

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Ульяновский государственный университет

Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области

Под редакцией Н.В.Дергуновой, А.В.Волкова

Ульяновск 2008

ББК 60.5
С 69

*Печатается по решению Ученого совета
факультета гуманитарных наук и социальных технологий
Ульяновского государственного университета (протокол №4 от 16.06.08)*

Рецензент:

Доктор социологических наук, профессор **В.А.Писачкин** (г.Саранск)

Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области /
Под ред. Н.В.Дергуновой, А.В.Волкова. – Ульяновск: УЛГУ, 2008. –
131 с. – ISBN 978-5-88866-302-8.

В предлагаемой коллективной монографии представлен опыт реализации программы «Социокультурная эволюция регионов России» в Ульяновской области. Исследование социальных аспектов жизни населения Ульяновской области дополнено результатами исследования «Российская молодежь в регионах среднего достатка», проведенного в Ульяновской, Пензенской областях и республики Мордовия.

Для научных работников и преподавателей вузов, государственных служащих, предпринимателей, журналистов и всех интересующихся вопросами социокультурного развития Ульяновской области.

ББК 60.5

Работа подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках проектов «Подготовка социокультурного портрета Ульяновской области по типовой программе и методике для формирования социокультурного атласа России» (грант №07-03-18005е) и «Социокультурный портрет Ульяновской области, подготовленный по типовой программе и методике» (грант №08-03-18006е).

ISBN 978-5-88866-302-8

© Дергунова Н.В., Волков А.В., Светульников М.Г., Кадничанская М.И.,
Степанова О.В., Власова Н.В., Галкина Е.П., 2008
© Ульяновский Государственный Университет, 2008

*50-летию создания Советской
социологической ассоциации
и 40-летию создания первого
академического социологического
института (ИКСИ АН СССР)
посвящается...*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Раздел 1. Социокультурный портрет Ульяновской области

Введение. Методология проведения исследования и краткие выводы	5
Глава 1. Социальное самочувствие жителей Ульяновской области	16
Глава 2. Трудовая деятельность	24
Глава 3. Культурная жизнь региона	54
Глава 4. Общественная жизнь региона	71
Глава 5. Социально-демографические характеристики респондентов	85

Раздел 2. Российская молодежь в регионах среднего достатка

Глава 6. Региональный социум и молодежный субсоциум как категории социологического анализа	88
Глава 7. Молодежь: основные жизненные стратегии	93
Глава 8. Жилищная проблема и ее решение в представлениях молодежи	95
Глава 9. Семейный статус молодежи и ее репродуктивные планы	97
Глава 10. Материальные условия жизни: реальное и ожидаемое	100
Глава 11. Здоровье молодежи	103
Глава 12. Профессионально-трудовое определение молодежи	104
Глава 13. Образовательный статус молодежи	112
Глава 14. Нравственные ценности и идеалы молодежи	118
Глава 15. Общественно-политические настроения молодежи и отношения с государством	122
Глава 16. Досуг молодежи: структура и особенности	126
Исполнители исследований	129

Раздел 1. Социокультурный портрет Ульяновской области

Введение. Методология проведения исследования и краткие выводы

Проект «Подготовка социокультурного портрета Ульяновской области» осуществляется в рамках программы составления социокультурного атласа регионов России, с использованием типовой методики, разработанной специалистами Центра изучения социокультурных изменений Института философии Российской Академии Наук, при поддержке Российского гуманитарного научного фонда.

Основной целью проекта является получение по каждому региону России, принявшему участие в проекте, комплексной концентрированной характеристики, описывающей регион как сложный социокультурный феномен. Конечным результатом проекта должно стать составление Социокультурного атласа России, в котором будут представлены характеристики всех регионов. Единство используемой методики и показателей развития регионов даст возможность сравнивать различные аспекты жизни регионов (социокультурные, экономические, общественно-политические и т.д.). Социокультурный портрет региона может использоваться руководителями предприятий и организаций различных уровней, политическими деятелями, учеными и исследователями для принятия разнообразных решений.

Задачами при составлении социокультурного портрета региона являются сбор и обработка информации по следующим разделам:

1. общая характеристика региона, его проблемы и тенденции развития;
2. характеристика населения региона, включая его этнокультурные и социальные особенности;
3. уровень жизни и социальное самочувствие населения;
4. культурный потенциал населения и его использование;
5. мотивация трудовой деятельности и экономическая активность;
6. социальная стратификация и мобильность населения;
7. государственное регулирование и самоорганизация в сфере

социальной и культурной жизни региона.

Методика составления социокультурного портрета региона включает несколько этапов:

1. проведение опроса населения по типовой анкете, разработанной Центром изучения социокультурных изменений Института философии Российской Академии наук;
2. анализ статистических данных по региону;
3. проведение экспертных опросов и фокус-групп;
4. контент-анализ средств массовой информации.

Основой для составления социокультурного портрета региона является типовое интервью, так как именно оно позволяет выявить социокультурные особенности различных групп населения, проживающих на территории Ульяновской области. Анкета типового интервью включает 62 вопроса, относящихся к следующим характеристикам региона:

- 1) условия жизни;
- 2) трудовая деятельность;
- 3) участие в культурной жизни региона;
- 4) участие в общественной жизни региона;
- 5) социально-экономическая характеристика респондента.

В качестве метода сбора первичной информации был использован квартирный опрос жителей Ульяновской области. Опрос проводился в период с 2 по 8 июля 2007 года.

Для проведения опроса была использована выборка объемом 1102 человека (при рекомендованном методикой объеме выборки не менее 1000 человек). Используемая выборка являлась стратифицированной, многоступенчатой, случайной на стадии отбора респондентов. Кроме того, в ходе проведения исследования контролировались квоты по районам Ульяновской области, типам поселений (городское, сельское), полу и возрасту респондентов. Процедура учета квот на стадии проведения полевого исследования позволила избежать необходимости приведения выборочной совокупности в соответствие с генеральной совокупностью.

При построении выборки использовались следующие процедуры:

1. Отбор районов, репрезентирующих структуру региона.

Территория Ульяновской области в целях исследования была поделена на 5 районов: административный центр (разделенный на четыре района в соответствии с административно-территориальным

делением) и четыре укрупненных района области:

- Заволжье (Мелекесский, Старомайнский и Чердаклинский районы);
- Юг (Павловский, Новоспасский, Старокулаткинский, Радищевский и Николаевский районы);
- Северо-Запад (Карсунский, Инзенский, Сурский, Вешкаймский, Барышский и Базарно-Сызганский районы);
- Центр (Майнский, Кузоватовский, Сенгилеевский, Ульяновский, Теренгульский и Цильнинский районы).

2. Отбор населенных пунктов для проведения интервью.

В качестве метода отбора населенных пунктов был использован рекомендованный типовой методикой метод случайного выбора по принципу совмещения спирали и треугольника.

В соответствии с данным методом были отобраны следующие населенные пункты:

- район Заволжье – г. Димитровград, Новая Малыкла (Новомалыклинский район), Дивный Нефть (Мелекесский район), Озерки (Мелекесский район), Мирный (Чердаклинский район);
- район Юг – Новоспасское (Новоспасский район), Верхняя Маза (Радищевский район), Средняя Терешка (Старокулаткинский район), Куроедово (Николаевский район);
- район Северо-Запад – Карсун (Карсунский район), Бекетовка (Карсунский район), Каргино (Вешкаймский район), Малая Хомутерь (Барышский район);
- район Центр – г. Новоульяновск, Солдатская Ташла (Ульяновский район), Чертановка (Кузоватовский район), Загоскино (Майнский район), Тагай (Майнский район).

3. Определение маршрутов интервьюеров в пределах выбранных населенных пунктов.

Точки начала маршрута опроса в крупных населенных пунктах выбирались по аналогичному принципу, с использованием развернутой спирали. От начальной точки маршрута интервьюеры следовали по нечетной стороне улицы в сторону увеличения нумерации домов, затем (после опроса половины респондентов на маршруте или в случае окончания улицы) – в сторону убывания нумерации домов по четной стороне. Опрос проводился в каждом последующем доме в случае многоэтажной застройки и в каждом пятом доме – в случае индивидуальной застройки. Отбор квартир в домах осуществлялся по систематической выборке с шагом 30 квартир. При переходе к следующему дому номер начальной квартиры увеличивался на

единицу. В случае невозможности опросить респондента в квартире, выбранной таким образом (отсутствие жильцов, нежелание открыть дверь, отказ от участия в опросе), интервьюер переходил к квартире со следующим порядковым номером.

В сельских поселениях для опроса выбиралась самая протяженная (центральная) улица, использовался аналогичный метод отбора домов для опроса.

4. Отбор респондента в семье.

Отбор респондента в семье осуществлялся по принципу «последнего дня рождения», то есть выбирался тот член семьи, чей день рождения прошел и оказался ближайшим ко дню проведения опроса.

5. Контроль за соблюдением квот (пол, возраст).

Для того, чтобы характеристики выборочной совокупности соответствовали генеральной совокупности по основным социально-демографическим параметрам, руководители групп интервьюеров на стадии сбора первичной информации осуществляли контроль за соблюдением квот. Каждый интервьюер, опросив респондента, сообщал руководителю группы его социально-демографические характеристики; в случае исчерпания квоты руководитель группы сообщал об этом всем интервьюерам. Если при дальнейшем отборе респондентов случайным образом было необходимо опросить человека с социально-демографическими характеристиками, квоты по которым были исчерпаны, респондент переходил к опросу следующего члена семьи или к следующей квартире в соответствии с используемым механизмом отбора респондентов.

Структура выборки представлена в таблицах А-И

ЗАВОЛЖЬЕ

Таблица А (чел)

Городское население
Димитровград

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	21	12	11	11	11	66
Женщина	17	14	16	12	19	78
Итого	38	26	27	23	30	144

Таблица Б (чел)

Сельское население
Новая Малыкла (Новомалыклинский р-н), Озерки (Мелекесский р-н),
Мирный (Чердаклинский р-н), Дивный Нефть, Никольское

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	6	4	2	5	13	32
Женщина	8	6	6	8	15	48
Итого	14	10	8	15	28	80

ЮГ

Таблица В (чел)

Городское население
Новоспаское

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	4	0	5	2	1	12
Женщина	4	0	5	1	6	16
Итого	8	0	10	3	7	28

Таблица Г (чел)

Сельское население
Верхняя Маза (Радищевский р-н), Средняя Терешка
(Старокулаткинский р-н), Куроедово (Николаевский район)

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	5	5	7	3	6	26
Женщина	4	9	4	5	9	31
Итого	9	14	11	8	15	57

СЕВЕРО-ЗАПАД

Таблица Д (чел)

Городское население
Карсун

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	8	5	9	4	5	31
Женщина	11	6	8	7	13	45

Итого	19	11	17	11	18	76
-------	----	----	----	----	----	----

Таблица Е (чел)

Сельское население
Бекетовка (Карсунский р-н), Каргино, Вешкайма (Вешкаймский р-н),
Малая Хомутерь (Барышский р-н)

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	4	3	7	5	11	30
Женщина	5	5	6	4	13	34
Итого	9	8	13	9	24	64

ЦЕНТР

Таблица Ж (чел)

Городское население
Новоульяновск

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	8	4	6	3	5	26
Женщина	5	6	6	6	10	33
Итого	13	10	12	9	15	59

Таблица З (чел)

Сельское население
Солдатская Ташла (Ульяновский р-н), Чертановка (Кузоватовский р-н),
Загоскино, Тагай (Майнский р-н)

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	8	7	8	7	9	39
Женщина	8	7	12	8	19	54
Итого	16	14	20	15	28	93

Таблица И (чел)

УЛЬЯНОВСК

Возраст	18-29	30-39	40-49	50-59	60 и ст	Всего
Мужчина	60	39	52	34	39	224

Женщина	63	52	62	40	60	277
Итого	123	91	114	74	99	501

Анализ полученных в ходе социологического исследования данных позволяет сделать следующие выводы:

1. Состояние окружающей среды респондентами оценивается в целом как нормальное: только одна шестая часть респондентов считает воздух и воду сильно загрязненными.
2. Состояние своего здоровья основная часть (70,1%) респондентов оценивают как нормальное, всего лишь 16,2% отмечают, что часто болеют, 6,8% - хронически больные, 6,3% - инвалиды.
3. Только 23,2% респондентов удовлетворяет государственное медицинское обслуживание в Ульяновской области. В качестве основных недостатков отмечают следующие: трудно попасть к врачу, большие очереди –44,6%, врачи выписывают лекарства, которые трудно достать или они очень дорогие – 30,4%, советы, рецепты врачей редко помогают – 17,0%. Основная проблема регионального масштаба, по мнению респондентов, заключается именно в необходимости существенного улучшения качества медицинского обслуживания (43,2%).
4. Работу общественного транспорта респонденты оценивают не столь негативно. Тем не менее, результаты опроса позволяют зафиксировать наличие проблемы и в данной сфере: 22,5% опрошенных оценили работу общественного транспорта «плохо» и «скорее плохо».
5. Социально-экономическое положение Ульяновской области в целом респонденты оценивают отрицательно: 63,2% опрошенных считают, что в соседних регионах живут лучше. Своей жизнью полностью удовлетворены всего 10,5% опрошенных. 32,4% опрошенных считают, что «жизнь здесь заглохла», а 19,0% отметили, что «здесь не любят инициативу». В качестве положительных черт региона отмечают в основном красивую природу (61,4%) и добрых людей (25,4%).
6. Будущее, по мнению опрошенных, зависит от них самих (63,9%). Влияние властей и руководителей по месту работы не отрицается, но оно не столь значимо. Результаты опроса демонстрируют ослабление патерналистских позиций и настроений в регионе. Усиливается осознание роли семьи, друзей, земляков в формировании будущего.

7. Анализ сфер деятельности, в которых трудились респонденты и их родители в 1990 и 2007 году, позволяет зафиксировать незначительное изменение социально-профессиональной структуры.
8. Значительная часть респондентов (31,6%) по основной работе заняты на государственных, муниципальных предприятиях, причем большинство – это женщины (33,8%), доля мужчин составляет 28,8%. Достаточно высок процент тех, кто не имеет постоянной работы (11,8%).
9. Частный бизнес во всех своих формах развит недостаточно. В качестве дополнительной работы респонденты в основном отмечали личное подсобное хозяйство.
10. Был отмечен мотивационный сдвиг в сторону актуализации инструментальных ценностей: аспекты творчества и самореализации в трудовой деятельности уступили место мотивам самообеспечения.
11. Большинство опрошенных (50,8%) предпочитают стабильное экономическое положение, пусть даже на низком уровне. В то же время, имеется довольно значительная часть населения (25,7%), готовая к рискованным моделям трудовой деятельности, без гарантий на будущее.
12. Материальное положение населения Ульяновской области трудно назвать хорошим, более половины опрошенных отмечают недостаток денежных средств для нормального жизнеобеспечения. Однако респонденты отметили наличие в регионе положительных тенденций. Большинство респондентов диагностировали, что их уровень жизни в текущем году по сравнению с предыдущим не ухудшился, а даже несколько улучшился, хотя распределение ответов по разным группам населения значительно отличалось. Прогнозы населения в отношении своего будущего материального положения тоже были скорее оптимистичными: пессимизм был отмечен у незначительного числа респондентов, в первую очередь, у относящих себя к низшим социальным слоям.
13. Значительное большинство населения Ульяновской области (60,1% по отношению к своему населенному пункту, 42,6% по отношению к региону, 32,8% по отношению к стране в целом), относит себя к среднему слою. В этом можно усмотреть тенденцию индивидов быть «как все», не выделяться значительно из общей массы. Особо следует отметить значительную разницу в оценках респондентами своего социального положения относительно своего населенного пункта, региона и страны в

целом. Наблюдается тенденция понижения своего социального уровня при рассмотрении более крупных территориальных образований, что, в первую очередь, свидетельствует о том, что в целом уровень жизни в Ульяновской области оценивается респондентами ниже, чем среднероссийский.

14. По данным проведенного исследования подавляющее большинство поддерживает уровень информированности о жизни страны и региона, обращаясь к центральной и местной прессе. В равной мере смотрят местные и центральные передачи 49,2% респондентов. Однако 5,6% опрошенных вообще не смотрят телевизор, 18,1% - не читают газет.
15. Среди причин, мешающих созданию семьи, респонденты отметили нехватку средств на ее содержание (29,8%) и плохие жилищные условия (21,0%). Таким образом, результаты опроса свидетельствуют, что именно материальные факторы являются важной составляющей устойчивого существования брака. Материальные факторы являются определяющими и для роста численности населения (низкие доходы, плохие жилищные условия, слабая государственная поддержка и ориентированность семьи на то, чтобы иметь одного ребенка).
16. Среди причин, приводящих к сокращению жизни мужчин, в качестве основных названы следующие: употребление алкогольных напитков (в том числе низкого качества), занятость мужчин на тяжелой и вредной работе, попустительское отношение мужчин к своему здоровью, и как следствие, низкая продолжительность жизни.
17. Процессы компьютеризации населения весьма далеки от своего завершения – 56,4% респондентов вообще не используют компьютер; только 27,0% пользуются Интернетом. Однако при этом уже 73,7% используют мобильный телефон в повседневной жизни.
18. Социологическое исследование показало одностороннее участие граждан в деятельности учреждений культуры: респонденты чаще всего посещают учреждения культуры развлекательной направленности, такие как кинотеатры, стадионы, дискотеки.
19. Нужно отметить очень слабую инновационную деятельность населения. Только 4,1% респондентов были организаторами чего-либо нового, 7,2% - участниками. В роли активных и предприимчивых организаторов преобладают мужчины. В возрастной группе от 26 до 35 лет наблюдается пик инновационной активности как организаторов каких-либо

- проектов. Инновация является городским феноменом, причем гораздо более выраженным в малых городах.
20. Наибольшее взаимопонимание респонденты встречают со стороны непосредственного окружения: в семье или в компании друзей. Исследование показало, что абсолютное большинство опрошенных являются участниками родственно-дружеских взаимоотношений.
 21. Этнический состав населения Ульяновской области довольно разнообразен: 78,8% русских, 11,3% татар, 4,7% чувашей 2,0% мордвы. Основная масса опрошенных респондентов разделяют верования православного христианства (78,9%). На втором месте – мусульмане. Значительно меньше в регионе представлены иудеи, буддисты, протестанты, католики.
 22. Респонденты в целом слабо информированы о важнейших решениях государственных региональных и муниципальных органов власти: только 16,4% респондентов смогли вспомнить о некоторых важнейших направлениях работы органов власти за последний год, 17,2% ничего не смогли вспомнить, 66,4% - отказались от ответа.
 23. Отношение респондентов к введению нового Жилищного кодекса противоречиво. 47,8% опрошенных ответили, что кодекс ничего не изменит в их жизни; 12,0% улучшит, 12,4% ухудшит жизнь семьи; 24,0% - затруднились ответить.
 24. В наибольшей степени респонденты считают себя защищенными от притеснений по религиозным убеждениям (60,5%), по национальной принадлежности (58,4%), по полу и возрасту (52,3%), от преследований по политическим убеждениям (41,8%).
 25. В наименьшей степени опрошенные считают себя защищенными от одиночества (25,8%), от экологических угроз (18,3%), от произвола правоохранительных органов (15,2%), от произвола чиновников (14,1%), от бедности (10,5%), от преступности (8,3%).
 26. С фактами вымогательства, взяток и коррупции лично не сталкивалось 63,6% респондентов. Сталкивалась почти треть респондентов: изредка 23,3% и часто 8,4%.
 27. С нарушениями различных прав и свобод человека и гражданина не сталкивалось от 60 до 80% респондентов. В то же время наиболее часто нарушаются, по мнению опрошенных, право на равенство перед законом, право на труд и право на личную безопасность. Менее всего нарушаются права на эмиграцию, тайну переписки и телефонных переговоров, на свой язык и культуру.
 28. При попытках отстоять свои права, в лучшем случае это удастся сделать лишь 4-9% респондентов.

29. В акциях протеста готовы участвовать 17,7% опрошенных, еще 17,2% «пожалуй, готовы» участвовать. «Пожалуй, не готовы» - 13,2% и «не готовы» - 43,4%. Таким образом, каждый третий респондент так или иначе готов участвовать в акциях протеста, но каждый второй респондент не готов присоединиться к акциям протеста.
30. Общественная организованная активность респондентов не велика. 2,6% респондентов ответили, что состоят в политических партиях, 4,6% являются членами профсоюзов, и только 0,9% состоят в различных общественных и религиозных организациях.
31. Уровень доверия («полностью доверяю» и «пожалуй, доверяю») респондентов органам власти, общественно-политическим организациям и СМИ колеблется от 52,0% губернатору области до 24,7% органам милиции. В большей мере респонденты доверяют губернатору (52,0%), суду (42,3%), прокуратуре (33,9%), региональным СМИ (33,6%). Больше всего респонденты не доверяют («не очень доверяю» и «совсем не доверяю») Законодательному Собранию области (36,6%), региональным отделениям политических партий (42,8%) и органам милиции (51,9%).

Глава 1. Социальное самочувствие жителей Ульяновской области

Результаты проведенного социологического исследования позволяют оценить социальное самочувствие населения Ульяновской области, которое является результирующим показателем уровня социального оптимизма в регионе.

Таблица 1.1.

**Распределение ответов респондентов на вопросы:
«Давно ли Вы живете в этом городе (поселке, селе, деревне)?» и
«Вы здесь родились или приехали из другого города (села), из
другого региона?», (%)**

Давно ли Вы живете в этом городе/ поселке/ селе/ деревне							
		Менее 5 лет	5-15 лет	16-25 лет	Больше 25 лет	Отказ от ответа	ИТОГО

Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области

Вы здесь родились или пришли из другого города (села), из другого региона?	Здесь родился	0,3%	1,5%	13,2%	35,8%	0,0%	50,8%
	Приехал по своему желанию из др. города (села) нашего региона	4,5%	5,6%	7,3%	13,9%	0,0%	31,3%
	Приехал по своему желанию из другого региона РФ или СНГ	1,1%	4,6%	3,0%	6,0%	0,1%	14,8%
	Вынужденный переселенец из другого региона РФ или СНГ	0,2%	0,8%	0,2%	0,5%	0,0%	1,7%
	Приехал сюда временно из другой страны	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,2%	0,4%
	Отказ от ответа	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	1,0%
	ИТОГО	6,2%	12,6%	23,7%	56,3%	1,2%	100,0%

От общего числа опрошенных, проживают по месту опроса более 25 лет 56,3% респондентов, 16-25 лет – 23,7%, 5-15 лет – 12,6%, менее 5 лет – 6,2%, 1,25% респондентов отказались ответить на данный вопрос. Более половины респондентов являются уроженцами Ульяновской области (родились в месте проживания или переехали в данный населенный пункт из другого населенного пункта региона).

Доля вынужденных переселенцев составляет 1,7%, 0,4% опрошенных приехали в регион временно из другой страны. Распределение ответов по данному вопросу и по вопросу о месте рождения представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.2.

**Распределение ответов респондентов на вопросы:
«Как вы считаете, чистый ли воздух в Вашем городе (селе), или он сильно загрязнен?» и «Как вы считаете, чистую ли воду Вы пьете и используете для приготовления пищи?», (%)**

		Как Вы считаете, чистую ли воду Вы пьете и используете при приготовлении пищи?				
		Во да до ст ат оч но чи стая	Во да за гр яз нен ая	Во да сил ьно за гр яз нен ая	За труд но сть от вет ить	И Т О Г О:
Как Вы считаете, чистый ли воздух в Вашем городе/селе или он сильно загрязнен?	Обычно воздух достаточно чистый	22,4%	10,4%	1,6%	0,5%	34,9%
	Воздух часто бывает загрязнен	10,9%	27,5%	6,4%	1,0%	45,8%
	Обычно воздух сильно загрязнен, страдают больные люди	3,7%	4,6%	8,3%	0,3%	16,9%
	Затрудняюсь ответить	0,6%	0,9%	0,3%	0,6%	2,4%
	ИТОГО:	37,6%	43,4%	16,6%	2,4%	100,0%

Распределение ответов по оценке степени загрязненности воды и воздуха представлено в таблице 1.2. По мнению опрошенных, воздух

часто бывает загрязнен (45,8%), а сильно загрязненным воздух считают 16,9% опрошенных. 34,9% респондентов считают воздух достаточно чистым. Необходимо отметить, что подобная тенденция распределения ответов характерна как для людей родившихся по месту опроса, так и мигрировавших из других мест.

Примерно такое же распределение ответов по оценке степени загрязненности воды, употребляемой для питья и приготовления пищи: вода достаточно чистая – 37,6% опрошенных, вода загрязнена – 43,4%, вода сильно загрязнена – 16,6%.

Состояние своего здоровья респонденты оценили следующим образом: нормальное здоровье – 37,7%, временами болею – 32,4%, часто болею – 16,2%, хронически больной – 6,8%, инвалид – 6,3%. Затруднились ответить на данный вопрос 0,6% респондентов. Необходимо отметить, что четко выраженной зависимости между оценкой степени загрязненности воды и воздуха и состоянием здоровья респондентов нет.

Таблица 1.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Где Вы получали медицинскую помощь последний раз и платили ли Вы за это?», (%)**

Где Вы получали медицинскую помощь последний раз и платили ли Вы за это?	Платил	Не платил
В медпункте, поликлинике, стационаре Вашего предприятия	2,9%	13,8%
В поликлинике, медпункте по месту жительства	6,9%	39,4%
В больнице или в специализированном медицинском учреждении	8,3%	15,8%
В кабинете частного врача	6,0%	3,2%
У Вас дома	1,2%	6,2%
Другое	0,6%	1,7%
Затрудняюсь ответить	4,4%	
Отказ от ответа	0,6%	

46,3% опрошенных респондентов ответили, что в последний раз получали медицинскую помощь в поликлинике, медпункте по месту жительства, 16,7% - в медпункте, поликлинике, стационаре предприятия, 24,17% - в больнице или специализированном медицинском учреждении, 9,2% - в кабинете у частного врача, дома – 7,4%. 80,0% опрошенных получали медицинские услуги бесплатно. Таким образом, можно отметить, что жители Ульяновской области недостаточно вовлечены в процесс получения медицинской помощи от

коммерческих медицинских предприятий, ориентируются на получение медицинских услуг от государственных учреждений. Распределение ответов респондентов по данному вопросу представлено в таблице 1.3.

Традиционно население считает, что медицинское обслуживание, оказываемое государственными учреждениями, оставляет желать лучшего. Для выявления проблемных областей в системе здравоохранения респондентам задавался соответствующий вопрос: «Чем не удовлетворяет Вас государственное медицинское обслуживание?».

На него были получены следующие ответы: 44,6% опрошенных отметили вариант «Трудно попасть к врачу, большие очереди», 30,4% респондентов заявили, что «Врачи выписывают лекарства, которые трудно достать или они очень дорогие», 17,0% отметили, что «Советы, рецепты врачей редко помогают». 15,3% респондентов отметили плохую работу бригад скорой помощи, которая долго едет до места вызова. Остальные варианты ответов получили менее 10%. Данные опроса свидетельствуют, что основные проблемы, которые обусловили возникновение национального проекта в сфере здравоохранения, так и остались неразрешенными. Только 23,2% от общего числа опрошенных заявили, что «В целом меня удовлетворяет медицинское обслуживание».

Работу общественного транспорта респонденты оценили следующим образом: 33,3% - в целом хорошо, 34,0% - скорее хорошо, 11,4% - скорее плохо, 11,1% - плохо, 5,8% затруднились ответить и 4,4% отказались отвечать. В целом ситуация с общественным транспортом существенно улучшилась за счет работы маршрутных такси, хотя появились проблемы, ранее менее актуальные для сферы общественного транспорта, например, безопасность движения именно общественного пассажирского транспорта.

По мнению респондентов, жители Ульяновской области живут хуже, чем во всех соседних регионах (63,2% респондентов). Лишь 3,7% опрошенных ответили, что люди в нашем регионе живут лучше, чем в соседних. 19,1% респондентов отметили, что уровень жизни в Ульяновской области является средним в сравнении с другими регионами: в одних регионах люди живут лучше, в других – хуже. Необходимо отметить, что в целом неудовлетворенность условиями жизни характерна практически для всех слоев общества, вне зависимости от возрастной, половой, национальной и религиозной принадлежности. Тем не менее, своей жизнью полностью удовлетворены только 10,5% жителей, скорее удовлетворены 47,2%, не

очень удовлетворены – 22,2%, совсем не удовлетворены – 6,3%. 12,8% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос. Эти данные свидетельствуют о том, что, несмотря на негативную оценку условий жизни, жители региона ими удовлетворены и считают свой образ жизни нормальным.

В качестве привлекательных черт Ульяновской области 61,4% респондентов отмечают, что наиболее значима только красивая природа. 25,4% опрошенных в качестве привлекательной черты отметили, что в регионе проживают добрые, душевные люди.

В качестве негативных черт Ульяновской области респонденты отметили следующие: «Жизнь здесь заглохла» - 32,4% от числа опрошенных, «Неприветливые люди» - 18,9%, «Здесь не любят инициативу» - 19,0%.

В целом жители Ульяновской области испытывают следующие чувства к своему региону: 18,2% - рады, что живут здесь, 39,1% - в целом довольны жизнью, но есть и то, что не устраивает, 16,8% - не испытывают никаких особых чувств к региону, 13,6% - не довольны жизнью в регионе, но привыкли и уезжать не собираются, 8,5% - хотели бы уехать из региона, и 1,8% - хотели бы уехать из России.

Таблица 1.4.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность
(«свое – чужое») с такими людьми? », (%)**

В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность («свое – чужое») с такими людьми?	Жители поселений, в которых я живу (деревня, село, город)	Жители республиканского (краевого, областного) центра, хотя там и не живу	Жители всей моей республики (края, области, округа)	Жители Москвы - столицы России	Жители всей России	Жители всей Земли
Свое	55,4%	30,8%	19,1%	7,7%	10,8%	7,0%
Близкое, но не свое	24,8%	25,1%	27,4%	15,2%	16,9%	12,0%
Безразлично	10,5%	25,2%	31,3%	38,6%	32,3%	36,6%
Далекое, но не чужое	3,3%	6,3%	10,0%	14,3%	19,1%	13,1%
Чужое	1,8%	4,9%	5,4%	15,5%	10,8%	15,2%

Затрудняюсь ответить	2,9%	5,4%	5,0%	6,7%	8,1%	14,1%
Отказ от ответа	1,3%	2,3%	1,8%	2,0%	2,1%	2,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	2,0%	100,0%

Данные опроса свидетельствуют о достаточно высокой степени идентификации населения в рамках поселения, в котором проживают респонденты (55,4%), областного центра (30,8%) и области в целом (19,1%). В то же время уровень идентификации чрезвычайно низок по отношению к жителям Москвы (7,7%), всей России (10,8%) и всей Земли (7,0%). При этом жители региона чувствуют большую близость с россиянами в целом, чем с жителями столицы.

Отношения между приезжими и основным населением в регионе отличаются терпимостью и минимизацией конфликтов на основе этнической или социальной нетерпимости и неприязни. 29,9% респондентов считают, что у приезжих сложились устойчивые хорошие отношения с местным населением, 28,8% считают, что в целом отношения нормальные, но иногда возникают недоразумения, 14,2% опрошенных считают, что отношения неровные, нередко возникают напряжения, 4,2% отметили существование конфликтов в явной форме. 21,4% респондентов затруднились ответить на этот вопрос. Многонациональный состав населения Ульяновской области формирует условия терпимости, что нашло свое отражение в ответах респондентов.

Таблица 1.5.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что, по вашему мнению, необходимо сделать для улучшения
жизни населения Вашей республики (края, области)?», (%)**

Что, по вашему мнению, необходимо сделать для улучшения жизни населения Вашей республики (края, области)?	Процент респондентов
Оздоровить природу	17,0%
Развивать малый и средний бизнес	28,2%
Усилить государственный контроль над экономикой	28,2%
Улучшить медицинское обслуживание	43,2%
Решительнее отстаивать интересы региона в центре	10,3%
Навести порядок, бороться с криминалом, коррупцией	31,1%
Создавать новые рабочие места	37,1%
Быстрее строить новые дороги	17,4%
Улучшать образование	8,5%
Затрудняюсь ответить	2,1%

Отказ от ответа	1,5%
-----------------	------

Для улучшения жизни в Ульяновской области, по мнению опрошенных, необходимо сделать следующее: 43,2% от общего числа респондентов считают, что необходимо улучшить медицинское обслуживание, 37,1% - создавать новые рабочие места, 31,1% - навести порядок, бороться с криминалом, коррупцией, 28,2% - развивать малый и средний бизнес, 28,2% - усилить государственный контроль над экономикой.

Результаты опроса показали отношение жителей Ульяновской области к завтрашнему дню: вполне уверены в завтрашнем дне – 11,2%, скорее уверены, чем нет – 33,8%, не могут ответить точно – 23,8%, скорее не уверены, чем уверены – 15,8%, совершенно не уверены – 10,8%. 4,7% респондентов отказались отвечать на этот вопрос. Принципиальных отличий в ответах в зависимости от пола, возраста, образования, национальности не наблюдается.

Будущее свое, по мнению опрошенных, зависит от них самих (63,9%). Влияние властей и руководителей по месту работы не отрицается, но оно не столь значимо. Результаты опроса демонстрируют ослабление патерналистских позиций и настроений в регионе. Усиливается осознание роли семьи, друзей, земляков в формировании будущего.

Таким образом, анализ социального самочувствия населения Ульяновской области позволяет сделать следующие выводы:

1. Состояние окружающей среды респондентами оценивается в целом как нормальное: только одна шестая часть респондентов считает воздух и воду сильно загрязненными.
2. Состояние своего здоровья основная часть (70,1%) респондентов оценивают как нормальное, всего лишь 16,2% отмечают, что часто болеют, 6,8% - хронически больные, 6,3% - инвалиды.
3. Только 23,2% респондентов удовлетворяет государственное медицинское обслуживание в Ульяновской области. В качестве основных недостатков отмечаются следующие: трудно попасть к врачу, большие очереди –44,6% , врачи выписывают лекарства, которые трудно достать или они очень дорогие – 30,4%, советы, рецепты врачей редко помогают – 17,0%. Основная проблема регионального масштаба, по мнению респондентов, заключается именно в необходимости существенного улучшения качества медицинского обслуживания (43,2%).

4. Работу общественного транспорта респонденты оценивают не столь негативно, тем не менее, результаты опроса позволяют зафиксировать наличие проблемы и в данной сфере: 22,5% опрошенных оценили работу общественного транспорта «плохо» и «скорее плохо».
5. Социально-экономическое положение Ульяновской области в целом респонденты оценивают отрицательно: 63,2% опрошенных считают, что в соседних регионах живут лучше. Своей жизнью полностью удовлетворены всего 10,5% опрошенных. 32,4% опрошенных считают, что «жизнь здесь заглохла», а 19,0% отметили, что «здесь не любят инициативу». В качестве положительных черт региона отмечают в основном красивую природу (61,4%) и добрых людей (25,4%).
6. Будущее, по мнению опрошенных, зависит от них самих (63,9%). Влияние властей и руководителей по месту работы не отрицается, но оно не столь значимо. Результаты опроса демонстрируют ослабление патерналистских позиций и настроений в регионе. Усиливается осознание роли семьи, друзей, земляков в формировании будущего.

Глава 2. Трудовая деятельность

В ходе проведенного социологического исследования были получены данные о социально-профессиональной структуре двух поколений, занятых в регионе (1990-2006/07 гг.).

Таблица 2.1.

Распределение ответов респондентов на вопросы: «Кем Вы работали в 1990 году», «Кем работала Ваша мать в 1990 году», «Кем работал Ваш отец в 1990 году», (%)

Кем работали в 1990 г.:?	Вы	Ваша мать	Ваш отец
Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи	19,9%	11,3%	18,5%
ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал	6,5%	5,7%	5,9%
Руководители госпредприятий, акционерных обществ	0,7%	0,5%	1,3%
Предприниматели	0,5%	0,5%	0,5%
Бухгалтеры, экономисты, работники банков	3,8%	4,9%	1,4%
Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.)	8,5%	8,2%	3,4%
Работники сферы быта и услуг	5,1%	4,6%	2,7%
Работники торговли	3,4%	4,9%	1,7%
Военнослужащие, работники правоохранительных органов	2,5%	0,2%	3,6%
Студенты, учащиеся	21,4%	0,2%	0,0%
Руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция	1,7%	3,3%	3,1%
Другие сельские жители, в том числе пенсионеры	3,0%	7,4%	6,4%
Пенсионеры (не сельские жители)	4,4%	15,4%	13,2%
Не работал и не учился, не был пенсионером	9,7%	1,8%	1,1%
Другое	5,5%	13,7%	16,0%
Не знаю	0,1%	2,0%	2,7%
Отказ от ответа	3,3%	15,4%	18,5%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Значительная часть опрошенных респондентов в 1990 году были студентами и учащимися (21,4%). На сегодняшний день – это

специалисты, в т.ч. и молодые, различных направлений.

Велика была в 1990 году доля рабочих в промышленности, на транспорте, в связи (19,9%); 9,7% респондентов не работали, не учились и не были пенсионерами. В эту группу могут быть включены дети, в том числе дошкольного возраста, домохозяйки, женщины, находящиеся в отпуске по уходу за детьми, инвалиды, безработные, бомжи. Далее, по убыванию: 8,5% - врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д., т.е. вполне состоявшиеся люди, имеющие профессиональное образование и место работы. 6,5% - ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал; 5,1% - работники сферы быта и услуг; 4,4% - пенсионеры (не сельские жители); 3,8 - бухгалтеры, экономисты, работники банков; 3,4% - работники торговли; 3,0% - другие сельские жители, в том числе пенсионеры; 2,5% - военнослужащие, работники правоохранительных органов; 1,7% - руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция.

Интересен тот факт, что процент руководителей госпредприятий, акционерных обществ и предпринимателей весьма мал: 0,7% и 0,5% соответственно.

Таким образом, можно выделить пять лидирующих групп профессий/специальностей респондентов в 1990 году:

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи - 19,9%;
2. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. - 8,5%;
3. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 6,5%;
4. Работники сферы быта и услуг – 5,1%;
5. Бухгалтеры, экономисты, работники банков – 3,8%.

Данные исследования показывают, что наибольшая часть матерей опрошенных респондентов (15,4%) были пенсионерами (не сельскими жителями), затем следуют рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 11,3%; далее врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. – 8,2%; сельские жители, в том числе пенсионеры – 7,4%; ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 5,7%; бухгалтеры, экономисты, работники банков – 4,9%; работники торговли – 4,9%; работники сферы быта и услуг - 4,6% .

Среди других ответов чаще всего указывался вариант «умерла» - 6,4%.

Следует отметить достаточно низкий процент среди женщин в 1990 году руководителей госпредприятий, акционерных обществ (0,5%) и предпринимателей (0,5%).

Несмотря на то, что у 15,4% респондентов матери в 1990 году были пенсионерами (не сельскими жителями), а это наивысший процент среди всех вариантов ответов, также явно прослеживаются пять лидирующих групп профессий/специальностей матерей в 1990 году:

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 11,3%;
2. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. - 8,2%;
3. Сельские жители, в т.ч. пенсионеры – 7,4%;
4. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 5,7%;
5. Бухгалтеры, экономисты, работники банков и работники торговли – по 4,9%.

Таким образом, мы видим совпадение по четырем группам профессий/специальностей респондентов и их матерей (№№1,2,4,5 из перечня лидирующих групп среди матерей респондентов) и можем наблюдать некую преемственность поколений в выборе профессий/специальностей по материнской линии.

Значительная часть отцов респондентов в 1990 году работала в промышленности, на транспорте, в связи (18,5%).

Несмотря на то, что отцы у респондентов в 1990 году, в достаточной части, были пенсионерами (13,2%) и сельскими жителями, в т.ч. пенсионерами (6,4%), также предельно четко определились пять основных групп профессий/специальностей отцов, работающих в 1990 году, среди которых опять выделяется тройка, совпадающая с выборами самих респондентов и их матерей (№№ 1,2,4).

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 18,5%;
2. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 5,9%;
3. Военнослужащие, работники правоохранительных органов - 3,6%;
4. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. – 3,4%;
5. Руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция – 3,1%.

Для того чтобы проследить изменения в социально-профессиональной структуре поколений отцов и детей был задан вопрос: «Кем Вы и Ваши родители работаете сегодня?». Результаты ответа на данный вопрос представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Кем Вы работаете сегодня», (%)**

Кем Вы работаете сегодня?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи	12,4%	20,6%	6,0%
ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал	5,4%	6,8%	4,2%
Руководители госпредприятий, акционерных обществ	1,0%	1,6%	0,5%
Предприниматели	3,4%	5,8%	1,6%
Бухгалтеры, экономисты, работники банков	5,5%	2,1%	8,3%
Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.)	8,2%	3,9%	11,5%
Работники сферы быта и услуг	5,8%	6,6%	5,2%
Работники торговли	6,4%	3,5%	8,6%
Военнослужащие, работники правоохранительных органов	2,2%	4,1%	0,6%
Студенты, учащиеся	7,8%	8,2%	7,5%
Руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция	1,1%	1,2%	1,0%
Другие сельские жители, в том числе пенсионеры	6,5%	6,0%	7,0%
Пенсионеры (не сельские жители)	18,9%	14,6%	22,2%
Не работаю и не учусь, не пенсионер	5,4%	6,4%	4,7%
Другое	6,8%	4,7%	8,4%
Отказ от ответа	3,2%	3,9%	2,7%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Как видно из полученных данных, значительная часть респондентов на сегодняшний день (18,9%) являются пенсионерами, не сельскими жителями, причем женщин в полтора раза больше (22,2%), чем мужчин (14,6%). На втором месте расположились рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 12,4%, на третьем - врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. – 8,2% с большим преимуществом в сторону женщин – 11,5% по сравнению с мужчинами

– 3,9%. Далее, в порядке убывания, следуют студенты, учащиеся – 7,8%; другие сельские жители, в том числе пенсионеры – 6,5%; работники торговли – 6,4%; работники сферы быта и услуг – 5,8%; бухгалтеры, экономисты, работники банков – 5,5%; ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 5,4%. Значительно вырос показатель, указывающий на развитие предпринимательства в регионе (3,4%), причем мужчины в данном деле больше преуспели (5,8%) по сравнению с женщинами (1,6%). Военнослужащие, работники правоохранительных органов набрали 2,2%; руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция – 1,1%; руководители госпредприятий, акционерных обществ – 1,0%.

Несмотря на то, что 18,9% респондентов на момент опроса являлись пенсионерами, а это наибольший показатель, можно также выделить пятёрку основных профессий/специальностей респондентов на момент проведения опроса:

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 12,4%;
2. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. – 8,2%;
3. Студенты, учащиеся – 7,8%;
4. Сельские жители, в т.ч. пенсионеры – 6,5%;
5. Работники торговли – 6,4%.

Как видно, свои позиции сохраняют рабочие в промышленности, на транспорте, в связи и врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.

Результаты исследования позволяют увидеть (смотри таблицу 2.3.), что у 23,2% респондентов, принявших участие в опросе матери - пенсионеры (это наивысший результат), далее следуют сельские жители, в том числе пенсионеры – 6,5%; 5,4% - рабочие в промышленности, на транспорте, в связи; четвертое место разделили врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. (3,5%) и работники торговли (3,5%); 2,6% - ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал.

Среди ответов «другое» высок процент ответа «умерла» - 10,7%.

Таким образом, мы достаточно четко можем выделить пятёрку основных профессий/специальностей матерей респондентов на сегодняшний день:

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи – 5,4%;
2. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. – 3,5%;
3. Работники торговли – 3,5%;

4. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал – 2,6%;
5. Бухгалтеры, экономисты, работники банков – 2,4%.

Таблица 2.3.

**Распределение ответов респондентов на вопросы:
«Кем работает Ваша мать сегодня», «Кем работает Ваш отец
сегодня», (%)**

Кем работают сегодня Ваши родители?	мать	отец
Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи	5,4%	9,5%
ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал	2,6%	2,6%
Руководители госпредприятий, акционерных обществ	0,2%	0,4%
Предприниматели	1,6%	2,3%
Бухгалтеры, экономисты, работники банков	2,4%	0,5%
Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.)	3,5%	1,5%
Работники сферы быта и услуг	2,0%	1,8%
Работники торговли	3,5%	1,4%
Военнослужащие, работники правоохранительных органов	0,1%	0,8%
Руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция	0,5%	0,7%
Другие сельские жители, в том числе пенсионеры	6,5%	5,6%
Пенсионеры (не сельские жители)	23,2%	18,3%
Не работают и не учатся, не пенсионеры	2,5%	1,2%
Другое	21,4%	24,4%
Не знаю	0,5%	0,6%
Отказ от ответа	24,1%	28,4%
ИТОГО:	100,0%	100,0%

Как видно, опять свои позиции сохраняют такие профессии/специальности, как рабочие в промышленности, на транспорте, в связи, а также врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.

Анализ результатов ответа на вопрос: «Кем работает отец сегодня» показал следующее: у 18,3% респондентов отцы на

сегодняшний день являются пенсионерами, не сельскими жителями (это наивысший результат), далее следуют рабочие в промышленности, на транспорте, в связи - 9,5%; сельские жители, в том числе пенсионеры - 5,6%; 2,6% - ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал; 2,3% - предприниматели; 1,8% - работники сферы быта и услуг; 1,5% - врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.; 1,4% - работники торговли; не работают и не учатся, не пенсионеры - 1,2%.

Весьма низок процент военнослужащих, работников правоохранительных органов (0,8%); руководителей в сельском хозяйстве, сельской интеллигенции (0,7%), а также бухгалтеров, экономистов, работников банков (0,5%) и руководителей госпредприятий, акционерных обществ (0,4%). Среди ответов «другое» весьма высок процент ответа «умер» - 12,5%, а так же «про отца ничего не знаю» - 0,1%.

Несмотря на то, что отцы, в значительной части, являются пенсионерами (18,3%), а также сельскими жителями, в том числе пенсионерами (5,6% - это третья позиция), мы можем выделить пятёрку лидеров профессий/специальностей отцов респондентов на момент проведения опроса:

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи - 9,5%;
2. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал - 2,6%;
3. Предприниматели - 2,3%;
4. Работники сферы быта и услуг - 1,8%;
5. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д. - 1,5%.

Сводная таблица дает возможность проследить изменения в социально-профессиональной структуре двух поколений изучаемого региона в 1990-2006/07 гг.

Таблица 2.4.

Место респондентов и их родителей, занимаемое в социально-профессиональной структуре двух поколений

Место работы	В 1990г.			В 2006/07г.г.		
	В ы	В а ш а м а т ь	В а ш о т е ц	В ы	В а ш а м а т ь	В а ш о т е ц
Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи	2	2	1	2	3	2
ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал	5	5	4	9	5	4
Руководители госпредприятий, акционерных обществ	13	10	11	13	11	13
Предприниматели	14	10	13	10	9	5
Бухгалтеры, экономисты, работники банков	8	6	10	8	7	12
Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы и т.д.	4	3	6	3	4	7
Работники сферы быта и услуг	6	7	8	7	8	6
Работники торговли	9	6	9	6	4	8
Военнослужащие, работники правоохранительных органов	11	11	5	11	12	10
Руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция	12	8	7	12	10	11
Другие сельские жители, в том числе пенсионеры	10	4	3	5	2	3
Пенсионеры (не сельские жители)	7	1	2	1	1	1
Не работал и не учился, не был пенсионером	3	9	12	8	6	9
Студенты, учащиеся	1	11	7	4	-	-

Представленные в таблицах 2.1. – 2.4. показатели свидетельствуют о том, что в регионе, хотя и наблюдаются изменения социально-профессиональной структуры двух поколений, они незначительны.

В целом, сохраняют свои ведущие позиции из поколения в

поколение такие профессии/специальности, как

1. Рабочие в промышленности, на транспорте, в связи;
2. Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы;
3. ИТР, госслужащие, средний управленческий персонал.

Далее следуют работники торговли; работники сферы быта и услуг; бухгалтеры, экономисты, работники банков; военнослужащие, работники правоохранительных органов; руководители в сельском хозяйстве, сельская интеллигенция; руководители госпредприятий, акционерных обществ; предприниматели. Кроме того, в регионе весьма высок процент пенсионеров как среди сельских, так и среди городских жителей, что свидетельствует о старении населения региона.

Таблица 2.5.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Если Вы после 1990 г. сохранили свою работу, профессию, то почему?», (%)**

Если Вы после 1990 г. сохранили свою работу, профессию, то почему?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Работа интересная	6,4%	5,6%	7,0%
Работа почетная, уважаемая, престижная, приносит пользу людям	2,7%	2,9%	2,6%
Работа хорошо оплачивается	3,4%	5,1%	2,1%
Мне не куда уходить, другой работы у меня не было	10,6%	9,5%	11,5%
Я привык к своей работе, к коллективу	7,4%	6,2%	8,4%
Мне так спокойнее	1,3%	1,6%	1,0%
Другое	15,0%	13,4%	16,2%
Не знаю	3,9%	3,7%	4,1%
Не меняли работу или отказ от ответа	49,3%	52,0%	47,1%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Как видно из полученных данных, среди мотивов сохранения своей работы на первом месте мотив «мне некуда уходить, другой работы у меня не было» - 10,6% от числа опрошенных (11,5% -

женщин и 9,5% - мужчин), причем у лиц со средним специальным образованием он значительно преобладает.

Еще одним немаловажным мотивом выступил мотив «привычки к своей работе, к коллективу» - 7,4% респондентов. Этот мотив ярче выражен у женщин (8,4%), чем у мужчин (6,2%). Кроме того, у лиц со средним специальным образованием он преобладает по сравнению с теми, кто имеет высшее и среднее общее образование.

Показательно и то, что 6,4% респондентов считают свою работу интересной, и это было причиной её сохранения. У женщин выбор этого мотива (7,0%) почти в полтора раза превышает мужской выбор (5,6%).

3,4% респондентов считают свою работу хорошо оплачиваемой, и это послужило причиной её сохранения. 2,7% опрошенных говорят о том, что их работа «почетная, уважаемая, престижная, приносит пользу людям». И только 1,3% респондентов считают, что им так спокойнее.

Ожидания работника – это наиболее весомый субъективный фактор, который влияет не только на трудовое поведение работника, но и на его мотивацию, а, следовательно, выступает одним из мотивов возможной смены работы.

Интерпретировав ответы респондентов по отношению к мотивам смены работы после 1990 г., мы можем видеть следующее.

Основной причиной смены работы респонденты называли сокращения и закрытие предприятий (6,4%), причем у женщин выбор этого мотива составляет 7,0%, а у мужчин – 5,8%, у респондентов со средним специальным образованием он наиболее высок. Второе место среди причин смены работы занимает низкая оплата труда (4,6%). На третьем месте расположился мотив «появилась возможность более интересной работы» - 2,5%. Далее следуют – «на новой работе я имею больше возможностей проявить себя» - 1,4%, «работа по моей специальности сейчас не нужна» - 1,0%, «работа не пользовалась уважением» - 0,5% (таблица 2.6.).

Таблица 2.6.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Если Вы после 1990 г. изменили свою работу, профессию, то
почему?», (%)**

Если Вы после 1990 г. изменили свою работу, профессию, то почему?	Частота ответов	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Появилась возможность более интересной работы	2,5%	2,5%	2,6%
Работа не пользовалась уважением	0,5%	0,8%	0,3%
Были сокращения, предприятие было закрыто	6,4%	5,8%	7,0%
Работа по моей специальности сейчас не нужна	1,0%	1,6%	0,5%
Работа плохо оплачивалась	4,6%	5,3%	4,1%
На новой работе я имею больше возможностей проявить себя	1,4%	2,1%	0,8%
Другое	22,1%	18,3%	25,0%
Не знаю	3,4%	3,7%	3,1%
Не меняли работу или отказ от ответа	58,1%	59,9%	56,6%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

В ходе проведенного социологического исследования была изучена проблема вторичной занятости (официальной и неофициальной) на предприятиях различных типов собственности и её распространение.

Значительная часть респондентов (31,6%) по основной работе заняты на государственных, муниципальных предприятиях, причем большинство – это женщины (33,8%), доля мужчин составляет 28,8%. Среди них доля лиц со средним специальным образованием наиболее высока, далее следуют работники с высшим образованием и средним общим.

Таблица 2.7.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«К какому типу относится предприятие (организация), где Вы
работаете на основной и, если имеется, дополнительной работе»,
(%)**

К какому типу относится предприятие (организация), где Вы работаете на основной работе?	Основная работа			Дополнит работа		
	Час тота отве та	Распределение по полу		Час тота отве та	Распределение по полу	
		Му жчи ны	Же нщ ины		Му жчи ны	Же нщ ины
Государственное, муниципальное предприятие	31,6%	28,8%	33,8%	0,7%	0,8%	0,6%
Акционерное предприятие с участием государства	5,0%	6,0%	4,2%	0,5%	0,8%	0,2%
Акционерное предприятие без участия государства	4,3%	4,5%	4,1%	0,3%	0,4%	0,2%
Предприятие, находящееся в Вашей личной собственности	2,8%	4,5%	1,5%	0,6%	1,2%	0,2%
Частное предприятие (не Ваша собственность)	11,5%	13,0%	10,4%	0,9%	0,4%	1,3%
Колхоз, совхоз, сельскохозяйственный кооператив	2,0%	2,3%	1,8%	0,1%	0,0%	0,2%
Крестьянское, фермерское хозяйство	0,5%	0,8%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%
Личное подсобное хозяйство	0,7%	0,4%	1,0%	6,1%	5,3%	6,7%
Индивидуальная трудовая деятельность	1,4%	2,1%	0,8%	1,3%	1,4%	1,1%
Другое	6,0%	4,7%	7,0%	1,4%	1,0%	1,6%

Не имею постоянной работы	11,8%	10,5%	12,8%	18,3%	18,5%	18,2%
Не знаю	0,9%	0,8%	1,0%	2,0%	2,1%	1,9%
Отказ от ответа	21,5%	21,6%	21,3%	67,5%	67,5%	67,5%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Далее занятость по основной работе такова: на частном предприятии (не Ваша собственность) – 11,5%; на акционерных предприятиях с участием государства – 5,0%; на акционерных предприятиях без государственного участия – 4,3%; на предприятиях, фирмах, находящихся в Вашей личной собственности – 2,8%; в колхозах, совхозах, с/х кооперативах – 2,0%; занятые индивидуальной трудовой деятельностью – 1,4%; в личном подсобном хозяйстве – 0,7%; в крестьянском, фермерском хозяйстве – 0,5%.

Достаточно высок процент тех, кто не имеет постоянной работы (11,8%), причем постоянную работу не имеют 12,8% женщин и 10,5% мужчин.

В регионе достаточно слабо распространена вторичная занятость. Вероятнее всего это связано с тем, что высока доля (11,8%) тех, кто не имеет постоянной основной работы. Работа в личном подсобном хозяйстве в форме дополнительной работы имеет наибольший показатель – 6,1%, причем женщины больше заняты (6,7%), чем мужчины (5,3%).

При анализе данных о том, на предприятиях какой формы собственности жители региона в качестве основной и дополнительной работы хотели бы работать, были получены следующие результаты.

Жители региона в качестве основной работы хотели бы работать на государственных, муниципальных предприятиях (28,9%), причем женщин больше (31,7%), чем мужчин (25,5%). На втором месте по предпочтительности находятся предприятия, фирмы, находящиеся в своей личной собственности - 13,9%, причем при выборе этого варианта большинство составили мужчины (17,1% против 11,4%). На третьем месте расположился вариант «частное предприятие (не Ваша собственность)» - 7,3%. 5,4% респондентов не хотят иметь постоянной работы. Далее предпочтения отданы следующим предприятиям: акционерное предприятие с участием государства – 4,4%; индивидуальная трудовая деятельность – 3,5%; акционерное предприятие без государственного участия – 2,5%; личное подсобное хозяйство – 1,7%; колхоз, совхоз, сельскохозяйственный кооператив – 0,6% и крестьянское, фермерское хозяйство – 0,6%.

Жители региона предпочли бы работать в качестве дополнительной работы на предприятиях, фирмах, находящихся в

своей личной собственности (6,1%). Далее ответы расположились следующим образом: личное подсобное хозяйство – 3,9%; индивидуальная трудовая деятельность – 2,6%; государственное, муниципальное предприятие- 2,3%; акционерное предприятие с участием государства – 1,5%; акционерное предприятие без участия государства – 1,3%.

Таблица 2.8.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«На каком предприятии Вы хотели бы работать?», (%)**

К какому типу относится предприятие (организация), где Вы работаете на основной работе?	Основная работа		Дополнительная работа			
	Частота ответа	Распределение по полу		Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины		Мужчины	Женщины
Государственное, муниципальное предприятие	28,9%	25,5%	31,7%	2,3%	1,9%	2,6%
Акционерное предприятие с участием государства	4,4%	5,8%	3,2%	1,5%	1,9%	1,1%
Акционерное предприятие без участия государства	2,5%	2,1%	2,8%	1,3%	1,0%	1,5%
Предприятие, находящаяся в Вашей личной собственности	13,9%	17,1%	11,4%	6,1%	6,4%	5,8%
Частное предприятие (не Ваша собственность)	7,3%	7,8%	6,8%	1,5%	1,4%	1,6%
Колхоз, совхоз, сельскохозяйственный кооператив	0,6%	0,6%	0,6%	0,3%	0,0%	0,5%
Крестьянское, фермерское хозяйство	0,6%	0,6%	0,6%	0,2%	0,2%	0,2%

Личное подсобное хозяйство	1,7%	1,4%	1,9%	3,9%	3,9%	3,9%
Индивидуальная трудовая деятельность	3,5%	4,7%	2,6%	2,6%	3,1%	2,3%
Другое	4,4%	3,5%	5,0%	0,1%	0,0%	0,2%
Не хочу работать	5,4%	3,7%	6,8%	7,6%	7,6%	7,6%
Не знаю	12,7%	12,8%	12,7%	13,2%	12,6%	13,8%
Отказ от ответа	14,1%	14,4%	13,9%	59,4%	60,0%	58,9%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Лишь незначительная доля респондентов предпочла бы для дополнительной работы колхоз, совхоз, сельскохозяйственный кооператив – 0,3% и крестьянское, фермерское хозяйство – 0,2%.

Таблица 2.9.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какую работу Вы бы предпочли сегодня, если бы могли
выбирать?», (%)**

Какую работу Вы бы предпочли сегодня, если бы могли выбирать?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Иметь пусть небольшой, но твердый заработок и уверенность в	40,7%	37,4%	43,3%
Иметь пусть небольшой, но твердый заработок	10,1%	9,5%	10,6%
Иметь небольшой заработок, но больше свободного времени и более легкую работу	4,5%	3,7%	5,2%
Много зарабатывать, пусть даже без особых гарантий на будущее	13,7%	16,3%	11,7%
Иметь собственное дело, вести его на свой страх и риск	12,0%	15,8%	8,9%
Не знаю	9,5%	7,2%	11,4%
Отказ от ответа	9,5%	10,1%	8,9%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

По результатам данного исследования можно судить о некоем мотивационном сдвиге в сторону актуализации инструментальных

ценностей, хотя, возможно, это временное явление. Происходит так называемое «сползание» целей на средства. Содержательная, творческая работа, возможности самореализоваться в труде несколько уступают место мотивам обеспечения. И это понятно, ведь не от хорошей жизни человек пересматривает ценности, а заработная плата это не только плата за количество и качество труда или условие воспроизводства себя и своей семьи, но и показатель своего социального самочувствия, своей общественной «цены».

Кроме того, по результатам исследования, можно говорить о существовании двух полярных, но преобладающих типов работников в регионе: первый тип отличает низкая достижительная мотивация, а экономическое поведение осуществляется по формуле «минимум доходов при минимуме труда» - 40,7%. Такое поведение по возможности исключает инновации и минимизирует риск, но жестко лимитирует возможные размеры дохода. Второй тип отличает достаточно высокая достижительная мотивация, а экономическое поведение осуществляется по формуле «максимум доходов при максимуме труда и полной ответственности» - 25,7%. Оно характеризуется максимизацией усилий, затрат и соответствующими размерами ожидаемой выгоды, но в то же время – определенной степенью риска и возможного ущерба.

Экономические и политические события 90-х гг. XX в. в России, а это свертывание производства и остановка предприятий, сокращение объёма занятости, низкие заработки привели к высокой маргинализации населения со всеми связанными с этим последствиями. Однако в последнее время в стране наметились некие новые прогрессивные тенденции в сфере трудовой мотивации.

Мотивация трудовой деятельности – сложный процесс, который изучается многими учеными не один десяток лет. Мотивацию определяют как силу, побуждающую к действию. Это превращение внешних воздействий в скрытые формы внутреннего мира личности, объяснение и обоснование ею собственных намерений, действий, поведения. Развитие мотивации имеет свою логику. Она представляет движение по восходящей: от отношения к труду как неприятной необходимости с готовностью при первой возможности его бросить - через труд, имеющий целью получение материальных благ и сочетающийся с другими ценностями жизни, к труду как самоценности, к труду, в который работник хочет вложить все лучшее, что может, независимо от оплаты.

Результаты проведенного социологического исследования о социальных аспектах жизни населения нашей области в части

мотивации трудовой деятельности и экономической активности населения показали следующие результаты.

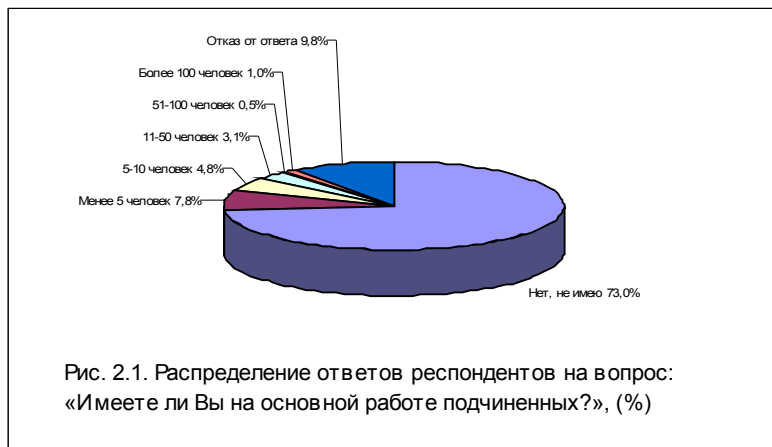
Большая часть респондентов (40,7%) хотели бы иметь пусть небольшой, но твердый заработок и уверенность в завтрашнем дне. При этом среди женщин этот выбор намного чаще (43,3% у женщин против 37,4% у мужчин), чем среди мужчин (17,0%). Кроме того, у респондентов со средним специальным образованием он значительно выше, чем у респондентов с высшим и средним общим образованием.

Однако велика и доля тех, кто хотел бы много зарабатывать, пусть даже без особых гарантий на будущее – 13,7%. Высок процент тех, кто готов сегодня к рискованным моделям экономического поведения. 12,0% предпочли бы иметь собственное дело и вести его на свой страх и риск. Среди них доля респондентов, имеющих высшее образование наиболее высока. Кроме того, мужчины более рискованны (15,8%), чем женщины (8,9%).

10,1% респондентов предпочитают иметь небольшой, но твердый заработок. 9,5% опрошенных затруднились дать ответ на данный вопрос. И, наконец, 4,5% респондентов предпочитают иметь небольшой заработок, но больше свободного времени и более легкую работу.

Взгляды на работу и на трудовую деятельность определяются целым рядом факторов. К одним из них можно отнести наличие и число подчиненных на работе у респондента.

Основная масса опрошенных не имеет подчиненных (73,0%), руководители малых коллективов составляют 12,6%, средних – 3,1%, крупных – 1,5% (рисунок 2.1.).



Материальное положение населения Ульяновской области, являющееся в современном мире основным показателем социального самочувствия, нельзя считать хорошим. По данным проведенного опроса, респонденты характеризуют его следующим образом.

Таблица 2.10.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня – Ваше, Вашей семьи?», (%)

Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня - Ваше, Вашей семьи?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Денег не хватает на повседневные затраты	14,1%	12,8%	15,1%
На повседневные затраты уходит вся зарплата	20,3%	17,3%	22,7%
На повседневные затраты хватает, но покупка одежды затруднительна	20,7%	20,2%	21,1%
В основном хватает, но для покупки дорогостоящих предметов нужно брать в долг	30,2%	30,5%	30,0%

Почти на все хватает, но затруднено приобретение квартиры, дачи	9,6%	13,4%	6,7%
Практически ни в чем себе не отказываем	3,7%	4,1%	3,4%
Отказ от ответа	1,4%	1,7%	1,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Более половины респондентов (55,1%) отмечают недостаточность денежных средств для нормального жизнеобеспечения (питание и одежда), причем 34,4% респондентов отмечают материальные трудности, в результате чего они могут удовлетворять (полностью или частично) только повседневные потребности. Только 3,7% респондентов считают свое материальное положение хорошим, имея возможность удовлетворять практически все свои потребности.

При этом оценки своего материального положения мужчин и женщин несколько различаются: мужчины склонны оценивать свое материальное положение несколько лучше чем женщины: нехватку денег на повседневные затраты отмечают 12,8% мужчин и 15,1% женщин; напротив, хорошую материальную обеспеченность («денег хватает практически на все, но затруднено приобретение квартиры или дачи») отмечают вдвое больше мужчин, чем женщин (13,4% и 6,7% соответственно).

Таблица 2.11.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня – Ваше, Вашей семьи?», (%)**

Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня - Ваше, Вашей семьи?	Материальное положение				
	Деревня, село (обычно здесь сельсовет, храм)	Рабочий поселок	Малый город (до 100 тыс. жителей)	Средний город (100-500 тыс. жителей)	Крупный город (более 500 тыс. жителей)
Денег не хватает на повседневные затраты	25,5%	18,1%	20,0%	20,7%	4,4%

На повседневные затраты уходит вся зарплата	27,3%	26,0%	35,0%	16,6%	15,1%
На повседневные затраты хватает, но покупка одежды затруднительна	19,5%	16,5%	6,7%	16,6%	26,2%
В основном хватает, но для покупки дорогостоящих предметов нужно брать в долг	19,1%	29,9%	18,3%	26,2%	39,0%
Почти на все хватает, но затруднено приобретение квартиры, дачи	3,7%	7,1%	15,0%	13,8%	11,5%
Практически ни в чем себе не отказываем	4,5%	1,6%	3,3%	5,5%	3,4%
Отказ от ответа	0,4%	0,8%	1,7%	0,6%	0,4%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

В регионе наблюдается разное отношение к своему материальному положению респондентов, проживающих в населенных пунктах разного типа. Наиболее остро проблема материального обеспечения стоит в сельских районах (нехватку денег отмечают 25,5% респондентов), наиболее благополучно дела обстоят в областном центре.

Таблица 2.12.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня – Ваше, Вашей семьи?», (%)**

Какое из следующих высказываний лучше всего характеризует материальное положение сегодня - Ваше, Вашей семьи?	18-2	26-3	36-4	46-5	56-6	66-7	Старше 76 лет
	5 лет	5 лет	5 лет	5 лет	5 лет	5 лет	
Денег не хватает на повседневные затраты	7,2%	7,3%	10,9%	14,8%	19,4%	30,8%	23,7%

Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области

На повседневные затраты уходит вся зарплата	6,2%	14,6%	18,3%	22,4%	28,8%	31,7%	44,1%
На повседневные затраты хватает, но покупка одежды затруднительна	20,5%	16,5%	21,8%	22,0%	18,7%	28,3%	22,0%
В основном хватает, но для покупки дорогостоящих предметов нужно брать в долг	38,5%	42,7%	35,6%	30,9%	25,2%	6,7%	8,5%
Почти на все хватает, но затруднено приобретение квартиры, дачи	19,5%	12,8%	10,4%	7,6%	5,0%	1,7%	0,0%
Практически ни в чем себе не отказываем	8,1%	6,1%	2,5%	1,8%	2,9%	0,8%	1,7%
Отказ от ответа	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Оценка материального положения респондентов в зависимости от возраста отражает традиционную тенденцию: молодые работоспособные респонденты оценивают свое материальное положение более высоко, чем люди предпенсионного и пенсионного возраста. Особо следует отметить, что оценки возрастных групп 18-25 и 26-35 лет наиболее высокие: почти 2/3 респондентов этих групп считают свое материальное положение хорошим.

Субъективная оценка респондентами изменений жизненного уровня в текущем году по сравнению с предыдущим представлена следующим образом:

Таблица 2.13.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?», (%)**

Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины

Стали жить намного лучше	4,8%	4,9%	4,7%
Стали жить несколько лучше	32,3%	32,9%	31,8%
Ничего не изменилось	46,0%	45,9%	46,1%
Стали жить несколько хуже	9,4%	7,4%	11,0%
Стали жить намного хуже	3,8%	4,7%	3,1%
Не знаю	2,1%	1,9%	2,3%
Отказ от ответа	1,6%	2,3%	1,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Большинство респондентов (46,0%) заявили, что их жизненный уровень в сравнении с прошлым годом не изменился, то есть диагностировали стабильность своего положения. Почти треть опрошенных (32,3%) отметили некоторые улучшения, а 4,8% - значительные улучшения в своей жизни. Некоторое ухудшение своего положения отметили 9,4% опрошенных, а 3,8% заявили о значительном снижении своего жизненного уровня.

Изменения жизненного уровня происходили неравномерно среди различных социальных групп. Так, мужчины и женщины в своих оценках примерно одинаково оценили произошедшие изменения, однако некоторое ухудшение жизненного уровня отметило в 1,5 раза больше женщин, чем мужчин.

В зависимости от типа поселений картина оценки изменений жизненного уровня за последний год выглядит следующим образом

Таблица 2.14.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым
годом или хуже?», (%)**

Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?	Деревня, село (обычно здесь сельсовет, храм)	Рабочий поселок	Малый город (до 100 тыс. жителей)	Средний город (100-500 тыс. жителей)	Крупный город (более 500 тыс. жителей)
Стали жить намного лучше	6,4%	6,3%	6,7%	6,9%	2,8%

Стали жить несколько лучше	18,4%	29,9%	28,3%	25,5%	43,3%
Ничего не изменилось	50,6%	48,0%	40,0%	51,7%	43,1%
Стали жить несколько хуже	16,9%	7,9%	18,3%	8,3%	5,8%
Стали жить намного хуже	6,7%	3,9%	1,7%	4,8%	1,8%
Не знаю	0,7%	2,4%	3,3%	2,1%	2,6%
Отказ от ответа	0,3%	1,6%	1,7%	0,7%	0,6%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Примерно одинаковое число респондентов (6-7%) во всех типах поселений (кроме областного центра -2,8%) отметили значительное улучшение жизненного уровня. Некоторое улучшение отметили от 18,4% до 43,3% опрошенных, при этом некоторое улучшение жители областного центра диагностировали в 1,5-2 раза чаще, чем жители других населенных пунктов. Однако значительное число респондентов из деревень, сел и малых городов отметили и снижение уровня жизни.

Социальная принадлежность к тому или иному слою существенно повлияла на оценку изменений за последний год.

Из данных таблицы 2.15. видно, что абсолютное большинство респондентов, относящих себя к высшему слою (66,6%), констатировали улучшение жизненного уровня за прошедший год. Почти такой же показатель (67,2%) у слоя выше среднего. Представители среднего слоя отмечают стабильность своего положения (44,9%) или его улучшение (38,4%). Представители слоя ниже среднего в большинстве считают, что их положение не изменилось, а среди представителей низшего слоя отмечаются процессы ухудшения жизненного уровня (22,4% отмечают некоторое снижение, 17,8% - значительное снижение жизненного уровня).

Таблица 2.15.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым
годом или хуже?», (%)**

Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?	Высший слой	Слой выше среднего	Средний слой	Слой ниже среднего	Нижний слой	Не знаю	Отказ от ответа
Стали жить намного лучше	33,3%	22,4%	5,1%	0,0%	1,9%	0,0%	25,0%
Стали жить несколько лучше	33,3%	44,8%	38,4%	22,1%	15,9%	17,2%	0,0%
Ничего не изменилось	11,1%	15,5%	44,9%	61,5%	39,3%	58,6%	25,0%
Стали жить несколько хуже	0,0%	8,6%	7,7%	10,0%	22,4%	13,8%	0,0%
Стали жить намного хуже	11,1%	1,7%	2,1%	3,0%	17,8%	0,0%	0,0%
Не знаю	0,0%	3,5%	1,4%	2,6%	2,7%	6,9%	25,0%
Отказ от ответа	11,2%	3,5%	0,4%	0,8%	0,0%	3,5%	25,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

В возрастном разрезе оценка изменения уровня жизни за прошедший год выглядит следующим образом (таблица 2.16).

Наибольшее улучшение жизненного уровня отмечают представители возрастных групп 18-25 и 26-35 (48,7% и 59,1% соответственно). Представители других групп оценивают улучшение уровня жизни в меньшей степени. Об ухудшении жизненного уровня в большей степени склонны говорить люди в возрасте старше 35 лет, причем уровень респондентов старше 35 лет, отметивших ухудшение жизненного уровня, во всех этих группах примерно одинаков (в районе 15-20%).

Таблица 2.16.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым
годом или хуже?», (%)**

Вы и Ваша семья стали жить лучше по сравнению с прошлым годом или хуже?	18-25 лет	26-35 лет	36-45 лет	46-55 лет	56-65 лет	66-75 лет	Старше 76 лет

Стали жить намного лучше	7,7%	6,7%	4,0%	4,0%	3,6%	3,3%	1,7%
Стали жить несколько лучше	41,0%	52,4%	33,2%	27,8%	20,9%	16,7%	25,4%
Ничего не изменилось	38,5%	36,0%	45,0%	50,7%	51,1%	60,8%	52,5%
Стали жить несколько хуже	8,2%	3,0%	10,9%	10,3%	15,1%	12,5%	10,2%
Стали жить намного хуже	0,5%	1,2%	5,0%	5,4%	5,8%	4,2%	6,8%
Не знаю	3,6%	0,6%	1,0%	0,9%	3,5%	2,5%	3,4%
Отказ от ответа	0,5%	0,1%	0,9%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Одним из показателей социального оптимизма является оптимистичность прогноза жизненного уровня в будущем.

Таблица 2.17.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?», (%)**

Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Будем жить значительно лучше	6,4%	8,0%	5,2%
Будем жить несколько лучше	28,9%	27,2%	30,2%
Ничего не изменится	34,8%	34,6%	34,9%
Будем жить несколько хуже	5,5%	4,1%	6,7%
Будем жить значительно хуже	1,7%	2,3%	1,3%
Отказ от ответа	22,7%	23,8%	21,7%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Большинство респондентов не ожидают ухудшения своего положения в будущем году (только 7,2% опрошенных предполагает снижение уровня жизни). Более трети опрошенных (34,8%) считают, что их положение не изменится, почти столько же (35,3%) ожидают изменений в лучшую сторону. При этом следует отметить, что 22,7% опрошенных отказались отвечать на вопрос о прогнозах по поводу своего жизненного уровня.

Из данных таблицы 2.17 видно, что мужчины и женщины примерно одинаково прогнозируют своё будущее. Но для женщин характерно более осторожное отношение к прогнозам – их оценки

изменений более умеренные.

В зависимости от типа поселений респонденты оценивают свое положение в будущем году следующим образом.

Таблица 2.18.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?», (%)**

Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?	Деревня, село (обычно здесь сельсовет, храм)	Рабочий поселок	Малый город (до 100 тыс. жителей)	Средний город (100-500 тыс. жителей)	Крупный город (более 500 тыс. жителей)
Будем жить значительно лучше	3,4%	6,3%	8,3%	6,9%	7,8%
Будем жить несколько лучше	19,9%	19,7%	13,3%	21,4%	40,2%
Ничего не изменится	37,8%	44,1%	40,0%	37,9%	30,2%
Будем жить несколько хуже	9,0%	5,5%	3,3%	7,6%	3,4%
Будем жить значительно хуже	3,4%	1,6%	1,7%	2,1%	0,8%
Отказ от ответа	26,5%	22,8%	33,4%	24,1%	17,6%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Из приведенных данных видно, что в целом жители всех типов поселений оценивают будущие изменения скорее положительно, чем отрицательно. При этом уровень оптимистических прогнозов на будущий год среди жителей областного центра почти в 1,7 раза выше, чем в поселениях других типов (48,0%).

В зависимости от принадлежности респондентов к разным социальным слоям прогнозы будущего года выглядят следующим образом.

Таблица 2.19.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить**

лучше, чем сегодня, или хуже?», (%)

Как Вы думаете, в ближайшем году Вы и Ваша семья будете жить лучше, чем сегодня, или хуже?	Высший слой	Слой выше среднего	Средний слой	Слой ниже среднего	Нижний слой	Не знаю	Отказ от ответа
Будем жить значительно лучше	33,3%	22,4%	6,9%	2,2%	2,8%	3,4%	0,0%
Будем жить несколько лучше	22,2%	41,4%	34,2%	20,3%	10,3%	17,2%	25,0%
Ничего не изменится	11,1%	5,2%	32,5%	47,6%	39,3%	48,3%	50,0%
Будем жить несколько хуже	0,0%	0,0%	5,3%	4,3%	13,1%	6,9%	0,0%
Будем жить значительно хуже	11,1%	1,7%	0,8%	0,9%	9,3%	0,0%	0,0%
Отказ от ответа	22,3%	29,3%	20,3%	24,7%	25,2%	24,2%	25,0%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Как и следовало ожидать, представители высшего слоя предполагают сохранение тенденций прошлого года и ожидают дальнейшего улучшения жизненного уровня; причем 33,3% ожидают значительного, а 22,2% - умеренного повышения.

Представители слоя выше среднего более осторожны в своих оценках, хотя тоже ожидают аналогичного повышения (22,4% - значительного, 41,4% - умеренного).

Прогноз среднего слоя традиционно характеризуется оценкой будущего года «без изменений» (32,5%) и незначительным улучшением (34,2%). Похожие прогнозы присущи слою ниже среднего (47,6% и 20,3% соответственно).

Среди представителей низшего слоя более чем в 2 раза (по сравнению с другими слоями) возрастает оценка будущего года как несущего некоторое ухудшение жизненного уровня (13,1%) и значительное ухудшение (9,3%).

Социальная стратификация является одним из важнейших показателей развития общества. В ходе исследования респондентам задавался вопрос о том, с каким социальным слоем они себя отождествляют в своем населенном пункте, в регионе и в стране в целом. Распределение ответов респондентов на данный вопрос представлено на рисунке 2.2.

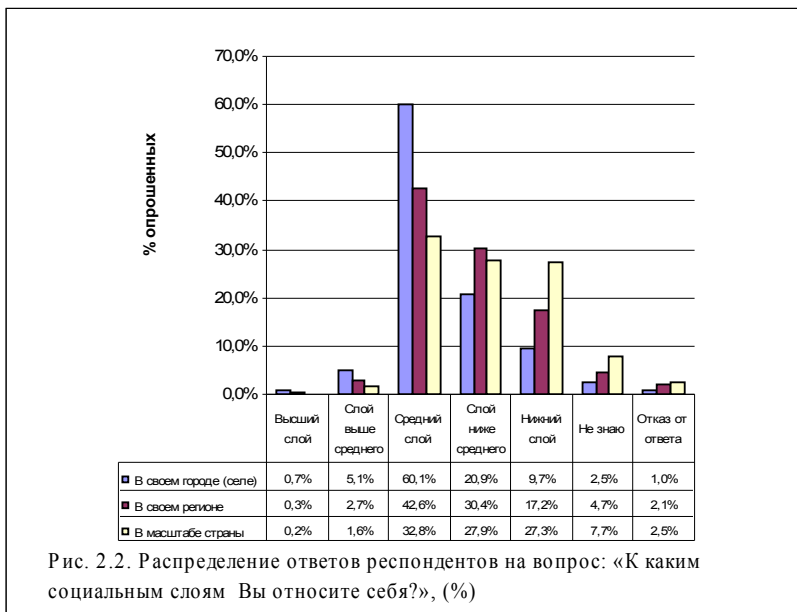


Рис. 2.2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «К каким социальным слоям Вы относите себя?», (%)

Большинство респондентов (60,1% по отношению к своему населенному пункту, 42,6% по отношению к региону и 32,8% по отношению к стране в целом) отнесли себя к среднему слою. В этом проявляется присущая населению «тенденция быть как все»: люди из более низких слоев пытаются показать свою принадлежность к более высокому среднему слою, люди из слоя выше среднего склонны сравнивать себя с более обеспеченным высшим слоем, и на их фоне считают себя принадлежащими к среднему слою. При этом следует отметить, что число респондентов, относящих себя к среднему и более высоким слоям, уменьшается при оценке своего положения в более крупных территориальных образованиях (регионе, стране в целом).

В ходе проведения исследования респондентам было предложено оценить два высказывания, относящиеся к возможности изменения материального положения человека благодаря его активности. Распределение ответов респондентов на этот вопрос представлено на рисунке 2.3.



Исходя из приведенных данных можно сделать вывод, что большая часть населения Ульяновской области (59,7%) считает возможным достижение материального благополучия, если индивид имеет желание стать богатым. Пессимизм в отношении получения богатства характерен для 28,4% респондентов. Это говорит о том, что среди жителей региона постепенно формируется отношение к материальному благополучию как к результату активной деятельности человека.

Подводя итоги, можно охарактеризовать социальное самочувствие, трудовую деятельность и экономическую активность населения Ульяновской области следующим образом:

1. Анализ сфер деятельности, в которых трудились респонденты и их родители в 1990 и 2007 году, позволяет зафиксировать незначительное изменение социально-профессиональной структуры.
2. Значительная часть респондентов (31,6%) по основной работе заняты на государственных, муниципальных

- предприятиях, причем большинство – это женщины (33,8%), доля мужчин составляет 28,8%. Достаточно высок процент тех, кто не имеет постоянной работы (11,8%).
3. Частный бизнес во всех своих формах развит недостаточно. В качестве дополнительной работы респонденты в основном отмечали личное подсобное хозяйство.
 4. Был отмечен мотивационный сдвиг в сторону актуализации инструментальных ценностей: аспекты творчества и самореализации в трудовой деятельности уступили место мотивам самообеспечения.
 5. Большинство опрошенных (50,8%) предпочитают стабильное экономическое положение, пусть даже на низком уровне. В то же время, имеется довольно значительная часть населения (25,7%), готовая к рискованным моделям трудовой деятельности, без гарантий на будущее.
 6. Материальное положение населения Ульяновской области трудно назвать хорошим, более половины опрошенных отмечают недостаток денежных средств для нормального жизнеобеспечения. Однако респонденты отметили наличие в регионе положительных тенденций. Большинство респондентов диагностировали, что их уровень жизни в текущем году по сравнению с предыдущим не ухудшился, а даже несколько улучшился, хотя распределение ответов по разным группам населения значительно отличалось. Прогнозы населения в отношении своего будущего материального положения тоже были скорее оптимистичными: пессимизм был отмечен у незначительного числа респондентов, в первую очередь, у относящих себя к низшим социальным слоям.
 7. Значительное большинство населения Ульяновской области (60,1% по отношению к своему населенному пункту, 42,6% по отношению к региону, 32,8% по отношению к стране в целом), относит себя к среднему слою. В этом можно усмотреть тенденцию индивидов быть «как все», не выделяться значительно из общей массы. Особо следует отметить

значительную разницу в оценках респондентами своего социального положения относительно своего населенного пункта, региона и страны в целом. Наблюдается тенденция понижения своего социального уровня при рассмотрении более крупных территориальных образований, что, в первую очередь свидетельствует о том, что в целом уровень жизни в Ульяновской области оценивается респондентами ниже, чем среднероссийский.

Глава 3. Культурная жизнь региона

Основой государственной культурной политики является признание культурного потенциала области в качестве базового фактора регионального развития. Основной задачей развития сферы культуры является сохранение и обновление социокультурного пространства региона, способного удовлетворить духовные и творческие потребности всех социальных категорий граждан, обеспечить защиту национальных духовных основ и идентификацию культуры региона в общероссийском культурном пространстве.

Важнейшей характеристикой культурной жизни является включенность человека в общественные процессы. Одним из критериев этого является информированность индивида о динамике социальных процессов посредством различных каналов средств массовой информации.

Таблица 3.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какие Вы читаете газеты?», (%)**

Какие Вы читаете газеты?	Частота ответа
Местные	27,1%
Центральные	11,5%
Те и другие	42,0%
Никакие	18,1%
Отказ от ответа	1,3%
ИТОГО:	100,0%

По данным проведенного исследования 42,0% респондентов обращаются и к центральной, и к местной прессе. Однако 18,1% опрошенных вообще не читают газет. Это можно объяснить обращением респондентов к аудио и визуальным каналам СМИ (чаще всего это телевидение), а также к информации из сети Интернет.

Таблица 3.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какие передачи Вы чаще смотрите по телевизору -
республиканские, краевые, областные, местные или
центральные?», (%)**

Какие передачи Вы чаще смотрите по телевизору - республиканские, краевые, областные, местные или центральные?	Частота ответа
Чаще республиканские, краевые, областные, местные	6,7%
Чаще центральные	37,7%
Те и другие в равной мере	49,2%
Никакие	5,6%
Отказ от ответа	0,8%
ИТОГО:	100,0%

Относительно вопроса, касающегося просмотра телепередач, были получены следующие данные: в равной мере смотрят местные и центральные передачи 49,2%, чаще центральные – 37,7%, и только 5,6% опрошенных вообще не смотрят телевизор.

В социуме человек объективно нуждается в информированности о происходящих событиях, фактах, явлениях, поэтому самыми рейтинговыми программами остаются информационные программы (в первую очередь – политические новости), а также кинофильмы и сериалы.

Таблица 3.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что Вас больше интересует на телевидении?», (%)**

Что Вас больше интересует на телевидении?	Частота ответа
Экономические новости	29,7%
Политические новости	50,5%
Спорт	22,7%
Музыкальные передачи, ток-шоу	22,2%
Художественные фильмы, спектакли	37,1%
Сериалы, детективы	35,3%
Другое	6,9%
Отказ от ответа	2,2%

Результаты опроса показали, что большинство респондентов

интересуются политическими и экономическими программами (50,5% и 29,7% соответственно). Таким образом, информационные передачи являются коммуникативным каналом, реально «подключающим» человека к социуму в самых широких границах – региональных, национальных, общемировых. Интерес к фильмам, сериалам понятен, так как, в противовес сложности и мозаичности мира создает его упрощенную картину, имеющую причинно-следственные связи и счастливый конец. В ходе исследования выявлено, что 37,1% опрошенных смотрят художественные фильмы, спектакли, а 35,3% - сериалы и детективы.

Социокультурная жизнь индивида не ограничивается включенностью только в информационные потоки, предоставляемые СМИ. Необходимость в общении относится к числу основных потребностей человека в обществе. Социальное взаимодействие между людьми порождает создание кругов межличностного общения. Это приводит к построению социальных сетей.

Таблица 3.4.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Среди каких людей Вы встречаете наибольшее
взаимопонимание?», (%)**

Среди каких людей Вы встречаете наибольшее взаимопонимание?	Частота ответа	Распределение по полу	
		мужчины	женщины
В семье	72,1%	67,7%	75,5%
В компании друзей	22,3%	28,8%	17,2%
Среди соседей	7,4%	4,7%	9,4%
На работе	6,1%	6,6%	5,7%
В кругу единомышленников	0,7%	1,0%	0,5%
Другое	1,9%	1,4%	2,3%
Нигде	1,2%	1,6%	0,8%
Отказ от ответа	1,5%	2,9%	0,5%

При анализе первичных социальных сетей выяснилось, что респонденты встречают наибольшее взаимопонимание со стороны непосредственного окружения: в семье 72,1%, в компании друзей – 22,3%, и только 1,2% не находят взаимопонимания нигде (данный факт

может обуславливаться определенными социально-психологическими особенностями).

При этом женщины чаще, чем мужчины, встречают взаимопонимание в семье (75,5% против 67,7%), а для мужчин более, чем для женщин, характерно наличие взаимопонимания в компании друзей (28,8% против 17,2%). Также для женщин более характерно, чем для мужчин, находить взаимопонимание среди соседей (9,4% и 4,7% соответственно), а для мужчин – на работе (6,6% против 5,7%)

Исходя из приведенных данных, можно констатировать, что абсолютное большинство опрошенных являются участниками родственно-дружеских взаимоотношений.

Проведенное исследование обозначило проблемные точки в культурно-массовой жизни населения, которые могут затруднить эволюцию социокультурной жизни региона.

Таблица 3.5.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как часто Вы посещали в последний год?:», (%)

Как часто Вы посещали в последний год:?	Библиотека	Театр	Цирк	Музей	Стадион	Клубы инт.ересам	Дискоотека	Кинотеатр
Раз в неделю	4,3%	0,3%	0,2%	0,5%	4,2%	2,8%	4,0%	1,6%
Раз в месяц	7,1%	2,5%	1,0%	1,5%	5,2%	3,7%	8,5%	14,0%
Раз в полгода	8,6%	11,1%	4,5%	6,0%	9,7%	3,1%	7,3%	14,3%
Реже чем раз в год	28,9%	33,2%	31,6%	33,2%	25,3%	26,5%	22,6%	23,4%
Затрудняюсь ответить	25,7%	25,6%	33,1%	30,1%	28,7%	33,2%	28,8%	20,7%
Отказ от ответа	25,4%	27,3%	29,6%	28,7%	26,9%	30,7%	28,8%	26,0%
ИТОГО	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Выявление современных проблем развития социокультурной деятельности, определения приоритетных направлений развития учреждений культуры, спортивных объектов показало, что только 20,0% респондентов посещают библиотеки относительно регулярно (не реже, чем раз в полгода). Хотя бы раз в полгода ходят в театры 13,9%,

раз в несколько лет – 33,2%. Бывают в цирке хотя бы раз в году только 5,7%. Достаточно неплохая ситуация с посещением музеев (их посещают не реже раза в год 8,0% опрошенных, реже чем раз в год – 33,2%), стадионов – не реже раза в год 19,1%, реже раза в год – 25,3%, дискотек – не реже раза в год 19,8%, реже раза в год – 22,6%, кинотеатров – хотя бы раз в год 29,9%, реже раза в год – 23,4%. Клубы по интересам посещают не реже раза в год 9,6% опрошенных.

Исследование показало низкую активность граждан в деятельности учреждений культуры, респонденты чаще посещают учреждения культуры развлекательной направленности: кинотеатры, стадионы, дискотеки.

Одним из факторов, определяющих степень информатизации общества, является уровень использования информационно-компьютерных технологий населением.

Таблица 3.6.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Используете ли Вы:?», (%)**

Используете ли Вы ...?	Мобильный телефон	Компьютер	Интернет
Нет	25,6%	56,4%	70,2%
Да	73,7%	42,0%	27,0%
Отказ от ответа	0,7%	1,6%	2,8%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

По данным проведенного исследования процессы компьютеризации населения весьма далеки от своего завершения – 56,4% респондентов вообще не используют компьютер.

Интернет является одной из несущих опор информационного общества, а в регионе только 27,0% респондентов пользуются Интернет. А значит, увеличение объемов и качества доступа к услугам Интернет представляет собой одну из наиболее важных задач информатизации региона. Скорее всего, слишком высокая стоимость – одна из основных причин недостаточного распространения информационно-компьютерных технологий в регионе.

Значительно лучше ситуация наблюдается в пользовании сотовой связью - 73,7% респондентов используют мобильный телефон в повседневной жизни.

Для успешной модернизации региона необходимо наличие

иерархии базовых ценностей. Поддержка фундаментальных ценностей может свидетельствовать о готовности населения к переменам и стремлении социальных групп стать субъектами изменений. Для выяснения уровня поддержки населением региона базовых ценностей респондентам предлагалось оценить ряд суждений (по шкале от 1 - «совершенно не согласен» до 10 - «полностью согласен»). Интегральные коэффициенты согласия представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Согласны Вы или не согласны со следующими суждениями?», (интегральный коэффициент согласия)

Варианты ответов	Интегральный коэффициент согласия
В любых условиях красота делает человека лучше и чище	7,95
Главное в жизни - забота о своем здоровье и благополучии	9,53
Бывают обстоятельства, когда человек сам, по своей воле может посягнуть на жизнь другого человек	5,26
Свобода человека - это то, без чего его жизнь теряет смысл	8,89
Только содержательная, интересная работа заслуживает того, чтобы заниматься ею как основным делом жизни	8,43
Личная безопасность человека должна обеспечиваться законом и правоохранительными органами	9,28
В жизни главное внимание нужно уделять тому, чтобы установить хорошие семейные и дружеские отношения	9,54
Люди и государство должны больше всего заботиться о детях	9,68
Я стал таким, какой я есть, главным образом благодаря собственным усилиям	8,57
Человек должен стремиться к тому, чтобы у него в первую очередь была власть, возможность оказывать влияние на других	5,21
Нравственный, совестливый человек должен помогать бедным и слабым, даже если ему приходится отрывать что-то от себя	7,95
Главное - это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве	8,28
Самое ценное на свете - это человеческая жизнь и никто не вправе лишать человека жизни ни при каких обстоятельствах	9,96
Главное - это уважение к сложившимся обычаям, традициям	8,26

Структура основных жизненных ценностей ульяновцев выглядит так: ядро составляют ценности «жизнь», «дети» и «семья», за ними следуют ценности «безопасность», «взаимоотношения», «свобода», «работа». На периферии остаются «традиция», «независимость», «целеустремленность», «нравственность», «доброта», «своеволие» и «власть».

Таким образом, у населения сохранились традиционные ценности: жизнь человека превыше всего, каждый человек свободен, государство обязано защищать своих граждан, забота о детях и другое. Показательно, что ценность власти оказалась на последнем месте. Это подтверждается минимальным участием жителей Ульяновской области в политической жизни, слабым функционированием органов местного самоуправления.

Факторный анализ выявил два латентных фактора, влияющих на ценностные ориентации респондентов. Главный фактор (составляющий 90%), показывает ценность человеческой жизни в различных ее проявлениях. Второй фактор (составляющий около 10%), относится к стремлению обладать властью и оказывать влияние на других, даже при условии лишения другого человека жизни.

Это подтверждает дуальный характер системы ценностей российского менталитета. Одним свойственна конформность и склонность к подчинению, другим – отход от традиций, поиск нового, склонность к управлению. В регионе сосуществуют две модели ценностного сознания: первая связана с индивидуалистической системой ценностей (ориентация на достижение высокого материального благополучия, личного успеха, поддержка модернизации), вторая – эта традиционная ценностная модель, с характерными для нее верой в преемственность власти, уважением к традициям, ориентацией на семью, воспитание детей.

Семья всегда занимала одно из важнейших мест в системе ценностей, так как на различных этапах люди, так или иначе, связаны с семьей: она является естественной частью жизни. При этом развитие семьи и изменение ее функций постепенно меняют ценностное отношение людей к ней.

Таблица 3.8.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что, по Вашему мнению, сегодня мешает созданию семьи или
ведет к ее разрушению?», (%)**

Что, по Вашему мнению, сегодня мешает созданию семьи или ведет к ее разрушению?	Частота ответа
Думаю, дело главным образом в характере людей, в их эмоциях	10,2%
Многое зависит от нравственности людей, от приверженности нормам религии	4,5%
Скорее, человек рассчитывает, что ему выгоднее: сохранить семью или покинуть её	3,4%
Часто мешают плохие жилищные условия	21,0%
У многих просто нет средств, чтобы нормально обеспечить семью	29,8%
Другое	3,0%
Не знаю	2,8%
Отказ от ответа	50,1%

Половина опрошенных отказалась отвечать на вопрос, связанный с определением факторов, мешающих созданию семьи или ведущих к её разрушению. По мнению респондентов, ответивших на данный вопрос (разрешалось выбрать несколько вариантов ответов), созданию семьи сегодня мешает ряд причин: 29,8% от числа опрошенных высказали мнение, что нехватка средств на содержание семьи ведет к ее разрушению; 21,0% респондентов считают, что плохие жилищные условия мешают созданию семьи или ведут к ее разрушению; 10,2% опрошенных считают, что причиной разрушения семей являются различия в характерах.

Таким образом, результаты опроса свидетельствуют, что именно материальные факторы являются важной составляющей устойчивого существования брака.

В области существуют факторы, препятствующие, по мнению респондентов, росту численности населения в Ульяновской области (таблица 3.9.).

Таблица 3.9.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что, по Вашему мнению, мешает росту численности населения в
нашем регионе?», (%)**

Что, по Вашему мнению, мешает росту численности населения в нашем регионе?	Частота ответа	Распределение по полу	
		мужчины	женщины
Многие считают, что в наше время достаточно иметь одного ребенка	17,8%	17,5%	18,0%
Государство фактически не поддерживает материально семьи с детьми	27,5%	25,7%	28,9%
Плохие жилищные условия	37,7%	35,2%	39,8%
Низкие доходы	65,1%	63,8%	66,1%
Плохая медицинская помощь женщинам во время беременности, при родах	10,0%	9,7%	10,2%
Другое	2,5%	2,9%	2,1%
Ничто не мешает в нашем регионе росту численности населения	2,7%	3,9%	1,8%
Затрудняюсь ответить	3,2%	4,1%	2,4%
Отказ от ответа	2,2%	4,7%	0,2%

Респонденты указали на следующие причины: 65,1% респондентов отметили низкие доходы как фактор, сдерживающий рождаемость, 37,7% - опрошенных таким фактором считают плохие жилищные условия. 27,5% опрошенных заявили об отсутствии государственной поддержки семей с детьми, а 17,8% считают, что в семье достаточно одного ребенка.

В области прослеживается общероссийская тенденция – низкая продолжительность жизни мужчин, которая связана, по мнению опрошенных, в первую очередь с тем, что мужчины употребляют много алкогольных напитков, к тому же низкого качества. Вторая по значимости причина – это занятость мужчин на тяжелой и вредной работе. Третья – связана с попустительским отношением мужчин к своему здоровью, ведущим к низкой продолжительности жизни. Четвертая – драки, хулиганство, заканчивающиеся увечьями и

убийством. И последняя – гибель молодого человека в период службы в армии (таблица 3.10.).

Таблица 3.10.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Почему, по Вашему мнению, продолжительность жизни мужчин в нашем регионе заметно меньше, чем женщин?», (интегральный коэффициент согласия)

Почему, по Вашему мнению, продолжительность жизни мужчин в нашем регионе заметно меньше, чем женщин?	Интегральный коэффициент согласия
Многие мужчины заняты на тяжелой и вредной работе	6,50
У нас много хулиганства, нередко драки заканчиваются увечьями, убийством	5,67
Нередко молодые парни погибают во время службы в армии	5,14
Мужчины много пьют водку, к тому же низкого качества, самогон	8,02
Мужчины меньше заботятся о своем здоровье, не обращаются к врачам	6,39
Другое	0,13

Важнейшей составляющей культурно-духовной сферы региона является религиозная структура населения. В ходе проведения исследования респондентам были заданы вопросы об их отношении к религии и об их вероисповедании. Результаты ответов респондентов на данный вопрос представлены на рисунке 3.1.



В ходе исследования самооценки своей религиозности респондентами было выявлено, что верующими себя считают 51,9%. К категории «скорее верующий, чем неверующий» себя относят 33,7%. Неверующих и атеистов оказалось – 7,3%. Таким образом, наблюдается картина, когда основная масса населения (85,6%) относят себя к группе религиозно настроенных людей.

Таблица 3.11.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Верования какой религии, вероисповедания Вы разделяете?»(%)

Верования какой религии, вероисповедания Вы разделяете?	Частота ответа
Православие	78,9%
Ислам	11,2%
Иудаизм	0,1%
Буддизм	0,2%
Протестантизм	0,2%
Католицизм	0,3%
Другие	0,4%
Отказ от ответа	8,7%
ИТОГО:	100,0%

Православное христианство является доминирующим в Ульяновской области. Основная масса опрошенных респондентов

относят себя к православному вероисповеданию (78,9%). Так же в религиозной структуре представлены: мусульмане (11,2%), иудеи (0,1%), буддисты (0,2%), протестанты (0,2%), католики (0,3%).

Развитие экономики и конкурентоспособность региона, качество и уровень жизни во многом определяется инновационным потенциалом населения. Согласно предположению Й. Шумпетера, соотношение инноваторов и консерваторов, или инновационно активного и инновационно пассивного населения, определяется как 1:9. Данные социологического исследования в Ульяновской области подтверждают это положение.

Таблица 3.12.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Участвовали ли Вы в последние 5 лет в создании и/или внедрении чего-либо нового (новая фирма, общественная организация, новое оборудование, новый продукт и т.п.)?», (%)

Участвовали ли Вы в последние 5 лет в создании и/или внедрении чего-либо нового (новая фирма, общественная организация, новое оборудование, новый продукт и т.п.)?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Участвовал как организатор	4,1%	5,8%	2,8%
Участвовал наравне с другими	7,2%	8,4%	6,2%
Не участвовал	78,6%	75,3%	81,2%
Затрудняюсь ответить	4,1%	3,7%	4,4%
Отказ от ответа	6,0%	6,8%	5,4%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Большинство респондентов (78,6%) за последние пять лет не принимали участия в инновационной деятельности ни в каком виде. В качестве организаторов инноваций выступали 4,1% опрошенных, причем мужчины – вдвое чаще, чем женщины (5,8% и 2,8% соответственно). Наравне с другими в создании и внедрении новшеств участвовали 7,2% респондентов. Таким образом, 11,3% населения региона в той или иной форме принимали участие в инновационной деятельности, то есть могут быть признаны инновационно активными. Преобладание в среде инноваторов мужчин (14,2%) по сравнению с женщинами (9,0%) может объясняться как общественными

стереотипами, так и большей психологической инновационной ориентацией мужчин по сравнению с женщинами.

При оценке связи инновационной деятельности с возрастом можно отметить, что уровень инновационной активности обратно пропорционален возрасту респондента – пик инновационной активности в качестве организаторов приходится на возрастную группу от 26 до 35 лет (исключение составляет возрастная категория 18-25 лет, представители которой достаточно слабо включены в инновационные процессы ввиду своей неопытности и занятостью учебной). При этом с возрастом, с одной стороны, наблюдается определенный спад участия респондентов в роли организаторов нововведений, с другой стороны - увеличивается доля участников инновационных проектов в качестве исполнителей.

Инновационная активность различается в зависимости от типа поселения, в котором проживают респонденты (таблица 3.13).

Таблица 3.13.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Участвовали ли Вы в последние 5 лет в создании и/или внедрении чего-либо нового (новая фирма, общественная организация, новое оборудование, новый продукт и т.п.)?», (%)

Участвовали ли Вы в последние 5 лет в создании и/или внедрении чего-либо нового (новая фирма, общественная организация, новое оборудование, новый продукт и т.п.)?	Деревня, село (обычно здесь сельсовет, вет, храм)	Рабочий поселок	Малый город (до 100 тыс. жителей)	Средний город (100-500 тыс. жителей)	Крупный город (более 500 тыс. жителей)
Участвовал как организатор	1,9%	3,1%	11,7%	4,8%	4,4%
Участвовал наравне с другими	4,5%	5,5%	3,3%	6,2%	9,9%
Не участвовал	83,5%	67,7%	66,7%	75,9%	82,5%
Затрудняюсь ответить	5,6%	12,6%	0,0%	4,1%	1,6%
Отказ от ответа	4,5%	11,1%	18,3%	9,0%	1,6%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Зависимость инновационного потенциала от типа поселения

можно объяснить развитостью инфраструктуры, которая способствует росту инновационной активности населения. Многие респонденты отмечали, что в деревнях «не развернуться» и что там «не нуждаются в инновациях».

Интересен факт, что инновационная активность в малых городах проявляется наиболее значимо (15,0% опрошенных участвовали в инновационных мероприятиях, причем 11,7% - в качестве организаторов). Это объясняется тем, что жители малых городов отметили, что не встречают противодействия со стороны окружающих по внедрению каких-либо инновационных проектов. Данная ситуация может объяснена характером социального взаимодействия. Так в деревнях и селах острой необходимости в реализации инновационных проектов не существует, в крупных городах такая потребность сталкивается с противодействием со стороны социальной среды в силу традиционного (корпоративного) характера общественных связей. Что касается малых городов, там есть как потребность в нововведениях, так и развитость социальных сетей у организаторов и участников инноваций, которая позволяет последним предельно беспрепятственно осуществлять свою инновационную деятельность. Таким образом, следует признать, что инновация является городским феноменом, особенно ярко проявляясь в малых городах.

Проведенное исследование позволило выявить связь социального статуса респондента и инновационной активности: инновационная деятельность присуща руководителям, управляющим штатом более 5 человек. Можно отметить, что если штат сотрудников составляет от 5 до 50 человек, то руководитель участвует в инновационной деятельности наравне с другими. В случае если число подчиненных превышает 50 человек, руководитель берет на себя функции организатора инновационной деятельности. Следовательно, инновационная активность является одной из черт управленческой деятельности. Оптимальное количество сотрудников для эффективного осуществления инновационных проектов и реализации управленческих решений в сфере инноваций составляет от 50 до 100 человек.

Инновационная активность определяется также профессиональной деятельностью. Наибольшую инновационную активность проявляют респонденты, занимающиеся предпринимательской деятельностью. На втором месте - руководители госпредприятий, акционерных обществ, далее представлены госслужащие, средний управленческий персонал. Остальные категории больше принимают участие в реализации инновационных проектов

наравне с другими.

На практике, многие инновации наталкиваются на различные противодействия, нередко они не встречают поддержки из-за инерционности людей, от которых зависит успех или даже сама возможность осуществления инноваций. В ходе исследования одной из задач было выяснение того, насколько внешнее окружение способствует или препятствует осуществлению инноваций. Распределение ответов респондентов (124 человека), участвовавших в течение последних пяти лет в инновационных процессах, приведено в таблице 3.14.

Таблица 3.14.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Если Вы участвовали в создании и /или внедрении нового, то
встретили ли Вы поддержку или противодействие со стороны
окружающих?», (% от числа принимавших участие в инновациях)**

Если Вы участвовали в создании и /или внедрении нового, то встретили ли Вы поддержку или противодействие со стороны окружающих?	Частота ответа среди принимавших участие в инновациях
Встретил поддержку	61,3%
Обнаружилось безразличие	20,2%
Столкнулся с противодействием	14,5%
Затрудняюсь ответить или отказ от ответа	4,0%
ИТОГО:	100,0%

Реакция внешней среды на проявление инновационных инициатив выглядит следующим образом: 61,3% инноваторов встретили поддержку своим начинаниям, 20,2% столкнулись с безразличием со стороны окружающих, а 14,5% отметили явное противодействие. Таким образом, можно отметить факт, что инновационная деятельность поддерживается со стороны окружающих.

Результаты проведенного исследования позволяют оценить культурный потенциал населения Ульяновской области следующим образом:

1. По данным проведенного исследования подавляющее большинство поддерживает уровень

информированности о жизни страны и региона, обращаясь к центральной и местной прессе. В равной мере смотрят местные и центральные передачи 49,2%. Однако 5,6% опрошенных вообще не смотрят телевизор, 18,1% респондентов не читают газет.

2. Среди причин, мешающих созданию семьи респонденты отметили нехватку средств на ее содержание (29,8%) и плохие жилищные условия (21,0%). Таким образом, результаты опроса свидетельствуют, что именно материальные факторы являются важной составляющей устойчивого существования брака. Материальные факторы являются определяющими и для роста численности населения (низкие доходы, плохие жилищные условия, слабая государственная поддержка и ориентированность семьи на то, чтобы иметь одного ребенка).
3. Среди причин, приводящих к сокращению жизни мужчин, в качестве основных названы следующие: употребление алкогольных напитков (в том числе низкого качества), занятость мужчин на тяжелой и вредной работе, попустительское отношение мужчин к своему здоровью, и как следствие, низкая продолжительность жизни.
4. Процессы компьютеризации населения весьма далеки от своего завершения – 56,4% респондентов вообще не используют компьютер; только 27,0% пользуются Интернетом. Однако при этом уже 73,7% используют мобильный телефон в повседневной жизни.
5. Социологическое исследование показало одностороннее участие граждан в деятельности учреждений культуры: респонденты чаще всего посещают учреждения культуры развлекательной направленности, такие как кинотеатры, стадионы, дискотеки.
6. Нужно отметить очень слабую инновационную деятельность населения. Только 4,1% респондентов были организаторами чего-либо нового, 7,2% - участниками. В роли активных и предприимчивых организаторов преобладают мужчины. В возрастной группе от 26 до 35 лет наблюдается пик

инновационной активности как организаторов каких-либо проектов. Инновация является городским феноменом, причем гораздо более выраженным в малых городах.

7. Наибольшее взаимопонимание респонденты встречают со стороны непосредственного окружения: в семье или в компании друзей. Исследование показало, что абсолютное большинство опрошенных являются участниками родственно-дружеских взаимоотношений.
8. Этнический состав населения Ульяновской области довольно разнообразен: 78,8% русских, 11,3% татар, 4,7% чувашей, 2,0% мордвы. Основная масса опрошенных респондентов разделяют верования православного христианства (78,9%). На втором месте – мусульмане. Значительно меньше в регионе представлены иудеи, буддисты, протестанты, католики.

Глава 4. Общественная жизнь региона

Одной из важнейших характеристик общественно-политической жизни общества является включенность населения в общественные и политические процессы, проявляющаяся в информированности граждан о тех или иных решениях государственных региональных и муниципальных органов власти. Согласно ответам респондентов подавляющее большинство населения области либо ничего не помнят конкретного о принятых властью важных для населения решениях (17,2% респондентов) либо отказались отвечать на поставленный вопрос (66,4% опрошенных).

Однако 16,4% респондентов указали на ряд важнейших направлений региональной политики или назвали конкретные решения. Среди направлений региональной политики были названы (абсолютное число ответов и частота ответа в процентах от общего числа респондентов):

- отдельные направления социальной политики (детство, пенсионеры, молодежь, пособия) – 67 ответов (6,1%);
- строительство моста и дорог – 29 ответов (2,6%);
- вопрос отсутствия регулирования цен (роста цен) – 28 ответов (2,5%);
- наведение общественного порядка и безопасности – 18 ответов (1,6%);
- вопросы работы промышленности и сельского хозяйства – 19 ответов (1,7%).

Таким образом, на основании ответов респондентов можно сделать вывод, что население недостаточно информировано о решениях, принимаемых властью, даже по важнейшим для населения проблемам. Лишь каждый шестой респондент что-то вспомнил, зачастую не называя конкретных решений. Политизированность населения области достаточно низкая, что может свидетельствовать о разных процессах: занятость населения собственными проблемами и снижение уровня патерналистских ожиданий, недостаточная работа официальных средств массовой информации.

Общественную жизнь региона в значительной степени характеризует знание и восприятие законодательных актов населением.

В течение двух лет федеральное правительство пытается осуществить жилищную реформу либерального характера. Целью принятия нового Жилищного Кодекса провозглашалось повышение

ответственности граждан за содержание своего жилья, предоставление права выбора формы управления и обслуживания жилья, улучшение качества предоставляемых коммунальных услуг.

Ответы респондентов в отношении предполагаемого влияния на их жизнь нового Жилищного Кодекса представлены на рисунке 4.1.



Таким образом, каждый второй респондент считает, что введение Кодекса никак не повлияет на жизнь семьи (47,8%), почти каждый четвертый (24,0%) – затруднился ответить, то есть 71,8% населения индифферентно отнеслось к принятию нового Жилищного Кодекса. Мнения остальных разделись примерно поровну: 12,0% ожидают улучшения, 12,4%– ухудшение положения семьи.

Своей провозглашенной цели принятый свод законов о жилье пока не достиг и остался незамеченный населением.

Одной из важнейших характеристик демократического общества являются гарантии реализации конституционных прав и свобод, проявляющиеся на уровне массового сознания в чувствах защищенности или незащищенности от различных опасностей. Результаты опроса в отношении защищенности представлены в таблицах 4.2 и 4.3.

Таблица 4.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько сегодня Вы лично чувствуете себя защищенным от
различных опасностей», (%)**

Насколько сегодня Вы лично чувствуете себя защищенным от различных опасностей?	Экологические угрозы	Притеснения по полу и возрасту	Прозвончивники	Притеснения по национальному признаку	Притеснения по религиозным убеждениям
Защищен	18,3%	52,3%	14,1%	58,4%	60,5%
Пожалуй, защищен	15,9%	17,8%	10,7%	16,3%	15,2%
Трудно сказать	20,9%	14,0%	22,7%	12,8%	12,4%
Пожалуй, нет	23,1%	9,3%	29,9%	6,4%	5,7%
Не защищен	20,5%	4,7%	20,9%	3,7%	3,5%
Отказ от ответа	1,3%	1,9%	1,7%	2,4%	2,7%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Таблица 4.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько сегодня Вы лично чувствуете себя защищенным от
различных опасностей», (%)**

Насколько сегодня Вы лично чувствуете себя защищенным от различных опасностей?	Прозвончивники	Притеснения из-за бедности	Одиночество, заброшенность	Преступность	Притеснения по политическим убеждениям
Защищен	15,2%	10,5%	25,8%	8,3%	41,8%
Пожалуй, защищен	12,2%	18,1%	23,2%	9,3%	14,6%
Трудно сказать	25,6%	23,2%	20,4%	18,4%	24,5%
Пожалуй, нет	28,1%	22,9%	15,2%	29,7%	10,2%
Не защищен	16,6%	23,0%	12,8%	30,6%	6,4%
Отказ от ответа	2,3%	2,3%	2,6%	3,7%	2,5%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Таким образом, по мнению населения, больше всего оно

ощущает себя защищенным от притеснений по религиозным убеждениям – 60,5 %, «пожалуй, защищены» – ответили еще 15,2%. В совокупности это составило 75,7% респондентов. 12,4% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос, 5,7% ответили, что «пожалуй, не защищены» и 3,5% респондентов не чувствуют себя защищенными от притеснений по религиозным убеждениям.

От притеснений по национальной принадлежности считают себя полностью защищенными 58,4%; пожалуй, защищенными еще 16,3%. В целом 74,7% защищены от данного вида притеснений. 6,4% считают, что скорее не защищены, а 3,7% респондентов чувствуют себя полностью не защищенными от притеснений по национальной принадлежности. 12,8% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

От притеснений по полу и возрасту считают себя защищенными полностью 52,3%, «пожалуй, защищены» - 17,8%. Всего ощущают себя в безопасности от данного вида притеснений – 70,1% опрошенных. 4,7% респондентов считают себя полностью не защищенными, а 9,3% «пожалуй, не защищенными» от притеснений по полу и возрасту. 14,0% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

От преследований по политическим убеждениям считают себя полностью защищенными 41,8% респондентов, пожалуй, защищенными еще 14,6%. Вместе с тем, 10,2% считают себя, «пожалуй, не защищенными» и еще 6,4% - полностью не защищенными. 24,5% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

От одиночества и заброшенности полностью считают себя защищенными 25,8% респондентов, «пожалуй, защищенными» еще 23,2%. Вместе с тем, 15,2% респондентов чувствуют себя, пожалуй, не защищенными, а 12,8% - полностью незащищенными. 20,4% респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

От экологических угроз считают себя защищенными 18,3% респондентов, еще 15,9% опрошенных считают себя, «пожалуй, защищенными». Но 23,1% респондентов чувствуют себя «пожалуй, не защищенными» от экологических угроз, в еще 20,5% считают себя полностью не защищенными. 23,1% респондентов затруднились ответить на данный вопрос.

От произвола правоохранительных органов считают себя защищенными только 15,2% респондентов, еще 12,2% считают себя «пожалуй, защищенными». 28,1% респондентов чувствуют себя «пожалуй, не защищенными», еще 16,6% опрошенных чувствуют себя полностью не защищенными. 28,1% респондентов затруднились

ответить на данный вопрос.

От бедности считают себя защищенными еще меньшее число респондентов – 10,5%, 18,1% опрошенных чувствуют себя «пожалуй, защищенными». Полностью не защищенными от бедности считают себя 23,0%, «пожалуй, не защищенными» - 22,9%. Еще 23,2% респондентов затруднились ответить.

От произвола чиновников чувствуют себя защищенными 14,1% респондентов, «пожалуй, защищенными» -10,7%. Считают себя полностью не защищенными от произвола чиновников 20,9%, «пожалуй, незащищенными» - 29,9%. Затруднились ответить – 22,7% респондентов.

От преступности чувствуют себя защищенными только 8,3% опрошенных, «пожалуй, защищенными» - 9,3% респондентов. 30,6% считают себя полностью не защищенными, еще 29,78% ответили, что «пожалуй, не защищены» от угрозы преступности. 18,4% респондентов затруднились ответить.

Таким образом, население наименее защищено от:

- преступности – 60,3% опрошенных;
- произвола чиновников – 50,8% респондентов;
- бедности – 45,9% опрошенных.

Бедой российского общества является широкое распространение таких явлений как вымогательство, взятки, коррупция. На вопрос «Приходилось ли Вам сталкиваться с фактами вымогательства, взяток, коррупции?» ответы респондентов распределились следующим образом (таблица 4.4).

Таблица 4.4.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как часто Вам лично приходилось сталкиваться с фактами
вымогательства, взяток, коррупции?», (%)**

Как часто Вам лично приходилось сталкиваться с фактами вымогательства, взяток, коррупции?	Частота ответа
Лично не сталкивался	63,6%
Изредка сталкиваюсь с такими фактами	23,3%
Часто сталкиваюсь с такими фактами	8,4%
Затрудняюсь сказать	2,3%
Отказ от ответа	2,4%
ИТОГО:	100,0%

Таким образом, почти две трети населения (63,6%) не сталкивались с подобными фактами. Около одной трети (31,7%)

изредка или часто сталкивались с фактами взяток, вымогательства и коррупции.

Одним из завоеваний революционных изменений России в 90-х годах считается конституционное закрепление гарантии прав и свобод личности. Распределение ответов респондентов в отношении нарушений их прав и свобод приведены в таблице 4.5.

Таблица 4.5.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Сталкивались ли Вы с нарушениями следующих прав и свобод,
как Вы поступали в таких случаях и с каким результатом?», (%)**

Сталкивались ли Вы с нарушениями следующих прав и свобод, как Вы поступали в таких случаях и с каким результатом?	Н	Не	Ч	Ч	Н	Н	О
	е	п	а	а	и	е	т
	ст	п	щ	щ	к	зн	к
	ал	ыт	е	е	о	а	а
	ки	ал	у	н	г	ю	з
	ва	ся	д	е	д		о
	лс	от	а	у	а		т
	я	ст	а	у	а		о
	с	аи	в	д	н		т
	на	ва	а	а	е		т
	ру	ть	л	в	у		в
	ш	на	о	а	д		е
	ен	ру	с	л	а		т
	ие	ш	ь	о	в		а
	м	ен	о	с	а		
	пр	н	т	ь	л		
	ав	ые	с	о	о		
		пр	т	т	с		
		ав	а	с	ь		
		а	н	т	о		
		в	а	т			
		а	и	с			
		т	в	т			
		ь	а	о			
		н	а	я			
		а	ь	т			
		р	н	ь			
		у	а	н			
		ш	р	а			
		е	у	р			
		н	ш	у			
		н	е	ш			
		ы	н	е			
		е	н	н			
		п	ы	н			
		р	е	ы			
		а	п	е			
		в	р	п			

			а	а в а	р а в а		
Свобода слова	69,4%	8,4%	4,8%	3,1%	1,9%	8,3%	4,1%
Безопасность и свобода личности	64,3%	9,4%	8,0%	2,8%	1,7%	9,4%	4,4%
Свобода объединений, групп, союзов	74,9%	5,4%	3,0%	1,1%	1,1%	10,3%	4,2%
Право народа на собственный язык и культуру	77,3%	5,0%	2,1%	1,0%	1,1%	9,2%	4,3%
Религиозные свободы и свобода совести	77,4%	5,2%	2,4%	0,8%	0,9%	8,9%	4,4%
Равенство перед законом	58,7%	12,7%	6,6%	3,1%	2,5%	11,4%	5,0%
Право на труд	64,2%	8,7%	9,4%	3,4%	1,0%	9,2%	4,1%
Право частной собственности	69,4%	8,9%	5,2%	1,5%	1,5%	8,3%	5,2%
Право на образование и обучение	76,0%	6,2%	3,1%	1,3%	1,1%	8,1%	4,2%
Право на тайну личной переписки	78,7%	3,2%	1,5%	0,7%	1,0%	10,7%	4,2%
Право на эмиграцию	78,8%	1,5%	0,7%	0,6%	1,0%	12,7%	4,7%

С нарушением свободы слова не сталкивалось 69,4% респондентов, никогда не пытались отстаивать данную свободу 8,4%, чаще удавалось отстоять свободу слова 4,8%, чаще не удавалось отстоять 3,1%, никогда не удавалось отстоять - 1,9%. Остальные 8,3% и 4,1% респондентов соответственно либо не знают, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на личную безопасность не сталкивались 64,3% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 9,4%, чаще удавалось отстоять личную безопасность 8,0%, чаще не удавалось отстоять 2,8%, никогда не удавалось отстоять - 1,7%. Остальные 9,4% и 4,4% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на свободу объединений не сталкивались 74,9% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 5,4%, чаще удавалось отстоять свободу объединений 3,0%, чаще не

удавалось отстоять 1,1%, никогда не удавалось отстоять - 1,1%. Остальные 10,3% и 4,2% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на свой язык и национальную культуру не сталкивались 77,3% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 5,0%, чаще удавалось отстоять право на свой язык и национальную культуру - 2,1%, чаще не удавалось отстоять - 1,0%, никогда не удавалось отстоять -1,1%. Остальные 9,2% и 4,3% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением религиозных свобод не сталкивались 77,4% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 5,2%, чаще удавалось отстоять религиозные свободы - 2,4%, чаще не удавалось отстоять - 0,8%, никогда не удавалось отстоять - 0,9%. Остальные 8,9% и 4,4% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на равенство перед законом не сталкивались 58,7% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 12,7%, чаще удавалось отстоять право на равенство перед законом - 6,6%, чаще не удавалось отстоять - 3,1%, никогда не удавалось отстоять - 2,5%. Остальные 11,4% и 5,0% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушениями права на труд не сталкивались 64,2% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 8,7%, чаще удавалось отстоять право на труд - 9,4%, чаще не удавалось отстоять - 3,4%, никогда не удавалось отстоять - 1,0%. Остальные 9,2% и 4,1% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на частную собственность не сталкивались 69,4% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 8,9%, чаще удавалось отстоять право на частную собственность - 5,2%, чаще не удавалось отстоять - 1,5%, никогда не удавалось отстоять - 1,5%. Остальные 8,3% и 5,2% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на образование не сталкивались 76,0% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 6,2%, чаще удавалось отстоять право на образование - 3,1%, чаще не удавалось отстоять - 1,3%, никогда не удавалось отстоять - 1,1%. Остальные 8,1% и 4,2% респондентов соответственно либо не знают о

данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на тайну переписки и телефонных переговоров не сталкивались 78,7% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 3,2%, чаще удавалось отстоять право на тайну переписки и телефонных переговоров – 1,5%, чаще не удавалось отстоять – 0,7%, никогда не удавалось отстоять – 1,0%. Остальные 10,7% и 4,2% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

С нарушением права на эмиграцию не сталкивались 78,8% респондентов, никогда не пытались отстаивать данное право 1,5%, чаще удавалось отстоять право на эмиграцию – 0,7%, чаще не удавалось отстоять – 0,6%, никогда не удавалось отстоять – 1,0%. Остальные 12,7% и 4,7% респондентов соответственно либо не знают о данном праве, либо отказались отвечать на вопрос.

Таким образом, наиболее часто жители области сталкиваются с нарушениями следующих прав и свобод: равенство перед законом – 25,0% респондентов; право на труд – 22,5%; безопасность и защита личности – 22,0%; свобода слова – 18,2%. Мужчины в среднем на 10% чаще чем женщины сталкиваются с нарушениями прав и свобод, они же на 15-17% чаще пытаются отстоять свои права. Среди тех, кому удалось отстоять свои права, различия по полу не существенны.

По отношению к населению сел, рабочих поселков и малых городов права и свободы нарушаются чаще на 7-10%, чем в средних и крупных городах. Бедные и малообеспеченные (первые две группы по доходам) сталкиваются с нарушениями чаще на 20-25% чем богатые и хорошо обеспеченные (последние две группы по доходам).

Практически каждый восьмой респондент не смог ответить на предложенные вопросы или отказался отвечать, что, скорее всего, свидетельствует о незнании своих прав, неумении пользоваться ими. Особенно это касается таких прав как свобода объединений (14,5%), равенство перед законом (16,4%), тайна переписки (14,9%) и право на эмиграцию (17,4%).

Чаще всего удавалось гражданам отстоять право на труд – 9,4%; право на личную безопасность – 8,0; равенство перед законом – 6,6%; право на частную собственность – 5,2%. Однако ответы респондентов свидетельствуют, что в лучшем случае лишь каждый десятый смог отстоять свои права.

Не пытались отстаивать чаще всего право на равенство перед законом – 12,7% респондентов, право на безопасность – 9,4%, право на частную собственность – 8,9%.

Активное участие населения в политической жизни возможно через членство в политических партиях и различных общественных организациях. Характеристика членства респондентов в партиях и общественных организациях приведена в таблице 4.6.

Таблица 4.6.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Являетесь ли Вы членом какой-либо общественной
организации?», (%)**

Являетесь ли Вы членом какой-либо общественной организации	Да	Нет	Отказ от ответа	ИТОГО:
Политической партии	2,6%	91,3%	6,1%	100,0%
Профсоюза	4,6%	50,2%	45,2%	100,0%
Религиозной организации	0,1%	49,5%	50,4%	100,0%
Другой общественной организации	0,8%	49,0%	50,2%	100,0%

Оценка участия населения в политической жизни показывает, что 2,6% являются членами политических партий, 4,6% респондентов состоят в профсоюзах, из других общественных организаций (0,8%) были названы молодежные, Союз чернобыльцев, спортивные, женские советы.

Граждански активная часть населения должна быть не только хорошо информирована по вопросам общественной и политической жизни, но и быть готова активно участвовать в тех или иных акциях поддержки или протеста. Данные о готовности респондентов принять участие в акциях протеста представлены в таблице 4.7.

Таблица 4.7.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Готовы ли Вы принять участие в акциях протеста (против
снижения уровня и качества жизни, прав и свобод человека?», (%)**

Готовы ли Вы принять участие в акциях протеста?	Частота ответа	Распределение по полу	
		Мужчины	Женщины
Готов	17,7%	20,6%	15,4%

Пожалуй, готов	17,2%	17,7%	16,7%
Пожалуй, не готов	13,2%	14,6%	12,0%
Не готов	43,4%	38,3%	47,4%
Затрудняюсь ответить	6,2%	5,6%	6,7%
Отказ от ответа	2,3%	3,2%	1,8%
ИТОГО:	100,0%	100,0%	100,0%

Анализ ответов респондентов показывает, что каждый третий житель области потенциально готов участвовать в акциях протеста, каждый второй – не готов. Мужчины больше чем женщины (38,3% и 32,1% соответственно) готовы полностью или «пожалуй, готовы» участвовать в акциях протеста. Больше готовы и «пожалуй готовы» к акциям протеста население деревень и рабочих поселков (42,3% и 44,9% соответственно), среди населения малых городов – 36,7%, средних городов – 33,8%, крупных городов – только 29,2%.

По самооценке уровня доходов больше всего готовы принять участие в акциях протеста респонденты 1 группы (денег не хватает на еду) -39,0%, 4 группы (респонденты, которым хватает денег на повседневные нужды, но для покупки дорогих вещей они вынуждены занимать) – 40,1% и 5 группы (респонденты, которые обеспечены, но не могут позволить себе покупку квартиры) – 36,8%. Меньше всего готовы поддержать акции протеста богатые респонденты – 22,0%.

Важнейшей качественной характеристикой демократии выступает уровень доверия населения органам власти, он свидетельствует также и об уровне легитимности различных органов власти.

Таблица 4.8.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«В какой мере Вы доверяете или не доверяете республиканским
(краевым, областным, местным) органам управления,
организациям?», (%)**

В какой мере Вы доверяете или не доверяете республиканским (краевым, областным, местным) органам управления, организациям?	Полностью доверяю	По-прежнему доверяю	Трудно сказать точно	Не очень доверяю	Совсем не доверяю	Не знаю	Отказ от ответа
Суду	16,8%	25,5%	19,5%	19,3%	11,6%	5,0%	2,3%
Губернатору	21,4%	30,6%	16,4%	16,2%	11,0%	2,6%	1,8%
Профсоюзам	10,5%	15,2%	30,1%	16,1%	12,6%	9,3%	6,2%
Прокуратуре	12,9%	21,1%	22,8%	20,8%	12,7%	6,4%	3,3%
Милиции	9,3%	15,4%	17,8%	27,2%	24,7%	2,8%	2,8%
Правительству области	11,9%	21,7%	24,0%	20,6%	13,2%	4,3%	4,3%
Региональным отделениям политических партий	6,4%	11,5%	25,9%	23,3%	19,5%	7,9%	5,5%
Законодательному Собранию области	7,4%	20,2%	24,1%	20,6%	16,0%	6,3%	5,4%
Региональным средствам массовой информации	9,2%	24,4%	19,6%	22,9%	17,5%	3,3%	3,1%

Наибольшее доверие респонденты выразили губернатору области: полностью ему доверяют 21,4% опрошенных, «пожалуй, доверяют»- 30,6%. Не доверяют совсем 11,0%, не очень доверяют -16,2%, не смогли определиться: 16,4% - «трудно сказать точно» и 2,6% респондентов ответили «не знаю».

Суду полностью доверяют 16,8% респондентов, «пожалуй, доверяют» 25,5%, не очень доверяют – 19,3%, совсем не доверяют 11,6% опрошенных. Не смогли определиться: 19,5% респондентов ответили «трудно сказать точно» и 5,0% - «не знаю».

Прокуратуре полностью доверяют 12,9% и «пожалуй, доверяют» еще 21,1% респондентов. Не доверяют совсем 12,7% опрошенных, не очень доверяют 20,8%. Не смогли определить своего отношения: 22,8% («трудно сказать точно») и 6,4% («не знаю»).

Региональным средствам массовой информации полностью

доверяют 9,2%, «пожалуй, доверяют» еще 24,4%. Не доверяют СМИ 17,5% опрошенных, не очень доверяют 22,9%. Не смогли определиться: 19,6% («трудно сказать точно») и 3,3 % («не знаю»).

Правительству области доверяют 11,9% респондентов, «пожалуй, доверяют» 21,7%. Не доверяют 13,2%, не очень доверяют 20,6% опрошенных. Не смогли определиться: 24,0% («трудно сказать точно») и 4,3% ответили «не знаю».

Профсоюзам доверяют 10,5% опрошенных, еще 15,2% «пожалуй, доверяют». Не доверяют 12,6%, не очень доверяют еще 16,1%. Не смогли определиться: 30,1% («трудно сказать точно»), 9,3% ответили «не знаю».

Наименьшее доверие высказано трем структурам: Законодательному Собранию области, региональным отделениям политических партий и милиции.

Законодательному Собранию области доверяют 7,4% опрошенных, «пожалуй, доверяют» еще 20,2%. Не доверяют совсем 16,0% респондентов и еще 20,6% не очень доверяют. Не смогли определиться: 24,1% («трудно сказать точно») и 6,3% ответили «не знаю».

Региональным отделениям политических партий доверяют только 6,4% респондентов и еще 11,5% «пожалуй, доверяют». Совсем не доверяют 19,5%, не очень доверяют 23,3% опрошенных. Не смогли определиться: 25,9% («трудно сказать точно») и еще 7,9% ответили «не знаю».

Милиции доверяют полностью 9,3% опрошенных, «пожалуй, доверяют» еще 15,4%. Не доверяют совсем 24,7% и не очень доверяют 27,2%. Не смогли определиться: 17,8% («трудно сказать точно») и еще 2,8% ответили, что «не знают».

Таким образом, наибольшее доверие респонденты высказали: губернатору области – 52,0%; суду – 42,3%; Правительству области – 33,6%; прокуратуре – 33,9% и региональным СМИ – 33,6%.

Наибольшее недоверие респонденты высказали милиции – 51,9%, региональным отделениям политических партий – 42,8% и Законодательному Собранию области – 36,6%.

Значительное число респондентов затруднились выразить свое доверие или недоверие ряду организаций. Это может свидетельствовать о слабой информированности о работе данных организаций или об отсутствии работы среди населения и значимости для населения деятельности данных организаций.

В совокупности отрицательные ответы («не знаю», «не доверяю» и «трудно сказать точно») характерны больше всего для

деятельности общественных организаций, и, прежде всего, региональных отделений политических партий – 76,6%; профсоюзов – 68,1%; Законодательного Собрания области – 67,0%.

Таким образом, проведенное исследование позволяет охарактеризовать общественную жизнь региона следующим образом:

1. Респонденты в целом слабо информированы о важнейших решениях государственных региональных и муниципальных органов власти: только 16,4% респондентов смогли вспомнить о некоторых важнейших направлениях работы органов власти за последний год, 17,2% ничего не смогли вспомнить, 66,4% - отказались от ответа.
2. Отношение респондентов к введению нового Жилищного кодекса противоречиво. 47,8% опрошенных ответили, что кодекс ничего не изменит в их жизни; 12,0% улучшит, 12,4% ухудшит жизнь семьи; 24,0% - затруднились ответить.
3. В наибольшей степени респонденты считают себя защищенными от притеснений по религиозным убеждениям (60,5%), по национальной принадлежности (58,4%), по полу и возрасту (52,3%), от преследований по политическим убеждениям (41,8%).
4. В наименьшей степени опрошенные считают себя защищенными от одиночества (25,8%), от экологических угроз (18,3%), от произвола правоохранительных органов (15,2%), от произвола чиновников (14,1%), от бедности (10,5%), от преступности (8,3%).
5. С фактами вымогательства, взяток и коррупции лично не сталкивалось 63,6% респондентов. Сталкивалась почти треть респондентов: изредка 23,3% и часто 8,4%.
6. С нарушениями различных прав и свобод человека и гражданина не сталкивалось от 60 до 80% респондентов. В то же время наиболее часто нарушаются, по мнению опрошенных, право на равенство перед законом, право на труд и право на личную безопасность. Менее всего нарушаются права на эмиграцию, тайну переписки и телефонных переговоров и на свой язык и культуру.
7. При попытках отстоять свои права, в лучшем случае это удается сделать лишь 4-9% респондентов.

8. В акциях протеста готовы участвовать 17,7% опрошенных, еще 17,2% «пожалуй, готовы» участвовать. «Пожалуй, не готовы» - 13,2% и «не готовы» - 43,4%. Таким образом, каждый третий респондент так или иначе готов участвовать в акциях протеста, но каждый второй респондент не готов присоединиться к акциям протеста.
9. Общественная организованная активность респондентов не велика. 2,6% респондентов ответили, что состоят в политических партиях, 4,6% являются членами профсоюзов, и только 0,9% состоят в различных общественных и религиозных организациях.
10. Уровень доверия («полностью доверяю» и «пожалуй, доверяю») респондентов органам власти, общественно-политическим организациям и СМИ колеблется от 52,0% губернатору области до 24,7% органам милиции. В большей мере респонденты доверяют губернатору (52,0%), суду (42,3%), прокуратуре (33,9%), региональным СМИ (33,6%). Больше всего респонденты не доверяют («не очень доверяю» и «совсем не доверяю») Законодательному Собранию области (36,6%), региональным отделениям политических партий (42,8%) и органам милиции (51,9%).

Глава 5. Социально-демографические характеристики респондентов

При проведении исследования в разных населенных пунктах Ульяновской области было опрошено 1102 респондента, из них 486 мужчин (44,1%) и 616 женщин (55,9%) в возрасте от 18 лет.

Проведенное исследование показало, что институт брака остается традиционной формой семейно-родственных отношений: 62,3% респондентов состоит в браке, 19,4% не состоит. Разведены 6,4%. Потеряли одного из супругов 11,9%.

Бездетность и малодетность давно уже стали достаточно распространенными явлениями на территории России. Ульяновская область не является исключением (см. таблицу 5.1.).

Таблица 5.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Сколько у Вас детей?», (%)**

Варианты ответов	Частота ответа
Один ребенок	28,8%
Два ребенка	39,5%
Трое и больше детей	9,3%
Отказ от ответа	22,4%
ИТОГО:	100,0%

В результате исследования было выявлено, что 28,8% респондентов имеют одного ребенка, 39,5% двоих детей, 9,3% - троих и более. 22,4% респондентов не имеют детей или отказались отвечать на этот вопрос

В соответствии с типом поселения можно сделать следующие выводы: в деревнях, рабочих поселках, средних и крупных городах доминирует семья (семейная группа) с двумя детьми, в малых городах с одним ребенком, но что касается семей с тремя и более детьми, то они концентрируются в деревнях.

Распределение респондентов по признаку образования представлено в таблице 5.2.

Таблица 5.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Ваше образование», (%)**

Образование респондентов	Частота ответов
Без образования, начальное образование	4,6%
Незаконченное среднее	5,9%
Среднее общее	18,3%
Начальное специальное	1,1%
Среднее специальное	37,7%
Незаконченное высшее	6,8%
Высшее	24,8%
Послевузовское (второе высшее, аспирантура и др.)	0,5%
Отказ от ответа	0,3%
ИТОГО:	100,0%

По образованию категории респондентов распределились следующим образом: 37,7% имеют среднее специальное образование, 24,8% - высшее, 18,3% - среднее общее образование. 10,5% не получили среднего образования, в основном это женщины. 0,5% продолжили образование после получения высшего образования, преимущественно это мужчины в средних и крупных городах. Такое распределение является традиционным.

Что касается взаимосвязи уровня образования и типа поселения, то здесь наблюдается следующая закономерность: более 50% респондентов, имеющих высшее и послевузовское образование, проживают в крупных городах; в сельской местности преобладают в основном люди, имеющие среднее общее и среднее специальное образование. Это продиктовано, во-первых, определенными социальными потребностями (на селе нет острой необходимости в получении высшего образования), во-вторых, определенными ограничениями в возможности получения высшего образования (географическими, материальными и т.д.).

Ульяновская область обладает разнообразным этническим составом населения. В состав выборочной совокупности вошли: 78,8% русских, 11,3% татар, 2% мордвы, 4,7% чувашей. Другие этнические группы представлены в выборочной совокупности в меньшем объеме (менее 1% от числа опрошенных).

Опрос респондентов проводился в населенных пунктах различных типов. Распределение респондентов по различным типам

населенных пунктов представлено в таблице 5.3.

Таблица 5.3.

Распределение респондентов типу поселения, (%)

Тип населенного пункта, в котором проживает респондент	Частота ответа
Деревня, село (обычно здесь сельсовет, храм)	24,2%
Рабочий поселок	11,5%
Малый город (до 100 тыс. жителей)	5,4%
Средний город (100-500 тыс. жителей)	13,2%
Крупный город (более 500 тыс. жителей)	45,7%
ИТОГО:	100,0%

Раздел 2. Российская молодежь в регионах среднего достатка

Глава 6. Региональный социум и молодежный субсоциум как категории социологического анализа

Территориальные социальные общности субъектов Российской Федерации при многих общих чертах отличаются существенными признаками национального и классового состава населения, качеством и укладом жизни, традициями культуры и быта и т.п.

Народ региона, представляющий собой устойчивую социальную общность и характеризующийся единством условий жизнедеятельности, общностью культуры, правомерно рассматривать в качестве социума. Региональный социум любого уровня (район, город, область, республика) изоморфен и регионально специфически воспроизводит в себе общие элементы и структуру социума в целом. Изучение регионального социума, специфики региональной жизнедеятельности позволяет, с одной стороны, уточнить общие тенденции развития социума (общества) в целом, с другой стороны, создать типологический портрет регионального социума и на основе этого разработать основные принципы и направления региональной политики, определить цели регионального управления.

В предметном поле социологической науки понятие «региональный социум» может интерпретироваться как устойчивая социально-территориальная общность, объединяемая сходством условий жизнедеятельности в едином экономическом, политическом, правовом, экологическом и этнокультурном пространстве.

Объективными предпосылками институционализации понятия «региональный молодежный субсоциум» (РМС) выступают социальные процессы, интенсивно развивающиеся в различных пространственно-временных плоскостях (полях) социума. Во-первых, глобальные тенденции модернизации и децентрализации, проявляясь на национальном и региональном уровнях, качественным образом изменяют социальную структуру, расщепляя ее на множество относительно автономных подструктур, а также изменяют характер отношений между субъектами социальной жизнедеятельности, в том числе между «молодыми» и «взрослыми». Во-вторых, содержательную сторону понятия «региональный молодежный субсоциум» во многом

определяют качественные изменения, происходящие в самой молодежной среде. В современном цивилизованном обществе возрастные рамки достаточно условны, молодежь выступает как основной носитель инновационного потенциала и, соответственно, в большей степени является активным субъектом социальной деятельности, нежели объектом воздействия и управления со стороны государственных институтов. Естественно, это усиливает процессы дифференциации в молодежной среде, определяет многообразие интересов и форм жизнедеятельности молодого поколения.

Современная российская молодежь не представляет собой единого целого в том представлении, которое складывалось на протяжении десятилетий. Она дифференцирована по различным основаниям: уровню жизни, качеству образования, политическим пристрастиям и т.д. Высокая социальная мобильность молодежи, условность возрастных границ фазы молодости, позволяет некоторым исследователям рассматривать понятие «молодежь» в качестве искусственной социологической концепции и «психосоциальной конструкции». Действительно, с одной стороны, невозможно (и ненаучно) рассматривать современную российскую молодежь в обобщенном виде, подводя данное понятие под общий знаменатель тех проблем, с которыми молодое поколение (как и все общество) столкнулась в последние десятилетия. Однако, данный подход не представляется продуктивным, когда объектом исследования становится региональный молодежный субсоциум, уровень социальной сплоченности которого достаточно высок. Именно на региональном (и местном) уровне объективно появляется возможность для эффективного социального планирования и социального управления в сфере молодежных проблем, которая может быть реализована посредством эффективной региональной молодежной политики. Кроме того, исследование региональной специфики жизнедеятельности молодежи позволяет сформировать эффективную региональную систему социальной защиты и поддержки молодежи, характерными чертами которой выступают адресность и конкретность.

Социальная дифференциация молодежи в определенной степени обусловлена спецификой ее социальной адаптации к условиям окружающей среды. Молодежь в силу объективных причин представляет собой не жестко структурированную группу с устоявшейся нормативно-ценностной структурой, а «мягкую» структуру, обусловленную неполнотой социального статуса входящих в нее индивидов и в целом переходным характером возрастной фазы молодости. Данная структура более динамична и восприимчива к

внешним социальным влияниям и может пластично изменяться в зависимости от изменений условий внешней среды. В качестве примера можно привести тот неоспоримый факт, что молодые люди значительно легче адаптируются к условиям рынка, чем старшие. В то же время, результатом «пластичности» молодежного сознания в мировоззренческой и нравственной сферах становится значительный рост девиантных и криминальных форм поведения в молодежной среде.

Региональный молодежный субсоциум не является в полной мере саморазвивающейся системой, т.к. он - часть регионального социума и включен во всё многообразие его связей и отношений. В то же время региональный молодежный субсоциум представляет собой открытую систему, постоянно взаимодействующую с внешней средой, цели и векторы развития которой определяют внешние и внутренние факторы.

Для регионального молодежного субсоциума как системы характерны специфические функции, обусловленные, во-первых, особенностями жизненной фазы молодости, во-вторых, особенностями организации региональной жизнедеятельности.

Важнейшей социальной функцией РМС является воспроизводство социальных структур и отношений, сложившихся на определенном историческом этапе в региональном социуме, т.е. воспроизводство территориально-организованного образа жизни. При этом социальное воспроизводство является не только простым, продуцирующим структуры и функции в их неизменном виде, но и расширенным, специфичным, в плане совершенствования всей системы региональной жизнедеятельности, включая социальные институты, механизмы социального управления и контроля, обслуживающие организационные системы и т.д. В частности, масштаб, направленность и темпы развития РМС зависят от состояния социально-демографической, образовательной, профессионально-трудовой региональных структур, развития социальной инфраструктуры.

Другой важнейшей функцией РМС, органически связанной с воспроизводственной, является инновационная функция, которая отражает потенциальные возможности молодых людей участвовать в активном совершенствовании и преобразовании сложившейся в регионе структуры общественных отношений. Инновационный потенциал молодежи может быть успешно реализован через ее интеграцию в общество, через объединение и координацию усилий государственных, муниципальных и общественных организаций по

созданию системы социальной поддержки молодежи. Насколько успешно молодежь интегрируется в общество, во многом зависит от условий, которые им создаст мир взрослых.

В законодательно-правовом смысле понятие «региональный молодежный субсоциум» находит отражение в региональной государственной молодежной политике, призванной, наряду с другими целями, определить компетенцию федерального, регионального и местного уровней в сфере государственной молодежной политики.

Занимая особое место в структуре регионального социума, РМС предстает в виде объективно существующей, эмпирически фиксируемой совокупности индивидов. Социолого-статистическая информация о региональном молодежном субсоциуме включает в себя количественные и качественные показатели, которые в совокупности составляют «портрет» РМС, характеризуют состояние и динамику изменения социального статуса молодежи.

Социальный мониторинг, как известно, представляет собой структурно и функционально организованную систему информационно-аналитических служб, компьютерных и коммуникационных технологий, обеспечивающих регулярный сбор, накопление, хранение, обработку, анализ и предоставление пользователям сведений о состоянии и динамике изменений социального пространства страны, региона в целях диагностики и прогнозирования происходящих в нем социальных процессов.

Важнейшей функцией социального мониторинга регионального молодежного субсоциума является научно-информационное обеспечение региональной молодежной политики на всех ее этапах: от изучения социальных характеристик РМС до принятия управленческого решения.

Социальный мониторинг РМС включает в себя четыре последовательных этапа:

- 1) сбор, систематизация и первичная обработка статистической и социологической информации об изучаемом объекте с учетом количественных и качественных показателей (социально-демографических, профессиональных, образовательных, отражающих социальное самочувствие и ценностные ориентации);

- 2) социальная диагностика сущностных характеристик и параметров развития РМС, определение точек «социального напряжения» в молодежной среде;
- 3) выработка рекомендаций для принятия обоснованных управленческих решений в сфере молодежной политики для органов исполнительной власти;
- 4) анализ результатов принятия управленческого решения на основе наблюдения за ходом его реализации в молодежной среде.

С целью подготовки такого мониторинга в конце 2005 года было проведено социологическое исследование проблем жизненных перспектив молодежи в регионах скромного достатка: Пензенской, Ульяновской областях и Республике Мордовия. Было опрошено 1500 респондентов в возрасте 16-30 лет (по возрастным интервалам: 16-21, 22-26, 27-30 лет) по квотной - территориальной выборке с учетом пола, возраста, местности проживания (город, село), рода занятий.

Анализ полученных данных позволил осветить следующие вопросы:

- региональный молодежный субсоциум как категория социологического анализа;
- молодежь: основные жизненные стратегии;
- жилищная проблема и ее решение в представлениях молодежи;
- семейное положение и репродуктивные ориентации молодежи;
- материальные условия жизни: реальное и ожидаемое;
- здоровье молодежи;
- профессионально – трудовое определение молодежи;
- образовательный статус молодежи (молодежь в системе образования);
- нравственные ценности и идеалы молодежи;
- общественно-политические настроения молодежи и отношения с государством;
- досуг молодежи.

Глава 7. Молодежь: основные жизненные стратегии

Одна из главных задач исследования – изучить, какие цели ставит перед собой современная российская молодежь (смотри таблицу 7.1.).

Таблица 7.1.

Цели современной российской молодежи, (%)

Поставленные цели	Уже добились (лашь) чего хотелось	Покане добились (лашь), но считают, что это мне по силам	Хотелось бы, но вряд ли смогу добиться	Возможных планов этого было
Получить хорошее образование	32,1%	52,1%	11,9%	4,0%
Получить престижную работу	11,1%	67,2%	19,5%	2,2%
Создать счастливую семью	26,5%	65,3%	5,4%	2,7%
Иметь свой собственный бизнес	3,7%	35,7%	30,1%	30,4%
Стать богатым человеком	2,7%	40,1%	38,4%	18,8%
Заниматься любимым делом	21,0%	58,6%	15,2%	5,3%
Стать знаменитым	1,4%	14,4%	19,9%	64,3%
Побывать в разных странах мира	3,3%	40,5%	39,3%	16,8%
Воспитать хороших детей	6,8%	86,7%	3,9%	2,6%
Жить не хуже других	27,3%	64,7%	4,3%	3,7%
Иметь надежных друзей	67,4%	26,6%	5,0%	1,1%
Честно прожить свою жизнь	26,9%	54,0%	11,3%	7,8%
Иметь интересную работу	20,8%	65,7%	9,6%	3,9%
Иметь доступ к власти	2,2%	24,8%	19,1%	53,9%
Сделать карьеру	4,1%	63,3%	15,8%	16,8%
Приобрести свое собственное жилье	17,4%	59,7%	19,8%	3,0%

Добиться почета и уважения в обществе	23,0%	62,2%	5,3%	9,5%
---------------------------------------	-------	-------	------	------

В качестве пояснения следует отметить, что по каждой строке был отмечен один вариант ответа. Все они требуют глубокого изучения и серьезного анализа.

Респондентам также были заданы вопросы о том, что поможет им достичь наиболее важных целей, которые были отмечены в предыдущем вопросе. Ответы распределились следующим образом:

- политическая стабильность общества – 37,3%;
- система льгот для молодежи – 26,5%;
- создание новых рабочих мест, рост экономики в регионах – 61, 2%;
- бесплатное качественное образование – 32,6%;
- личные способности, знания и характер – 61,8%.

На вопрос: «Какие личные качества, по вашему мнению, необходимы для того, чтобы добиться успеха в жизни?» были получены следующие ответы: честность – 30,85%, доброта, любовь к людям – 23,2%, целеустремленность – 82,3%, стремление получить больше знаний – 19,6%, профессионализм в своем деле – 70,0%, умение достичь своих целей любыми средствами – 28,9%, умение не обращать внимания ни на что, кроме своих проблем – 8,4%. Из этих ответов следует, что главными условиями для того, чтобы добиться успеха в современной жизни, необходимы целеустремленность и профессионализм в своем деле.

Наиболее значимыми для современной молодежи являются следующие проблемы: безработица (67,4%), экономическая нестабильность (50,1%), преступность (55,5%), цены (40,6%), жилье (37,1%), низкий уровень культуры в обществе (32,5%), отсутствие социальных гарантий (24,9%), воинская служба (20,4%), непонимание в отношениях со старшим поколением (16,8%), задержки зарплат, стипендий, пособий (13,9%), кризис морали, нравственности (13,0%), терроризм (12,4%), экономические проблемы (7,8%).

Был задан вопрос: «Какие проблемы волнуют Вас сейчас больше всего?». Были получены следующие ответы: инфляция, рост цен (42,0%), преступность (39,7%), пьянство, наркомания в обществе (37,5%), жилищная проблема (27,4%), невозможность найти работу по душе (27,1%), отсутствие рабочих мест на производстве (22,1%), здоровье (15,7%), коррупция (15,5%), резкое расслоение общества по уровню жизни (14,4%), загрязнение окружающей среды (13,1%), трудности с получением необходимого образования (10,9%), плохая организация досуга для молодежи (9,4%).

Глава 8. Жилищная проблема и ее решение в представлениях молодежи

Сегодня жилищная проблема является актуальной для большинства молодых людей. Трудное жилищное положение оказывает отрицательное влияние на репродуктивное поведение молодой семьи, поскольку основная доля рождений приходится на первые брачные годы. Неудовлетворительное жилищное положение увеличивает количество разводов среди молодых семей. В настоящее время свое жилье имеет только 26,8% опрошенной молодежи. 55,0% молодых людей живут в квартире родителей, родственников; 10,1% проживает в съемной квартире/доме, 6,5% - в общежитии, 1,2% - в коммунальной квартире

Таблица 8.1.

Жилищные условия молодежи, (%)

Где Вы проживаете?	Частота ответа
Живу в общежитии	6,5%
Коммунальной квартире	1,2%
Живу в собственной квартире/доме	26,8%
Живу в квартире родителей, родственников	55,0%
Снимаю квартиру/дом	10,1%
Другое	0,5%

В связи с резким сокращением в 90-гг. XX в. строительства жилого коммунального фонда, приватизацией и ростом цен на жилье большинство молодых людей практически лишается всякой перспективы на улучшение жилищных условий (37,0%). 11,7% опрошенных с уверенностью заявили, что у них в ближайшее время есть перспектива на улучшение жилищных условий. 22,9% - имеют перспективу, но это произойдет не скоро; 14,3% - не нуждаются в улучшении; 14,1% - затруднились ответить (смотри таблицу 8.2.).

Таблица 8.2.

**Распределение ответов на вопрос:
«Есть ли у Вас перспективы на улучшения жилищных условий?»,
(%)**

Есть ли у Вас перспективы на улучшения жилищных условий?	Частота ответа
Есть, в ближайшее время	11,7%
Есть, но не скоро	22,9%
Пока не вижу перспективы	37,0%
Затрудняюсь ответить	14,1%
Не нуждаюсь в улучшении	14,3%

Существенным вкладом в решение жилищной проблемы, активизацию рынка жилья является внедрение модели ипотечного кредитования. Но возможности данной модели для исчерпывающего решения жилищных проблем молодежи достаточно ограничены из-за низкого платежеспособного уровня этого слоя населения, а также отсутствия нормативно-законодательного обеспечения. Так 45,1% не могут воспользоваться программой ипотечного кредитования, т.к. условия для них не приемлемы. 11,8% - планируют воспользоваться ипотекой в ближайшее время (таблица 8.3.).

Таблица 8.3.

**Распределение ответов на вопрос:
«Что Вы можете сказать о государственных программах покупки
жилья в кредит (ипотека) программах для молодых семей на селе,
для отдельных категорий бюджетников и других?», (%)**

Что Вы можете сказать о государственных программах покупки жилья в кредит (ипотека) программах для молодых семей на селе, для отдельных категорий бюджетников и других?	Частота ответа
Да, слышал о них и планирую воспользоваться открываемыми возможностями в ближайшее время	11,8%
Да, слышал, но воспользоваться ими не могу, т.к. условия для меня не приемлемы	45,1%
Недостаточно о них осведомлены	36,3%
Нет, не слышал	6,8%

Глава 9. Семейный статус молодежи и ее репродуктивные планы

Данные социологического исследования зафиксировали следующие особенности и тенденции в изменении семейного статуса молодежи и ее репродуктивных планах.

Процесс уменьшения доли семей, состоящих из трех поколений, фиксируемый социологами и демографами на глобальном и национальном уровне, применительно к молодежи, проживающей в дотационных регионах, имеет свою специфику. Низкий материальный статус не позволяет многим молодым людям приобрести или построить собственное жилье.

26,8% респондентов отметили, что живут в собственном доме или квартире. 55% опрошенных проживают в квартире с родителями или родственниками, 10,1% снимают квартиру или дом, 6,5% живут в общежитии. Таким образом, более 70% опрошенных в возрасте от 16 до 30 лет не имеют собственного жилья, что оказывает определенное влияние на их репродуктивные планы. Более половина молодоженов вынуждены первые после заключения брака годы проживать совместно с родителями.

Семейный статус респондентов характеризуется следующими показателями. 28,6% опрошенных состоят в зарегистрированном браке, 64,3% не состоят в браке, в незарегистрированном (гражданском) браке живут 3,9% респондентов, 3% в настоящее время находятся в разводе. Среди не состоящих в браке планируют создать свою семью 69,5%, 11,1% не имеют намерений создать семью и 19,3% затруднились ответить.

Опрос показал, что в браке состоят 4,8% респондентов в возрасте от 16 до 21 года (группа А), 34,5% опрошенных от 22 до 26 лет (группа Б) и 62,3% в возрасте 27 – 30 лет (группа В).

Опрос отразил определенную дифференциацию мнений не состоящих в браке респондентов разных групп о планах по созданию семьи. Среди опрошенных группы А ориентированы на создание семьи 69,9%, среди опрошенных группы Б - 74,5%, а среди не состоящих в браке респондентов группы В планируют создать семью 57,6%. В этой группе самый высокий процент затруднившихся оценить свои планы по созданию семьи (31,8%), что объясняется фактором упущенного времени, снижением возможностей вступить в брак по мере взросления. Во всех возрастных группах примерно одинаков процент

опрошенных, не желающих вступать в брак (в группе А 11,8%, в группе Б - 9,9%, в группе В - 10,6%). Этот относительно устойчивый процент дает основание сделать вывод, что каждый десятый молодой человек изначально не ориентирован на создание семьи.

Со второй половины 80-х годов среди молодежи получило распространение сожителство без юридического оформления брака (рост численности гражданских браков). Каково отношение респондентов к данному явлению? 41,5% к такой форме семейных связей относятся положительно, 35,5% затруднились в своих оценках. 22,9% высказали отрицательное отношение к гражданскому браку, среди них подавляющее большинство – женатые и замужние.

Особенность современной семьи – ее малодетность. Реальное число детей в семьях респондентов характеризуется следующим образом: 74% опрошенных не имеют детей, 26% имеют, среди них 81% имеет одного ребенка, 16% - двоих детей. Среди родителей число тех, кто имеет трех-четырёх детей, составляет абсолютное меньшинство (3,5%).

Особый интерес вызывают репродуктивные планы молодежи.

«Желаемое» число детей – это то их число, которое индивид предпочел бы иметь в своей семье, исходя из собственных склонностей, без учета конкретных обстоятельств жизни и индивидуальной биографии. Этот показатель дает характеристику репродуктивных предпочтений респондентов. Респондентам было предложено ответить на вопрос «Сколько детей Вы хотели бы иметь?». 53,4% опрошенных хотели бы иметь двух детей, 25% - одного ребенка. Только 7% опрошенных хотели бы иметь 3 и более детей. 13% респондентов затруднились ответить на данный вопрос. Таким образом, еще раз подтверждается тенденция преимущественной ориентации молодежи на одно- и двухдетную семью.

Что, по мнению респондентов, мешает (препятствует) рождению очередного или первого ребенка (количество ответов – не более 3)? Исследование позволило выявить три группы причин: материально – финансовые, психологические и медицинские. Внутри семьи остро обозначились, прежде всего, проблемы материального характера. Они отражаются на психологической устойчивости, качественном развитии семьи как института частной жизни. 78,1% опрошенных в качестве главной причины назвали финансово–материальные проблемы, связанные с рождением и воспитанием ребенка.

39% респондентов испытывают страх за будущее своих детей. Еще 17,5% опрошенных признались в своей моральной и психологической неготовности к рождению и воспитанию детей, а

18,7% указали на проблемы со здоровьем. Если мы рассмотрим показатели «реального» и «желаемого» числа детей в России за весь период с 1991 по 2005 гг., то окажется, что наиболее существенные изменения происходили в годы чрезвычайных экономических событий. Снижение репродуктивных планов населения является своеобразной реакцией на экономическую и политическую нестабильность. Вместе с тем, нельзя исключить и того, что на репродуктивные планы респондентов оказывают влияние модели современного образа жизни, ориентирующие членов семьи на личные достижения в несемейных сферах деятельности, что ослабляет потребности семьи в нескольких детях.

Таким образом, семья, утратив юридический и моральный контроль со стороны общества, приобрела свободу выбора возможных или предпочитаемых форм организации семейной жизни. Но подобная свобода – серьезное испытание нравственной и психологической готовности человека к супружеству, родительству. Идеальной моделью семейной жизни становится сочетание обоюдной ответственности мужа и жены за домашний очаг, интимности и доверительности супружеских и семейных отношений с определенной личностной независимостью, автономностью членов семьи. Для современного человека значима не только удачно сложившаяся семейная, частная жизнь, но и возможность реализовать себя в профессиональном, социальном плане, ощущать свою личностную значимость. Подобные потребности характерны как для мужчин, так и для женщин.

Глава 10. Материальные условия жизни: реальное и ожидаемое

Материальное положение - один из важнейших ресурсов, который определяет место индивидов на иерархической лестнице: от богатых до наиболее беднейших. Материальное положение позволяет удовлетворять необходимые жизненные потребности в питании, одежде, жилье и т.д., которые определяются требованиями социально-экономического положения в обществе, а также сложившейся в нем культуры. При этом важно рассмотреть не только реальное материальное положение молодежи, но и представления молодежи о путях его улучшения, т.к. от этого зависит не только их личное благополучие, но воспроизводство качественного трудового потенциала общества.

Приведем сравнительный анализ среднемесячного дохода на одного члена семьи и личного дохода представителей молодежи, участвующих в исследовании (смотри рисунок 10.1.). По данным опроса 31,3% респондентов имеют среднедушевой доход семьи менее 2000 руб. 28,4% имеют доход до 3000 руб., а 23,5% - 3001-5000 руб., лишь 16,9% - 5001 руб. и более.

Данные исследования показывают, что в провинции сформировалась «застойная бедность», треть молодых людей живут в семьях имеющих доход ниже 3000 руб., что не способствует вертикальной социальной мобильности молодежи, хотя 55,0% обследованной молодежи проживает с родителями, в связи с чем, часть её материальных забот снимается.

Однако материальное положение молодежи достаточно далеко от уровня её запросов. Лишь 17,5% респондентов оценили свою материальную обеспеченность на момент исследования как хорошую, 60,7% - как удовлетворительную, а 21,8% - как плохую. При такой сложившейся материальной обеспеченности 3,6% респондентов плохо питаются; 6,2% - плохо одеваются; 14,6% - имеют плохие жилищные условия; 11,9% имеют плохие материальные возможности проведения досуга.

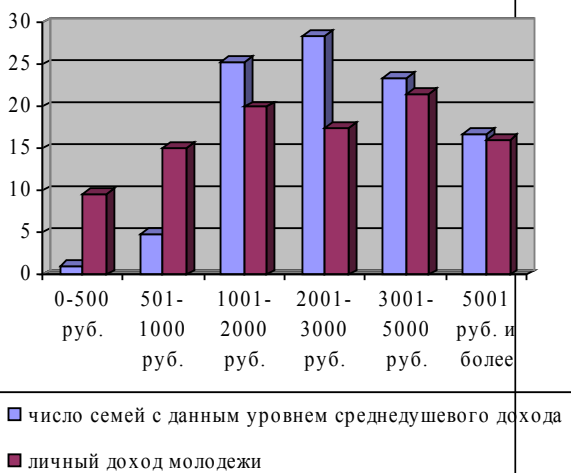


Рис.10.1. Уровни среднедушевого дохода семей и личного дохода молодежи.

Каковы способы, при помощи которых молодое поколение старается повысить свое материальное благосостояние? Для молодого поколения основные способы улучшения своего материального положения — работа, помощь от родственников и друзей.

Были получены данные (смотри таблицу 10.1.) об основных направлениях расходов. Основные статьи расходов молодежи: питание (85,3%), транспортные расходы (40,9%), коммунальные платежи (47,5%), приобретение одежды (57,2%).

Таблица 10.1.

Основные направления расходов респондентов, (%)

Основные направления расходов	Частота ответа
Питание	85,3%
Приобретение одежды	57,2%
Коммунальные платежи	47,5%
Транспортные расходы	40,9%
Расходы на рестораны, бары	12,9%
Медобслуживание, лекарства	9,4%
Культурно-досуговые расходы	5,3%

Сравнительный анализ жизненных планов молодежи относительно желания стать богатым показал, что, по сравнению с 1998 годом, увеличился процент молодых людей (на 33%), которые считают, что «пока не добились того, чтоб стать богатым, но им это по силам». При этом, за этот период сократилось число «пессимистов» (на 8,6%), которые «хотели бы стать богатыми, но вряд ли смогут добиться этого».

От чего зависит жизненный успех, по мнению молодежи? Молодежь, демонстрирует то, что успех в жизни зависит от «социального капитала»: наличие влиятельных связей (74,7%), помощь родственников, друзей (50,4%), помощь со стороны государства (39,1%), социальные гарантии (35,6%), участие в государственных социальных программах (26,7%).

Тем не менее, молодежью осознается, что способности (71,2%), трудолюбие (70,0%), целеустремленность, амбиции (75,9%), образование (42,3%) служат основой материального благополучия и достижения успеха в жизни. При этом у 50,3% респондентов зафиксирована мотивация к труду - «много работать и хорошо зарабатывать».

Провинция не предоставляет возможности молодежи реализоваться и обеспечить достойный уровень и качество жизни. Поэтому зафиксированы миграционные настроения молодежи, причем желание уехать из своего города, чтобы найти работу, обеспечивающую прожиточный минимум, возникло у 11,7% респондентов, а 51,4% готовы уехать, чтобы найти работу с высоким заработком.

Глава 11. Здоровье молодежи

Последние десятилетия трансформации социально-экономической системы России характеризуются ухудшением состояния здоровья населения в целом, детей, подростков и молодежи в частности. Это подтверждают и предварительные итоги исследования. 93,5% респондентов считают, что состояние здоровья лично для них очень значимо, 6,0% считают, что оно для них значимо, но не очень и 0,5% отметили, что оно для них практически не значимо.

На вопрос: «Какие проблемы волнуют Вас больше всего?» только 15,7% отметили состояние здоровья, 13,1% - загрязнение окружающей среды. Таким образом, состояние собственного здоровья вызывает беспокойство у незначительной части молодых людей.

На вопрос: «Как Вы оцениваете свое здоровье сегодня?» были получены следующие ответы: состояние собственного здоровья считают хорошим – 42,7%, удовлетворительным – 52,0% и 5,2% - плохим. На вопросы в отношении возможности отдыха, который непосредственно влияет на состояние здоровья, ответы были следующие: возможность отдыха в период отпуска считают хорошей 31,8%, удовлетворительной – 42,7%, плохой – 25,5%.

На вопрос: «Чем Вы занимаетесь в свободное время?» только 22,15% ответили, что посещают спортивные секции, клубы, тренировки, 38,8% - проводят свободное время на природе, гуляют и просто отдыхают – 47,7%. Определенным выводом может явиться то, что активный отдых, к которому относится посещение спортивных секций, занимает незначительное место в бюджете свободного времени молодежи.

В тоже время 39,3% респондентов считают, что у них нарушаются права по обеспечению социальных гарантий, 10% - не обеспечено право на получение медицинской помощи, 16,9% - на социальную защищенность.

В качестве идеала молодежи выступает спортсмен только у 0,6% респондентов.

Глава 12. Профессионально-трудовое определение молодежи

Ситуация, складывающаяся на российском молодежном рынке труда в последние годы, является достаточно напряженной и характеризуется тенденциями к ухудшению. Между тем возможности молодых людей и без того ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения.

Социологический портрет работающих респондентов (55,5% от общего числа опрошенных) характеризуется следующими показателями. 52,1% респондентов имеют высшее и среднее специальное образование. Среди работающих 18,4% являются специалистами, 8,7% - служащими из числа технического и обслуживающего персонала, 8,0% - квалифицированными рабочими, 6,1% - руководителями высшего и среднего звена, 4,2% - разнорабочими, 3,5% - предпринимателями, 2,6% - военнослужащими, сотрудниками правоохранительных органов и прокуратуры.

В сфере образования трудятся 19% опрошенных, в торговле и общественном питании - 15,7%, в сфере промышленного производства - 10,7%, в сельском хозяйстве 7%, в строительстве, транспорте и связи 12,3%, в сфере управления - 5%.

Такое распределение отражает, во-первых, востребованность «сервисных» профессий и специальностей на региональном рынке труда (перетекание запросов из производственной в непроизводственную сферу), во-вторых, профессионально-трудовую этику молодых россиян, характерную для постиндустриального общества, идеологией которого является общество досуга.

На решение респондентов устроиться на работу повлияло в основном:

1. Стремление иметь материальную независимость – 66,3%;
2. Необходимость содержать семью – 38,0%;
3. Потребность в самоуважении, престижность быть работающим человеком – 37,5%;
4. Интересная работа – 24,1%;
5. Желание «быть на людях», не хотелось сидеть дома – 20,0%;
6. Мнение родных, знакомых - 7,9%.

Эти мотивы можно сгруппировать по признаку отношения к

труду как инструментальной, фундаментальной или коммуникативной ценности. Рационально–прагматичное отношение к труду (труд как средство обретения материального достатка) свойственно большинству молодых людей, стремящихся стать материально независимыми и содержать семью. В тоже время для многих респондентов труд – это механизм самореализации, самоутверждения, показатель взрослости и самостоятельности. Наконец, значительное число опрошенных воспринимает занятость как форму включения в коллективное общение и в процесс усвоения групповых социально–профессиональных ценностей. Для них рабочее место выступает психологически комфортной сферой.

Следует отметить и относительно невысокую степень «давления социальной среды» при выборе решения устраиваться или нет на работу, т.е. молодые люди делают свой выбор относительно самостоятельно.

Из-за падения престижа производительного труда для значительной части молодых людей стал характерен социальный пессимизм, они не верят в возможность иметь интересную, содержательную работу, оплачиваемую в соответствии с мерой своего труда на уровне мировых стандартов. С другой стороны, происходят полярные изменения трудовой мотивации. В этой связи представляет интерес анализ психологических установок респондентов по отношению к труду. 50,3% опрошенных готовы «много работать и хорошо зарабатывать», 34,8% предпочитают иметь спокойную стабильную работу, обеспечивающую основные социальные гарантии. Иметь интересную работу, независимо от заработка – предпочитают 6,4% опрошенных. Примерно столько же (6,3%) придерживаются прямо противоположной позиции – не работать и не учиться, но иметь все, что хочется. Судя по ответам, мы имеем дело с элементами трудовой этики молодежи, близкой к трудовой этике современного западного общества в плане психологических установок, но далекой от идеологии постиндустриального общества в практической реализации этих установок.

В частности, профессиональное образование, полученное молодыми, в регионах в значительной степени оказывается невостребованным. Исследование показало, что по специальности, полученной в учебном заведении, работают только 42,4% опрошенных, по другой специальности 40,4%, а 17,2% работающих пока еще не

имеют диплома об окончании учебного заведения. Таким образом, почти половина работающих респондентов трудятся не по своей специальности, что на региональном уровне отражает существующий дисбаланс рынка труда и рынка образовательных услуг. Вместе с тем, есть основания предполагать, что социально–профессиональный статус молодежи зависит не только от состояния региональных систем образования и занятости. Молодые люди указали на конкретные причины работы не по своей специальности: 34,6% опрошенных отметили: «слишком малый заработок». 27,8% - отсутствие вакансий, 27,6% респондентов утверждают, что работодатели не принимают молодых на работу из-за отсутствия опыта. 10,3% убеждены, что, работая по специальности, они лишаются перспектив продвижения по службе. Только 11,6% опрошенных признались, что полученная в профессиональном учебном заведении специальность для них «не престижна». Как видим, причины такой ситуации самые различные, но в совокупности они отражают тревожную тенденцию, связанную с продолжающейся дискриминацией молодых людей на рынке труда.

Дискриминация - это неравные возможности, например, при найме на работу или оплате при прочих равных условиях. Но в реальности равных условий практически не бывает, и очень трудно отделить различия в положении того или иного работника, вызванные дискриминацией, от различий, вызванных его индивидуальными особенностями.

В отношении молодежи имеет место модель статистической дискриминации, когда о работнике судят, исходя из характеристик группы, к которой он принадлежит, а не из его личных качеств и способностей. Суждения эти верны в том смысле, что группа имеет характеристики, которые ей приписывают, но они неверны по отношению ко многим работникам из этой группы. В модели статистической дискриминации работодатель оказывается в выигрыше, т. к. он экономит на сокращении издержек на отбор работников.

Рыночная трансформация экономики приводит к изменению положения личности в сфере занятости. Личность становится субъектом рыночных отношений, осуществляет самостоятельный профессиональный и экономический выбор, несет ответственность за его последствия в виде: размеров заработной платы, условий и графика труда, возможностей для развития своих способностей и профессиональной карьеры. Это актуализирует проблему

удовлетворенности различными сторонами трудового процесса (таблица 12.1.).

Таблица 12.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«В какой степени респонденты удовлетворены различными
сторонами трудового процесса?», (%)**

Насколько удовлетворяет в вашей работе следующее:	Вп ол не уд ов ле тв ор яе т	Отч аст и удо вле тво р яе т	Со все м не уд ов ле тв ор яе т	Т ру дн о от ве ти ть
Условия труда	40,5%	44,8%	11,1%	3,6%
Зарботок	14,8%	43,0%	39,4%	2,8%
График работы	49,5%	38,0%	10,4%	2,0%
Содержание работы	51,5%	38,6%	5,8%	4,1%
Отношения с руководителем	61,1%	29,0%	6,1%	3,8%
Отношения с коллегами	78,3%	18,0%	1,4%	2,3%

Как видно из таблицы 12.1., менее всего работающую молодежь удовлетворяет размер заработка (14,8%), а более всего – отношения с коллегами (78,3%). Другими словами, респонденты вполне удовлетворены психологическим микроклиматом в коллективе, отчасти содержанием и графиком работы, в меньшей степени – условиями труда на рабочем месте и совсем не удовлетворены его оплатой. Относительно высокий процент удовлетворенных взаимоотношениями с руководителем (61,1%) позволяет предположить, что опрошенные не видят прямой зависимости между

уровнем своей зарплаты и работой руководства, или, точнее «не обижаются на руководство».

Респондентам были заданы вопросы, насколько значимо для них иметь интересную работу и в какой степени им удалось реализовать данную цель. Ответы распределились следующим образом (таблица 12.2.).

Таблица 12.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько значима для Вас любимая работа?», (%)**

Насколько значима (ценно) для Вас лично	Очень значима	Значима, но не очень	Практически не значима
Любимая работа	72,8%	23,6%	3,6%

Таким образом, любимая работа в иерархии ценностей молодежи занимает приоритетное место. В данном случае мы имеем дело с еще одной особенностью трудовой этики молодых россиян: работа может восприниматься как любимая и интересная, несмотря на низкий уровень ее оплаты. Возможно, данный парадокс обусловлен отсутствием или малым числом вариантов трудоустройства молодежи в российской провинции. Интересно, что карьера занимает более низкое место в ценностной иерархии, т.е., работа и карьера многими респондентами не связываются воедино (таблица 12.3.).

Таблица 12.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько значима для Вас карьера?», (%)**

Насколько значима (ценно) для	Очень значима	Значима, но не очень	Практически не значима
--------------------------------------	----------------------	-----------------------------	-------------------------------

Вас лично			
Карьера	55,5%	34,9%	9,6%

Отмечая ценность любимой работы, большинство респондентов считают, что им в перспективе удастся реализовать свою цель (таблица 12.4.).

Таблица 12.4.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько значима для Вас цель и каковы перспективы ее
достижения?», (%)**

Насколько значима для Вас цель и каковы перспективы ее достижения?	Уже добились этой цели	Полностью, но считаю, что это мне по силам	Хотелось, но вряд ли смогу	В моих жизненных планах нет
Интересная работа	20,8%	65,7%	9,6%	3,9%

Возможно, молодые люди могут реализовать свои профессиональные планы в сфере бизнеса.

Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Хотели бы Вы открыть свое частное предприятие?». Утвердительно ответили 49,8% опрошенных, отрицательно – 25,4%, 24,8% затруднились ответить. Таким образом, половина опрошенных молодых людей

готова реализовать себя в сфере бизнеса. Представляет интерес мотивация такого решения. Для 49,3% опрошенных собственное частное предприятие это, прежде всего возможность заняться интересным делом. Собственный бизнес позволит «прокормить свою семью», помочь родителям (47,7%). 42,0% опрошенных полагают, что собственное частное предприятие будет способствовать устойчивому положению в обществе. Интересно, что частное предприятие как возможность стать богатым человеком, отметили менее трети опрошенных (29,8%).

Таким образом, в представлении респондентов частное предприятие представляет собой, прежде всего интересное дело, позволяющее добиться устойчивого социального и материального положения. Положительная реакция молодежи на возможности активного участия в «свободной» экономике налицо: это быстро растущий слой предпринимателей и лиц, занимающихся индивидуально-трудовой деятельностью, более 2/3 из них составляют люди в возрасте 25-30 лет.

В какой степени могут быть реализованы профессионально-трудовые ориентации молодежи в своих регионах?. 55,6% опрошенных намерены сменить место жительства и переехать: в Москву (33,5%); в другой областной или краевой центр (11,9%); в другую страну (9,4%). 63,1% из них причиной возможного переезда назвали поиск работы, обеспечивающей приличный заработок, а 32,6% готовы уехать, чтобы максимально реализовать свои профессиональные возможности. Эти ответы отражают тенденцию, когда более благополучные в экономическом отношении регионы интенсивно притягивают к себе миграционные потоки, основу которых составляют студенты, молодые специалисты, рабочие высокой квалификации. Все это еще больше углубляет и обостряет межрегиональные различия, изменяет профессионально-квалификационную структуру регионов, их социально-экономический, этнокультурный, демографический облик.

Проведенное исследование профессионально-трудового определения молодежи позволяет сделать следующие выводы:

1. Для значительной части опрошенных ценность труда определяется, прежде всего, уровнем его оплаты, и только потом возможностью личностной самореализации. Понятия «любимая работа» и «высокооплачиваемая работа»

- многими респондентами не воспринимаются как однопорядковые. В то же время, молодежь высоко оценивает комфортные условия труда, социально-психологический климат в коллективе.
2. Почти половина опрошенных работают не по своей специальности из-за низкого заработка, отсутствия вакансий и дискриминации со стороны работодателей.
 3. Исследование не выявило прямой взаимосвязи между недовольством уровнем заработной платы и негативным отношением к руководителям, что в определенной степени отражает конформистские настроения респондентов.
 4. Несмотря на существующие проблемы в сфере трудовых отношений, молодые люди сохраняют оптимизм и уверены, что им уже удалось (20,8%) или удастся найти (65,7%) любимую и интересную работу.
 5. Половина опрошенных хотели бы открыть свое частное предприятие, которое позволит заняться интересным делом, «прокормить свою семью», занять устойчивое положение в обществе.
 6. Более половины респондентов имеют намерения покинуть свой регион в поисках достойной оплаты своего труда. В ближайшие годы регион может ожидать «молодежная демографическая катастрофа», главным следствием которой станет острый дефицит трудовых ресурсов.

Глава 13. Образовательный статус молодежи

В условиях рыночного механизма хозяйствования высокий уровень образования и его качество расширяют возможности профессионального выбора работника, соответственно, открывая шанс для обретения более высокого социального статуса.

Получение хорошего образования в качестве важной цели отметили свыше 80% опрошенных. Среди них уже достигли этой цели 32,1% респондентов. Получить качественное образование «по силам» для себя считают 52,1% опрошенных. 11,9% опрошенных признались, что хотели бы получить хорошее образование, но вряд ли смогут это сделать по разным причинам. Только 4% опрошенных не ставили перед собой такой цели.

Образование выступает как лично значимая ценность для 72,1% опрошенных. 24,1% ответивших признают образование ценностью, но для них не приоритетной. 3,8% респондентов не считают образование значимой ценностью. Для молодых людей хорошее образование ассоциируется с будущей престижной и любимой работой. Не случайно, число отметивших образование в качестве значимой ценности практически совпадает с числом тех, кто отметил ценность любимой работы. Полученное образование, по мнению абсолютного числа респондентов, играет значительную роль в жизни человека. Оно служит основой для материального благополучия – в этом уверены 42,3% опрошенных, позволяет выбрать работу по душе – 29,2%, дает перспективы продвижения к высокому положению в обществе – 28,2%, дает возможность служебной карьеры – 25,5%, позволяет быстро найти работу – 20,4%. Только 6,7% респондентов утверждают, что образование ничего им не дает.

Судя по ответам, качественное образование является условием достижения материального благополучия, а компонентами профессионального успеха в целом выступают наличие хорошего образования, хорошей работы и хорошего заработка. При этом респонденты начинают понимать, что «хорошее» образование – это не просто наличие диплома, а образование, обеспечивающее интересную работу и материальный достаток. Можно предположить, что в условиях относительной доступности высшего образования (не в стоимостном плане, а в плане увеличения предложения на региональном рынке образовательных услуг), происходит девальвация

«массового» высшего образования, интеллектуальные профессии становятся массовыми и теряют присущую им раньше исключительность.

Отражением данных процессов является то, что половина опрошенных работают не по своей специальности, почти половина из имеющих высшее образование хотели бы сменить место жительства.

Среди желающих уехать из своего города (села) 51,4% в качестве главной причины указали на необходимость найти высокооплачиваемую работу, а 12% – чтобы найти работу по полученной специальности. Это отражает тенденцию, характерную для жизненных стратегий провинциальной молодежи: получить профессиональное образование по месту жительства в своем регионе (это значительно дешевле, чем обучаться в столице или другом мегаполисе), а затем уехать в поисках высокооплачиваемой работы в крупный город, в Москву или другую страну.

Отмечая различные факты нарушения прав молодежи, 28,8% считают, что государством не обеспечивается право на образование. Этот показатель достаточно высок, но заметно уступает таким позициям, как «не обеспечено право на жилье» - на это указали 48,8% респондентов, право на безопасность - 44,5%, право на социальные гарантии - 39,3% и труд – 37,8%.

Отношение опрошенных к образованию как целевой ценности подкрепляется их комплексной оценкой содержательной стороны образовательного процесса.

В выборочной совокупности представлен значительный массив студентов вузов, лицеев, колледжей и техникумов.

Какова мотивация их поступления в профессиональное учебное заведение (предлагалось выбрать до 5 вариантов)?

- 68,1% опрошенных решили поступить в вуз (техникум, колледж), чтобы впоследствии твердо стоять «на ногах», иметь больше возможностей для трудоустройства и хорошего заработка;
- 63,4% - чтобы приобрести новые знания, умения;
- 59,9% - чтобы иметь хорошие стартовые

возможности для карьеры;

- 39,1% - чтобы получить нужную в обществе специальность.

Обращает на себя внимание, что 21,6% опрошенных поступили по настоянию родителей, для 25,0% студентов-юношей одной из целей поступления в вуз стало получение отсрочки от службы в армии, 8,4% студентов мотивом поступления в вуз назвали желание уехать из сельской местности. Эта причина значима для 11,4% студенток, т.е. практически для 60% девушек, родившихся и выросших в сельской местности, одним из мотивов получения профессионального образования является желание сменить место жительства.

Высокая мотивация получения профессионального образования и поступления в вуз отражается в соответствующем отношении опрошенных к учебе, к своему вузу (техникуму). Относятся к учебе творчески, с интересом 20,8% респондентов, в целом с интересом - 64,2%, безразлично и без интереса – 7,8%. Интерес к учебе, который демонстрируют почти 85% опрошенных, логически предопределил ответы на следующий вопрос «Как Вы оцениваете качество обучения в своем вузе (техникуме)?».

19% студентов уверены, что качество обучения в их вузе отличное, ровно столько же студентов считают, что оно удовлетворительное. Большинство (56,8%) опрошенных оценивают качество обучения как хорошее.

Насколько изменилось отношение студентов к избранной специальности за прошедшие годы после поступления в вуз (техникум, колледж)? Отношение изменилось в лучшую сторону у 38,1% опрошенных, не изменилось – у 44,1%. Отношение изменилось в худшую сторону у 7,6% студентов и только 1,4% «совершенно разочаровались в этой специальности».

В целом позитивное отношение к своей будущей специальности большинства опрошенных определяется степенью их удовлетворенности отдельными сторонами учебного процесса (смотри таблицу 13.1.).

Таблица 13.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько Вы удовлетворены следующими сторонами учебной
деятельности?», (%)**

Насколько Вы удовлетворены следующими сторонами учебной деятельности?	Вполне удовлетворены	Частично удовлетворены	Не удовлетворены	Затрудняюсь ответить
Условия учебного процесса (оснащенность учебниками, компьютерами)	34,7 %	40,4%	22,7%	2,2%
Распорядок занятий	40,9%	41,3%	16,4%	1,4%
Содержание учебных программ	37,7%	46,5%	12,4%	3,4%
Размер стипендии	13,7%	19,3%	50,6%	16,4%
Отношения с преподавателями	51,2%	42,7%	4,5%	1,6%
Отношения с одногруппниками	74,4%	20,8%	4,1%	0,7%
Условия жизни и быта	37,2%	46,3%	13,8%	2,7%

Таким образом, опрошенные в большей степени удовлетворены психологическим микроклиматом в учебном коллективе, частично удовлетворены организацией учебного процесса и в основном не удовлетворены размером стипендии. Интересно, что работающие респонденты аналогично (в том числе в процентном соотношении) оценивают различные стороны своей профессиональной деятельности: они довольны отношениями внутри трудового коллектива, частично удовлетворены организацией работы и недовольны размером своей заработной платы. По всей видимости, это не случайное совпадение, а отражение социально – экономических реалий современной России. В процессе получения образования у молодых людей формируется оценочная модель профессиональной деятельности, основными компонентами которой выступают высокая оценка большинством отношений в коллективе и низкая оценка уровня оплаты своего труда.

В целом высоко оценивая свое профессиональное образование, высказывая удовлетворенность учебным процессом, будущие специалисты достаточно реалистично оценивают свои шансы трудоустройства по специальности. Лишь треть (31,6%) опрошенных уверены, что они будут работать по своей специальности, не уверены в

этом или еще не знают 59% будущих специалистов, а 9,3% ответили, что не будут трудиться по специальности, полученной в учебном заведении. Какие причины могут помешать студентам работать по своей специальности? Абсолютное большинство опрошенных из разных вариантов ответов выделили два: «низкий заработок» (68,2%) и невостребованность молодых специалистов на рынке труда (55,2%). Другие причины не столь значимы: разочарование в специальности во время обучения отметили 9,5% опрошенных. 8,6% студенток считают, что работать по специальности им может помешать рождение ребенка. Данные ожидания в целом соответствуют реальной ситуации на региональном рынке труда.

Особый интерес представляет позиция студентов «не уверенных в будущей работе по специальности» относительно предпочитаемого (альтернативного) вида деятельности. Респондентам из различных вариантов было предложено выбрать не более двух ответов. Все возможные варианты действий группируются и отражаются в четырех профессионально-трудовых стратегиях:

1. Намерены организовать свой бизнес или работать у частного предпринимателя по любой специальности 52,1% опрошенных;
2. Упорно искать работу по полученной специальности готовы 31,5% респондентов;
3. Получить подготовку по другой специальности будут стремиться 24,4% опрошенных;
4. Намерены продолжить образование по специальности на более высоком уровне 20,1% студентов.

По итогам анализа можно сделать следующие выводы:

1. Ценность профессионального образования определяется респондентами с рационально-прагматической позиции. Ценится то образование, которое поможет получить хорошую работу и хороший заработок.
2. Получение профессионального образования в регионе для респондентов не является такой острой проблемой, как трудоустройство по специальности и получение достойной заработной платы. В этой связи, половина респондентов готовы сменить место жительства в поисках работы и хорошего

заработка. Примерно половина опрошенных работают не по своей специальности.

3. Отмечается противоречие в ценностных профессиональных ориентациях студентов, воспроизводимое впоследствии в установках работающих специалистов: высокая оценка психологического микроклимата в группе, частичная удовлетворенность условиями обучения (труда) и неудовлетворенность размером стипендии (заработной платы).
4. Относительно высокая оценка опрошенными своей будущей специальности вступает в противоречие с их относительно низкой оценкой возможностей трудоустройства по ней.
5. В случае отсутствия высокооплачиваемой работы значительное число респондентов готовы работать по любой специальности в сфере бизнеса или получить новую профессию.
6. В этой связи, к числу важнейших стратегических задач региональных структур образования и занятости относится установление достаточно сбалансированного соотношения приема, выпуска и трудоустройства специалистов в разрезе разных профессий.

Глава 14. Нравственные ценности и идеалы молодежи

Один из разделов исследования посвящен нравственным ценностям, идеалам и настроениям современной молодежи.

На вопрос «Определите, пожалуйста, насколько значимы (ценны) для Вас лично следующие качества?» ответы распределились следующим образом (таблица 14.1.).

Таблица 14.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько значимы (ценны) для Вас лично следующие
качества?», (%)**

Насколько значимы (ценны) для Вас лично следующие качества?	Очень значимо	Значимо, но не очень	Практически не значимо
Патриотизм	37,9%	45,7%	16,4%
Свобода	84,7%	13,7%	1,6%
Законность	73,0%	24,3%	2,7%
Безопасность	89,7%	9,1%	1,2%
Справедливость	85,1%	13,3%	1,5%
Вера в бога	47,6%	38,8%	13,7%
Честность	80,6%	17,9%	1,5%
Дружба	91,5%	7,8%	0,7%
Любовь	89,1%	9,8%	1,1%
Семья	94,7%	4,7%	0,5%
Здоровье	93,5%	6,0%	0,5%
Образование	72,1%	24,1%	3,8%
Творчество	31,1%	47,3%	21,6%
Любимая работа	72,8%	23,6%	3,6%
Карьера	55,5%	34,9%	9,6%
Адаптация	42,4%	45,8%	11,8%

Из приведенной таблицы (графа «очень значимо») видно, что самыми ценными для современной молодежи являются семья,

здоровье, дружба, безопасность, любовь, справедливость, свобода. На последних местах здесь же находятся у молодежи карьера, вера в бога, адаптация, патриотизм, творчество.

На вопрос «Принимая важное решение, к чьим советам вы обычно прислушиваетесь?» большинство (76,3%) отметили, что прислушиваются к советам родителей, родственников; 49,3% - к советам друзей и знакомых; 15,5% ни к чьим советам не прислушиваются, т.е. решения принимают самостоятельно.

Респондентам была дана возможность дать оценку развития у них различных личных качеств (таблица 14.2.).

Таблица 14.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Насколько развиты у Вас следующие качества?», (%)**

Насколько развиты у Вас следующие качества?	Сильно развиты	Достаточно развиты	Слабо развиты
Активность	26,3%	63,5%	10,2%
Инициативность	21,4%	62,8%	15,8%
Решимость	28,4%	55,3%	16,3%
Самостоятельность	42,8%	52,0%	5,2%
Честность	40,5%	55,9%	3,6%
доброта, любовь к людям	40,9%	53,6%	5,4%
Целеустремленность	39,3%	53,0%	7,6%
Стремление к знаниям	23,6%	60,4%	16,0%
Профессионализм	18,2%	64,6%	17,2%

Из приведенной таблицы видно, что, по оценке самих респондентов, среди указанных качеств больше всего развиты у них самостоятельность, честность, доброта и любовь к людям, целеустремленность, слабее развиты профессионализм, инициативность, стремление к знаниям.

На вопрос «Какие понятия соответствуют настроениям современной молодежи?» ответы были получены следующие (таблица 14.3.).

Таблица 14.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какие понятия соответствуют настроениям современной
молодежи?», (%)**

Какие понятия соответствуют настроениям современной молодежи?	Частота ответов
разочарование	11,6%
пессимизм	11,3%
неуверенность в завтрашнем дне	39,6%
неуверенность в своих силах	9,3%
безнадежность	5,4%
растерянность	8,9%
апатия (равнодушие)	14,0%
агрессивность, злость	21,4%
страх	8,0%
экстремум (способность к крайним мерам действиям, опасным для общества)	5,8%
романтизм	9,8%
оптимизм	21,7%
уверенность в завтрашнем дне	4,5%
уверенность в своих силах	13,7%
надежда	26,5%
собранность, целеустремленность	9,8%
активность, энергия	22,4%
сочувствие, доброта	5,8%
смелость	11,8%
избегание рисков	6,2%

Данные, приведенные в таблице 14.3. свидетельствуют, что больше всех в настроениях молодежи присутствуют следующие понятия: неуверенность в завтрашнем дне; надежда; активность; энергия; оптимизм; агрессивность, злость. По оценке респондентов меньше всех соответствуют настроениям молодежи безнадежность; сочувствие, доброта; способность к крайним действиям, опасным для общества; избегание рисков.

Респондентам был задан вопрос: «Скажите, пожалуйста, есть ли у вас идеал, которому Вы хотели бы подражать?», на который были получены следующие ответы: 23,2% опрошенных ответили, что идеал

у них есть, 49,0% ответили, что идеала не было и нет сейчас, 25,1% затруднились ответить на этот вопрос и у 2,7% - идеал был, но в нем они разочаровались.

У респондентов, имеющих идеал, в его качестве выступают: мать у 14% опрошенных, отец – 6,9%, другие члены семьи – 2,3%, родственники – 3,5%, учитель, преподаватель -1,6%, друг - 4,8%. Большинство опрошенных (75,6%) ответили, что у них есть любимый человек, а остальные (24,4%) ответили, что у них любимого человека нет.

Глава 15. Общественно-политические настроения молодежи и отношения с государством

Традиционно молодежь меньше, чем другие возрастные группы интересуется политикой и включена в политическую жизнь общества. Наиболее доступной формой участия являются выборы, однако, если бы выборы в Государственную Думу состоялись в ближайшее воскресенье, то 21,1% молодых людей не стал бы принимать участие, 26,2% прийдя на избирательные участки, проголосовали бы против всех политических партий. Вместе с тем, наибольшей поддержкой у молодежи пользуется, как в целом и по России, «Единая Россия» - 35,1%, далее с большим отставанием следует ЛДПР – 8,9%. Все остальные партии, как левого (КПРФ и Родина), так и правого (Яблоко и СПС) спектров не имеют поддержки у молодежи.

Невозможность участвовать в политической жизни является важной и трудной проблемой лишь для 2,6 % молодых людей.

В целом молодое поколение удовлетворено теми возможностями выражать свои политические взгляды, которые реально существуют в стране. На вопрос «Как Вы оцениваете возможность выражать свои политические взгляды?» были получены следующие ответы:

- Хорошие возможности – 18,6%;
- Удовлетворительные – 53,4%;
- Плохие – 28,0%.

Таким образом, 72% молодых людей считают, что они имеют условия для выражения своих политических взглядов.

Свое свободное время на посещение политических мероприятий (собрания, митинги), организаций тратит 1,3% молодежи, еще 3,5% участвуют в работе общественных организаций, собраний, ассоциаций.

79,4% молодых людей не принимают никакого участия в деятельности общественных объединений. 14,6% - состоят в профсоюзах (таблица 15.1.).

Таблица 15.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Являетесь ли Вы членом или принимаете участие в деятельности
общественных объединений?», (%)**

Являетесь ли Вы членом или принимаете участие в деятельности общественных объединений?	Частота ответа
Политической партии	3,4%
Профсоюза	14,6%
Других общественных объединений	1,6%
Неформальной группы: скинхеды, "Свидетели Иеговы", "современные язычники», сквотеры, спортивные фанаты и т.п.	0,9%
Вы не являетесь членом и не принимаете никакого участия в деятельности общественных объединений	79,4%

Мнение общественных и политических деятелей не является нужным и значимым для молодежи при принятии решений. Лишь 0,8% могли бы прислушаться к их советам при принятии каких-либо решений.

Доступ к власти не является важной жизненной целью для 53,9% молодых людей, 19,1% молодежи хотели бы его получить, но считают, что вряд ли смогут это сделать. 24,8% молодых уверены, что смогут добиться власти в будущем, 2,2% уже реализовали данную цель (таблица 15.2).

Таблица 15.2.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Каковы Ваши перспективы добиться следующих целей: иметь
доступ к власти?», (%)**

Каковы Ваши перспективы добиться следующих целей?	Уже добился, чего хотел	Пока не добился, но считаю, что мне это по силам	Хотелось бы, но вряд ли смогу добиться этого	В моих жизненных планах этого не было
Иметь доступ к власти	2,2 %	24,8 %	19,1 %	53,9 %

Вместе с тем, 37,3% современной молодежи оценивает политическую стабильность как условие достижения ими своих жизненных целей, хотя и менее значимое, чем рост экономики (61,2%) и личные способности, знания, характер (61,8%).

По данным опроса видно, что основным нарушением прав молодежи является невозможность иметь свое жилье (48,8%); отсутствие социальных гарантий (39,3%); нет гарантии безопасности человека (44,5%); не обеспечено право на труд (37,8%). Распределение ответов респондентов о нарушении прав молодежи приведено в таблице 15.3.

Таблица 15.3.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как Вы считаете, в чем чаще всего нарушаются права молодежи?», (%)**

Как Вы считаете, в чем чаще всего нарушаются права молодежи?	Частота ответа
Государство не гарантирует безопасность человека	44,5%
Не обеспечено право на то, чтобы иметь свое жилье	48,8%
Нет социальных гарантий	39,3%
Не обеспечено право на труд	37,8%

Не обеспечено право получения образования	28,8%
Не обеспечено право на социальную защищенность	16,9%
Нарушаются права потребителей	15,5%
Не соблюдаются обязательства по защите детей и семьи	14,5%
Не обеспечено право на получение медицинской помощи	10,0%
Другое	0,6%

Распределение ответов респондентов в отношении того, в чем видит молодежь основные причины незащищенности своих прав, приведено в таблице 15.4.

Таблица 15.4.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«В чем, по Вашему мнению, основные причины незащищенности молодежи?», (%)**

В чем, по Вашему мнению, основные причины незащищенности молодежи	Частота ответа
Отсутствие надежных законов о правах молодежи	45,4%
Отсутствие законов, направленных на защиту интересов боль	39,1%
Бесконтрольность действий правоохранительных органов	37,6%
Коррупционированность государственных структур	38,3%
Другое	1,3%

Сфера управления, куда можно отнести государственное, муниципальное и политическое управление, привлекает 35,1% современной молодежи. Более привлекательным для молодежи является только сфера частной предпринимательской деятельности -37,5 % (таблица 15.5).

Таблица 15.5.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какие сферы деятельности Вас больше всего привлекают?», (%)**

Какие сферы деятельности Вас больше всего привлекают?	Частота ответа
Промышленность	18,4%
Строительство	12,6%

Транспорт	14,2%
Образование	23,5%
Здравоохранение	11,9%
Сельское хозяйство	8,8%
Наука	12,7%
Частное предпринимательство	37,5%
Искусство	14,9%
Спорт	18,5%
Управление	35,1%
Другое	3,3%

Глава 16. Досуг молодежи: структура и особенности

Время, свободное от работы и предназначенное для отдыха и хобби, является неотъемлемой частью жизни, особенно у молодежи, большей частью необремененной домашними и служебными заботами. Его структура, особенности, позволяют сделать выводы о будущем профессиональном, культурном и духовном потенциале нации.

Исследование показало, что лишь около 10% респондентов указали, что их волнует «плохая организация досуга для молодежи», эта проблема занимает последнее по частоте упоминаний последнее место. Гораздо более важными являются рост цен (42%), преступность (39,7%), пьянство (37,5%) и т.д.

Молодежь возможность проведения своего досуга оценивает как «хорошую» – 42%, «удовлетворительную» – 31%, почти треть респондентов не удовлетворены возможностями проведения своего досуга.

На основе данных можно сказать, что варианты проведения свободного времени оцениваются более позитивно, чем, например, материальное положение, ситуация в регионе проживания или возможности реализации в профессии.

Отдельно стоит отметить, что возможности проведения отпуска лишь у 31,8% респондентов оцениваются как хорошие, у 25% - плохие и удовлетворительные - у 42%.

Как проводит свободное время молодежь? Самыми

популярными вариантами проведения свободного времени молодежи стали так называемые «пассивные» виды отдыха: встречаются и общаются с друзьями; смотрят телевизор, слушают радиопередачи, музыку и видео; отдыхают и расслабляются и др. (смотри таблицу 16.1.). Эти виды проведения досуга не требуют больших затрат и потому широко доступны. Безусловно, это связано с невысокими доходами семей и молодежи в частности. Среднемесячные доходы семей в расчете на одного человека почти в 60% случаев не превышают 3000 рублей. На культурно развлекательные мероприятия молодежью тратится около 12,9% от суммы личных доходов.

Таблица 16.1.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Чем Вы обычно занимаетесь в свободное время?», (%)**

Варианты проведения досуга	Частота ответа
Встречаюсь и общаюсь с друзьями дома или в гостях	59,5%
Смотрю телевизор, слушаю радиопередачи	58,4%
Слушаю музыку, читаю книги, смотрю видео	57,4%
Просто отдыхаю, расслабляюсь	47,7%
Провожу время на природе, гуляю	38,8%
Читаю газеты, журналы	36,8%
Занимаюсь домашним хозяйством, детьми, дачей	35,0%
Посещаю дискотеки, ночные клубы, другие развлекательные места	30,1%
Увлекаюсь компьютером, Internet, играю в компьютерные игры	26,2%
Посещаю кафе, бары, рестораны	23,7%
Посещаю спортклубы, секции, тренировки	22,1%
Посещаю театры, концерты, кино	21,1%
Имею хобби и занимаюсь им дома (рукоделии, фотография, моделирование)	13,2%
Занимаюсь дополнительно для получения образования, повыше	12,7%
Посещаю музеи, выставки, вернисажи	5,5%
Посещаю церковь, другие религиозные собрания	4,8%
Занимаюсь в различных кружках, клубах по интересам (музыкой)	4,2%
Участвую в работе общественных организаций, собраний, ассоциациях	3,5%
Другое	1,4%
Посещаю политические организации, собрания, митинги	1,3%

35% респондентов, участвующих в опросе отметили проведение досуга в хлопотах по домашнему хозяйству. Вероятно, из-за низкого материального достатка семей и малой автоматизированности домашнего труда, молодежь более трети свободного времени тратит на хлопоты по дому.

Среди пользующихся умеренной популярностью занятий в свободное время - «активные», это занятия, связанные с общением, желанием быть на людях, вести «светскую» жизнь. Это, с одной стороны, посещение дискотек, ночных клубов, кафе, баров, ресторанов и других развлекательных мест, а, с другой, но в меньшей степени, посещение спортклубов, секций, тренировок, театров, концертов, кино.

Можно предположить, что это наиболее затратные досуговые занятия. Например, на посещение баров и ресторанов, как на отдельную статью расходов, тратят деньги около 7,5% опрошенных, ибо потребление слабоалкогольных и крепких напитков довольно велико. Слабоалкогольные напитки с той или иной частотой употребляют 86,5%, а крепкие спиртные напитки – 73% опрошенных.

Лишь каждый восьмой респондент в свое свободное время посвящает хобби (рукоделию, фотографии, моделированию) и получению дополнительного образования, т.е. занятиям, ориентированным на трудовую деятельность и профессиональный рост.

Наименьшая доля свободного времени тратиться на посещение музеев, выставок, вернисажей, церкви; занятию в различных кружках, в клубах по интересам. Практически мало кто тратит свое свободное время на участие в работе общественных организаций, собраний, ассоциаций.

Исследование показало, что психологическая установка, ориентированная на наличие большого количества свободного времени в ущерб доходам, наименее популярна среди молодежи – всего 2,2%.

Исполнители исследований

Исследование «Социокультурный портрет Ульяновской области» выполнено исследовательской группой в составе:

Дергунова Н.В. - заведующий кафедрой социологии и политологии Ульяновского государственного университета, доктор политических наук, профессор;

Волков А.В. – доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат экономических наук;

Светульников М.Г. - доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент;

Кадничанская М.И. – доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат социологических наук;

Степанова О.В. – доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат социологических наук;

Власова Н.В. – доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат социологических наук;

Галкина Е.П. – доцент кафедры социологии и политологии Ульяновского государственного университета, кандидат социологических наук.

Исследование «Российская молодежь в регионах среднего достатка» выполнено исследовательской группой в составе:

Маркин В.В.- директор НОУ «Приволжский Дом Знаний», заведующий кафедрой управления и социологии Пензенского государственного университета, доктор социологических наук, профессор;

Букин В.П. - декан факультета инновационных технологий обучения Пензенского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент;

Полутин С.В. - заместитель директора НИИ регионологии (г.Саранск), доктор социологических наук, профессор;

Дергунова Н.В. - заведующий кафедрой социологии и

политологии Ульяновского государственного университета, доктор политических наук, профессор;

Кижеватова В.А. - кандидат социологических наук, доцент УлГУ;

Жуковская И.Н. – директор автономной некоммерческой организации «Лидер»;

Стульникова О.В. - ассистент кафедры государственно-правовых дисциплин Пензенского государственного университета;

Пономарева Т.В. – аспирант кафедры «Гражданское право и процесс» Пензенского государственного педагогического университета;

Данилова Е.А. – аспирант кафедры управления и социологии Пензенского государственного университета;

Одринская С.О. – начальник информационного отдела кадрового центра «Лидер»;

Богомолов Д.А. – лаборант кафедры управления и социологии Пензенского государственного университета.

Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области

Под редакцией Н.В.Дергуновой, А.В.Волкова

Научное издание

Печатается в авторской редакции

Зав. отделом Г.А.Углева

Подготовка оригинал-макета - А.В.Волков

Подписано в печать 11.07.08. Формат 60x84/16
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. л. 5,1. Уч.-изд. л. 8,2.
Тираж 100 экз. Заказ № 54/138