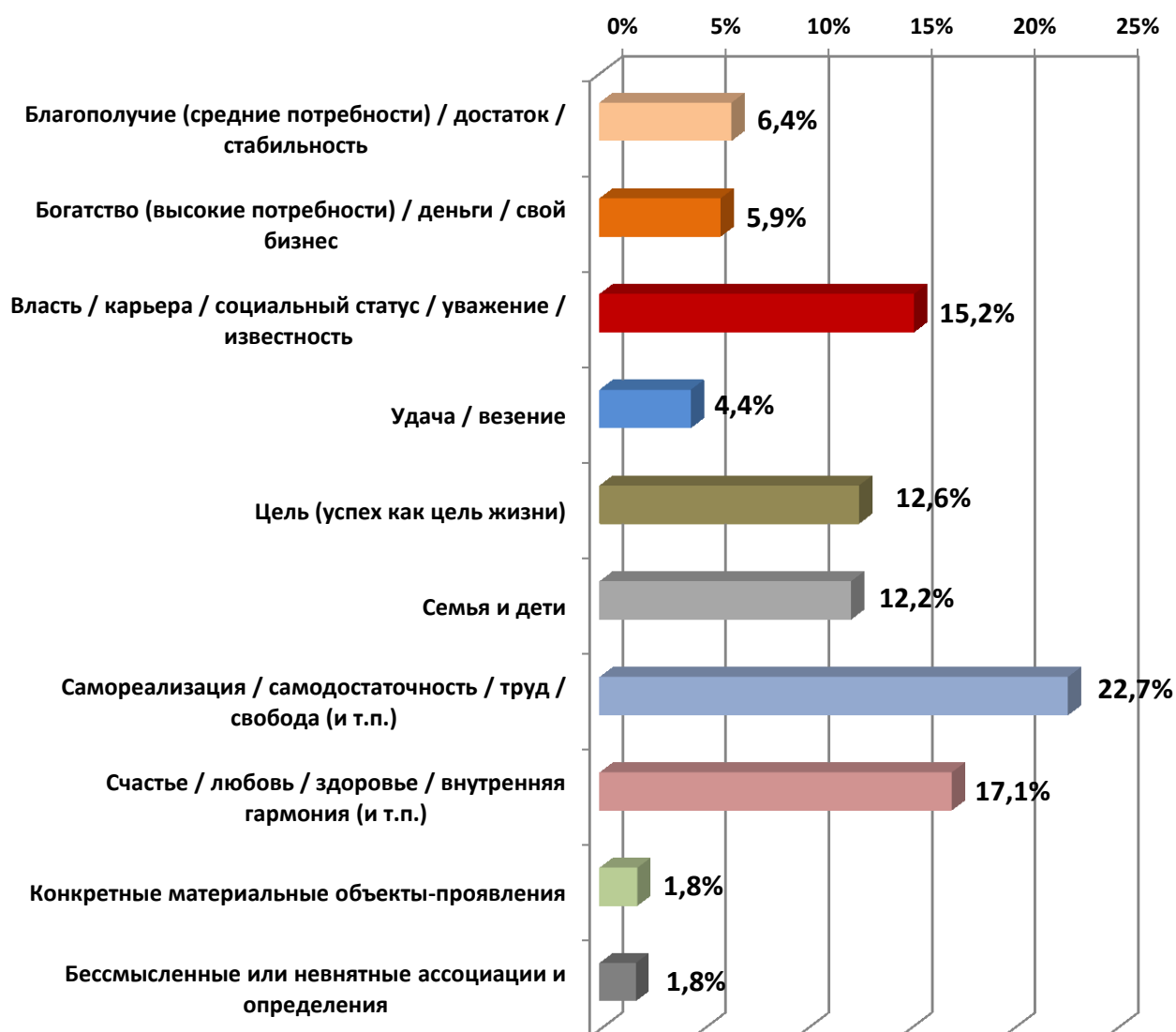
Для большинства респондентов «жизненный успех» ассоциируется с определенным направлением деятельности. Так, **22,7%** считает успехом «самореализацию», «самодостаточность» или «свободу». Ещё около **14%** - достижение материального «благополучия» (**6,4%**), «богатства» (**5,9%**) или конкретных материальных объектов – символов успеха (**1,8%**).

Кроме того, **15,2%** участников опроса видит «жизненный успех» в достижении власти, построении карьеры, получении определенного социального статуса, известности и авторитета. К этой же группе можно отнести и тех респондентов, которые полностью отождествляют «жизненный успех» и личностное целеполагание на протяжении жизни (**12,6%**).

Довольно значительная часть респондентов ассоциирует «жизненный успех» с не материальными, не связанными с карьерой и финансовыми возможностями, понятиями. Например, **17,1%** участников опроса полагает, что «жизненный успех» это «счастье», «любовь», «здоровье» и «внутренняя гармония». Ещё **12,2%** считает главным проявлением жизненных достижений наличие благополучной семьи и детей.

Необходимо отметить, что лишь **4,4%** от числа участников опроса сводит жизненный успех к случайным факторам, не зависящим от личностных усилий («удача» или «везение»).

Диаграмма 5.8. Ценностные ассоциации (понятие «жизненный успех»)



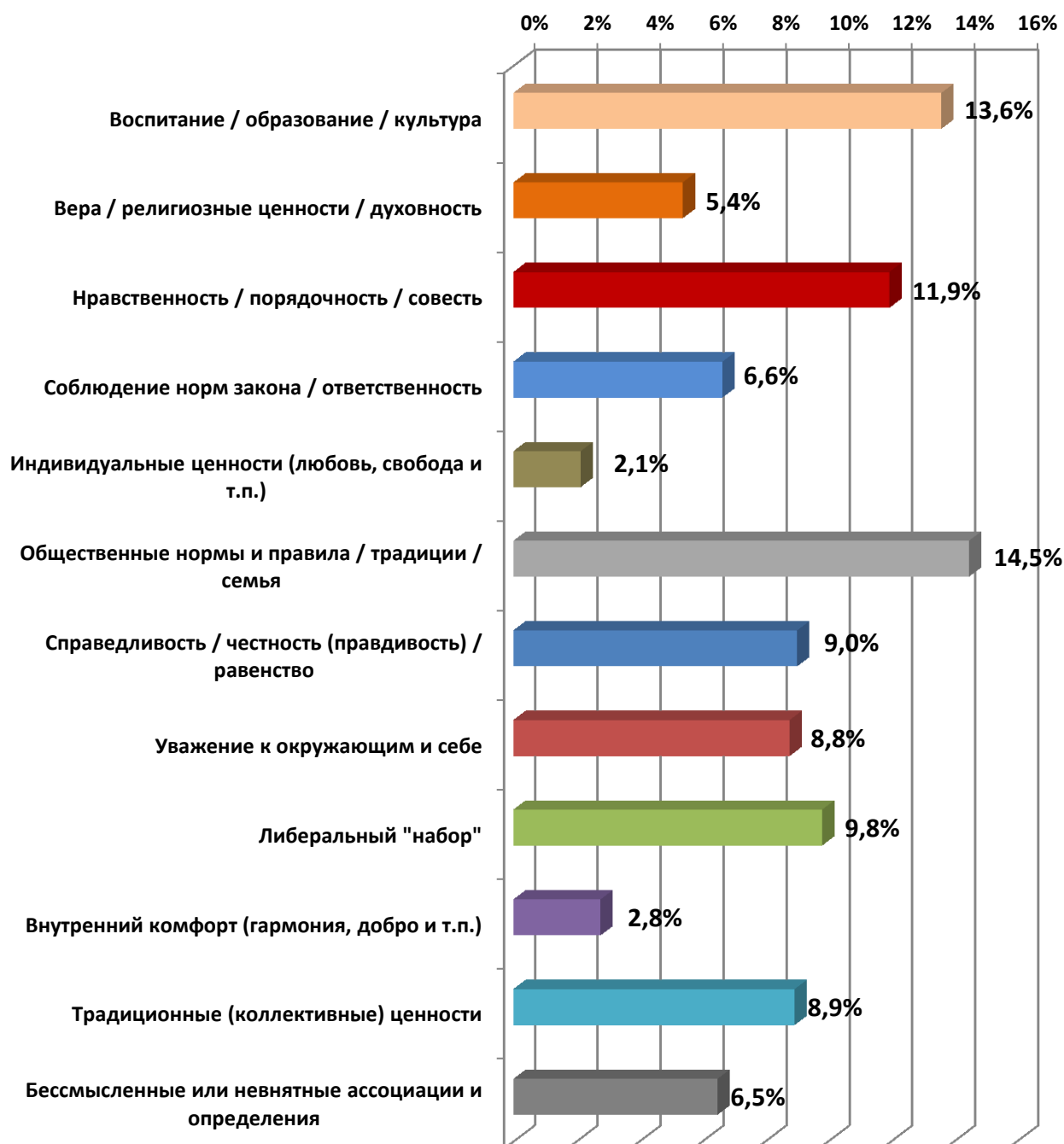
«Морально-нравственные ценности» как комплексное понятие — наименее определенное для населения. Практически равное число респондентов полагает, что ближайшей ассоциацией являются «общественные нормы и правила» + «традиции» общества (**14,5%**), а также традиционные ассоциации: «воспитание / образование / культура» (**13,6%**), «нравственность, порядочность, совесть» (**11,9%** или «коллективистские» ценности (**8,9%**)).

Можно отметить, что либеральный «набор» ценностей выбрали лишь **9,8%** участников опроса, а индивидуалистические («любовь», «свобода» и т.п.) — **2,1%**. Кроме

того, ещё часть респондентов ассоциирует морально-нравственные ценности или с сугубо индивидуалистическими («внутренний комфорт» - 2,8%), либо внешними, и зачастую, формальными признаками («уважение к окружающим и себе» - 8,8%; «соблюдение норм закона» - 6,6%).

Обращает на себя внимание тот факт, что только 5,4% от общего числа опрошенных прямо связывает «морально-нравственные ценности» и религиозные принципы и правила, веру и духовность.

Диаграмма 5.9. Ценностные ассоциации (понятие «морально-нравственные ценности»)



РЕЗЮМЕ

1. В обществе в целом преобладает негативная оценка ситуации в социально-экономической сфере. Большинство респондентов (почти **65%**) оценивает происходящее либо как ухудшение положения (**46,4%**), либо как «застой» (**20,9%**), то есть отсутствие изменений к лучшему.
2. Перечень наиболее актуальных проблем носит преимущественно социально-экономический характер. Источниками неудовлетворенности населения служат либо высокие налоги, тарифы, штрафы или, банально, цены, либо качество социальных услуг (медицина и образование), либо расходование бюджетных средств (коррупция). Если рассматривать восприятие респондентами «стратегии выживания» в качестве этической, то современное российское общество вполне можно отнести к «стандартно» капиталистическим системам (по Веберу). Так, в качестве стратегий «выживания» лидируют целеустремленность (**55%**) и трудолюбие (**53,7%**), то есть инструментальные ценности. На втором месте, но с большим отставанием, оказались такие позиции как «Деньги» (**37,3%**) и «Здоровье» (**35,7%**), которые отчасти также могут восприниматься как инструментальные. И, наконец, на условном третьем месте «Связи» (**27,6%**) и «Удача» (**21,9%**), которые незначительно коррелируют между собой (например, родиться в семье обладающей связями – это удача), однако в целом противоречат друг другу («связи» - это заданный фактор, не зависящий от личностных характеристик, а «удача» - традиционно воспринимается как результат личностных действий индивида).
3. Подавляющее большинство участников опроса (населения) не воспринимает отдельно взятые ключевые идеологемы в качестве возможной характеристики, позволяющей отнести респондента к сторонникам той или иной идеологической (и партийно-политической) парадигмы. Таким образом, общая сумма «либералов», «консерваторов», «националистов» или «коммунистов» в обществе оказывается значительно выше **100%** от общего числа опрошенных. Таким образом, о влиянии тех или иных идей можно судить по верхней «границе» общественной поддержки, а об устойчивости взглядов сторонников по разнице между верхним и нижним уровнями поддержки различных идеологем.
4. Наименее устойчивыми являются группы сторонников либеральной и коммунистической идеологии. Так, если «в максимуме» либералов поддерживает **66,7%** респондентов, а коммунистов – **68,7%**, то их наиболее спорные позиции разделяет лишь у либералов **36,8%** (отношение к меньшинствам, включая сексуальные), а у коммунистов – **20,8%** (государственный атеизм).
5. Российский социум, в массе своей, консервативен, и как следствие, предпочитает консервативные и социалистические взгляды (что с учетом 70-ти летнего опыта существования СССР также можно считать консерватизмом). Например, социал-демократические (социалистические в своей основе) принципы и социально-экономические взгляды поддерживает **69%** участников опроса (минимум поддержки социалистических тезисов – **53,8%**). Одновременно, консервативные ценности разделяет подавляющее большинство социума: уровень поддержки находится в диапазоне от **68,4%** до **62%**, что дополнительно говорит о крайне высоком уровне общественного консенсуса относительно основных консервативных принципов.

6. В массе населения популярны основные националистические идеи. При этом не следует путать их с широко известными нацистскими или фашистскими лозунгами. Речь идет, скорее, о государственно-националистических принципах и идеях, которые могут считаться националистическими, но не относятся напрямую к экстремистским взглядам. В частности, один из наиболее популярных националистических тезисов о приоритете национально-государственных интересов, ценностей и т.п. разделяет **68,4%** от общего числа участников. Наименее популярный тезис о законодательном приоритете традиционных вероисповеданий – **51,4%**.
7. В ситуации, когда участие в акции протеста оказывается безальтернативным вариантом, любую из форм протеста готово поддержать свыше трети опрошенных нижегородцев (**34,8%**). Кроме того, **11,6%** настроено непосредственно на участие в массовых публичных акциях, и ещё **18,5%** склонно выразить свое негативное отношение посредством СМИ или иных средств массовой коммуникации. Категорическими противниками публичных акций протеста или иного выражения недовольства является **28,3%** участников опроса, которые даже в критической ситуации предпочтут обратиться в суд, органы власти и т.п.
8. Современный российский средний класс – это примерно **62%** населения. Внутренне он также не однороден, как и социум в целом и включает в себя, если говорить исключительно об уровне материального благополучия семей, представителей трех основных категорий. К данной социальной группе относят себя как те, кто имеет возможность приобрести новый автомобиль, не прибегая к заемным средствам (**17,2%**), так и те, чей уровень доходов позволяет приобретать исключительно товары первой необходимости, тогда как покупка крупной бытовой техники уже способна вызвать финансовые трудности (**28%**). Основу российского среднего класса (**37,7%**) составляют те, чьи доходы позволяют приобретение товаров первой необходимости (продукты и одежда), новой бытовой техники и т.п. расходы, однако более крупные и дорогие покупки осуществляются в кредит.
9. Из трех предложенных сфер приложения усилий (политика, предпринимательство и общественная работа) наименьшей популярностью пользуется политическая деятельность. Наиболее популярно среди респондентов предпринимательство, однако, что безусловно интересно, общественная деятельность отстает от хозяйственно-экономической не столь уж сильно.
10. Анализ ответов респондентов в парах – противопоставлениях жизненных установок показал отсутствие доминирования как коллективистских, так и индивидуалистических ценностей. Практически равное число респондентов предпочло индивидуалистическую «свободу» (как возможность действовать исключительно по своему усмотрению) и коллективистские «ответственность» и «чувство общности». Стоит отметить и значительное преобладание ценности «внутренней гармонии» над часто понимаемыми гедонистически «удовольствием» и «творческой самореализацией».
11. Для большинства респондентов понятие «деньги» ассоциируется, в первую очередь, с различными категориями личной свободы как ресурса, доступного благодаря наличию финансов: «возможности», «свобода», «независимость», «время», «счастье» - **22,9%**. На втором месте ассоциация с процессом зарабатывания «денег» как ресурса: «труд», «работа», «зарплата (пенсия)» - **17,2%**. Значительная часть респондентов «упрощает» ассоциативный ряд, проводя прямую параллель между понятием «деньги» и такими социальными состояниями как «благополучие» (**14,4%**) или «богатство» (**8,8%**).

Одновременно, для **9,9%** участников опроса, «деньги» - это всего лишь возможность удовлетворения минимальных потребностей. Кроме того, для **12,8%** от общего числа опрошенных «деньги» означают «силу», «власть» и «вседозволенность», то есть возможность встать над социумом, получить своего рода освобождение от социальных норм, правил и обязательств.

12. **22,7%** респондентов ассоциирует «жизненный успех» с самореализацией, самодостаточностью и свободой. Ещё около **14%** - достижение материального «благополучия» (**6,4%**), «богатства» (**5,9%**) или конкретных материальных объектов – символов успеха (**1,8%**). Кроме того, **15,2%** участников опроса видит «жизненный успех» в достижении власти, построении карьеры, получении определенного социального статуса, известности и авторитета. К этой же группе можно отнести и тех респондентов, которые полностью отождествляют «жизненный успех» и личностное целеполагание на протяжении жизни (**12,6%**).
13. Довольно значительная часть респондентов ассоциирует «жизненный успех» с не материальными, не связанными с карьерой и финансовыми возможностями, понятиями. Например, **17,1%** участников опроса полагает, что «жизненный успех» это «счастье», «любовь», «здоровье» и «внутренняя гармония». Ещё **12,2%** считает главным проявлением жизненных достижений наличие благополучной семьи и детей. Необходимо отметить, что лишь **4,4%** от числа участников опроса сводит жизненный успех к случайным факторам, не зависящим от личностных усилий («удача» или «везение»).
14. «Морально-нравственные ценности» как комплексное понятие – наименее определенное для населения. Равное число респондентов полагает, что ближайшей ассоциацией являются «общественные нормы и правила» + «традиции» общества (**14,5%**), а также традиционные ассоциации: «воспитание / образование / культура» (**13,6%**), «нравственность, порядочность, совесть» (**11,9%** или «коллективистские» ценности (**8,9%**). Обращает на себя внимание тот факт, что только **5,4%** от общего числа опрошенных прямо связывает «морально-нравственные ценности» и религиозные принципы и правила, веру и духовность.
15. Либеральный «набор» ценностей выбрали лишь **9,8%** участников опроса, а индивидуалистические («любовь», «свобода» и т.п.) – **2,1%**. Кроме того, ещё часть респондентов ассоциирует морально-нравственные ценности или с сугубо индивидуалистическими («внутренний комфорт» - **2,8%**), либо внешними, и зачастую, формальными признаками («уважение к окружающим и себе» - **8,8%**; «соблюдение норм закона» - **6,6%**).