



ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ РОССИЯН И ИХ СООТВЕТСТВИЕ ПРИОРИТЕТАМ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА

КРАТКАЯ ВЕРСИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА
ИЮЛЬ 2020 ГОДА

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



Александр СИНИЦЫН

Президент фонда «Центр стратегических разработок»

События начала 2020 года и их последствия существенно повлияли на настроения людей, их образ жизни и планы на будущее. На базе наших мониторингов* бизнес-климата и общественных настроений совместно с АНО «Национальные приоритеты» была проведена уникальная исследовательская работа, основанная на оригинальной разработке социологической и технологической методологии сбора и анализа данных, которая позволила детально изучить трансформацию в обществе через призму жизненных ценностей, определяющих как жизнь человека, так и российского общества в целом.

Отметим, что культура российского общества достаточно динамична, и на сегодняшний день она претерпевает ряд значительных изменений. Кроме того, как показывают результаты нашего исследования, отношение человека к собственной жизни формирует ожидания от деятельности государства. Понимание таких особенностей и скрытых ментальных деталей является крайне важным при формировании национальных приоритетов страны и механизмов их реализации, а также для повышения эффективности коммуникации с россиянами.



София МАЛЯВИНА

Генеральный директор АНО «Национальные приоритеты»

Многие российские и зарубежные эксперты отмечают, что эпидемия коронавируса стала триггером перемен в самых разных сферах общественной и личной жизни. Она не породила новых трендов, но ускорила и усилила уже протекающие изменения. Понимание востребованных обществом изменений важно для реализации национальных проектов как драйверов развития страны.

Стратегические перемены всегда имеют ценностную окраску. Поэтому в данном исследовании мы фокусировались на ценностных приоритетах общества и связанных с ними приоритетах развития России.

Примечание: с марта 2020 года ЦСР проводит еженедельный мониторинг бизнес-климата в России и ежемесячный мониторинг настроений населения в условиях эпидемии и масштабных изменений.

СОДЕРЖАНИЕ

01

Основные выводы 4

02

Трансформация настроений на фоне кризиса 2020 года 8

03

Образ жизни человека в России через призму ценностей 13

04

Ценности будущего: вектор развития 23

05

Национальные проекты как инструмент развития ценностных ориентиров 25

06

Приложения 37

07

Команда 41

01

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАСТРОЕНИЙ К НАЧАЛУ ИЮЛЯ 2020 ГОДА

- 7 из 10 россиян испытывают положительные эмоции, говоря о периоде выхода из пандемии; прежде всего это связано с возобновлением социальной активности (встреча с друзьями, новые цели, желание путешествовать и др.); [Подробнее->](#)
- У 3 из 10 россиян период выхода из пандемии ассоциируется с негативными эмоциями; прежде всего это связано с неуверенностью в российском государстве и страхом заразиться коронавирусом; [Подробнее->](#)
- Сохраняются волнения относительно риска заражения коронавирусом: 57% россиян испытывают страх заразиться коронавирусом COVID-19; [Подробнее->](#)
- В начале эпидемии в России (март 2020 года) больше половины россиян сохраняли оптимизм и считали, что ситуация разрешится (64%), однако постепенно оптимизм уменьшался. Так, к июлю 2020 года меньше половины россиян ожидают улучшения ситуации (44%). При этом каждый пятый россиянин ожидает осложнения ситуации (20%), в то время как практически та же доля говорит об отсутствии изменений в ближайшее время (23%); [Подробнее->](#)

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ: ОБРАЗ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА В РОССИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЦЕННОСТЕЙ

Кроме социально-демографических и материальных факторов на уровень удовлетворенности человека собственной жизнью влияют и такие факторы, как мировоззрение, уровень культуры, интеллект, нравственность, социальные установки, жизненный опыт и др. В связи с этим одним из этапов нашего исследования был анализ восприятия россиянами как собственной жизни, так и жизни общества России в целом через призму ценностей.

Подробнее о восприятии россиянами собственной жизни:

- Говоря о ценностях собственной жизни, россияне чаще всего упоминают ценности самоуважения (94%), свободы (88%), диалога (87%), эмпатии (85%) и сотрудничества (85%). Среди наименее свойственных россиянам ценностей можно выделить индивидуализм (53%), конкуренцию (48%), а также сильную вертикаль власти (39%). Таким образом, жизненные принципы большинства россиян характеризуются отношением к себе как к личности, возможностью определять свои действия (мысли, выбор, принятие решения), возможностью слышать и быть услышанным, наличием сопереживания другим людям, а также наличием совместной деятельности со взаимной выгодой. Все перечисленное имеет высокую значимость для человека. [Подробнее ->](#)
- Учитывая преобладание в оценках россиян ценностей коллективизма над ценностями индивидуализма, можно сделать вывод, что им более свойственна коллективистская культура. Это говорит о том, что россиянам важно присутствие людей, разделяющих их собственные идеи, потребности и интересы. [Подробнее ->](#)
 - Ценности коллективизма чаще преобладают среди женщин (61%), людей старше 45 лет (более 59%), а также респондентов с доходами ниже среднего (61-64%). Напротив, преобладание ценностей индивидуализма значительно чаще встречается среди респондентов из наиболее материально обеспеченной группы (68%).
- Ценности россиян ближе к низкой дистанции власти, что подтверждается распространенностью таких ценностей, как самоуправление (84%), открытость (81%) и диалог (87%), в качестве ценностей, соответствующих собственной жизни россиян. Большая близость к низкой дистанции власти говорит о склонности россиян к либерализму, чувствительности к равенству прав, а также к прозрачности при распределении полномочий. [Подробнее ->](#)
 - Среди мужчин заметно чаще встречаются те, у кого преобладают ценности высокой дистанции власти (59%), тогда как среди женщин – напротив, низкой (55%). Также ценностные ориентиры низкой дистанции власти более свойственны (66%) представителям наиболее молодой возрастной группы (18-24 лет).
- Ценности россиян более близки к безопасности (82%), чем к развитию (57%). Таким образом, удовлетворение потребностей с целью повышения качества жизни должно сопровождаться защищенностью жизненно важных интересов; в противном случае процесс удовлетворения потребностей может сопровождаться неоднозначным эффектом на качество жизни и настроения, оказать как нейтральное, так и негативное влияние. [Подробнее ->](#)
 - Ценности развития заметно чаще преобладают над ценностями безопасности среди мужчин (59%), трудоустроенных респондентов (57%), а также группы россиян с уровнем материального положения выше среднего (60-74%). Напротив, ценности безопасности преобладают среди россиян старше 55 лет (62%), а также нетрудоустроенных респондентов (57%).
- В целом, в восприятии россиянами собственной жизни их ценности сконцентрированы в шести группах: коллективизм, идентичность, безопасность, экология, устойчивое развитие, низкая дистанция власти. [Подробнее ->](#)

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ: НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ

7 мая 2018 года президент России В. В. Путин подписал указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», устанавливающий и утверждающий национальные проекты России. Мы изучили информированность населения и интерес к данной теме, а также ожидания россиян от национальных проектов.

Подробнее о национальных проектах

- Почти половина россиян слышали о нацпроекта: 8% россиян хорошо информированы о национальных проектах развития нашего государства и еще 39% что-то слышали о них. [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Демография» должна быть поддержка семей с детьми (63%), однако среди россиян старше 55 лет значительно чаще встречается мнение о необходимости концентрации нацпроекта на заботе о старшем поколении. [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Образование» должны быть равные возможности образования для всех (59%), причем респонденты с ценностными ориентирами коллективизма, придают этому заметно большую значимость, чем те, у кого преобладают ценности индивидуализма (на 10 п. п.). [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Здравоохранение» должна быть доступность медицины для всех (69%), причем значимость данного направления выше для россиян старше 55 лет (74%). [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Культура» должна быть доступность культурных объектов/событий для всех (41%), однако молодое поколение (в возрасте 18-24 лет) заметно чаще выступают за поддержку творчества каждого человека и цифровизацию культуры (25% и 15% соответственно). [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Наука» должно быть возвращение России статуса центра мировой науки (48%). Отметим, что респонденты, у которых преобладают ценности индивидуализма, чаще указывают на необходимость поддержки молодых ученых, а статусу, напротив, уделяют меньше внимания. [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевым приоритетом нацпроекта «Экология» должно быть сохранение природного достояния России (47%). [Подробнее ->](#)
- Почти каждый второй россиянин (49%) указывает, что ключевым приоритетом нацпроекта «Безопасные дороги» должен быть ремонт и качество дорог. [Подробнее ->](#)
- По мнению россиян, ключевыми приоритетами нацпроекта «Жилье и городская среда» должны быть строительство недорогого и комфортного жилья (37%) и субсидирование покупки жилья (24%). Отметим, что вопросы строительства недорогого комфортного жилья, а также субсидирования покупки жилья имеет большую значимость для респондентов с ценностными ориентирами коллективизма (на 4 п. п. в обоих случаях), тогда как россиян с ценностями индивидуализма больше беспокоит благоустройство общественных пространств. [Подробнее ->](#)

02

**ТРАНСФОРМАЦИЯ
НАСТРОЕНИЙ НА
ФОНЕ КРИЗИСА 2020
ГОДА**

7 ИЗ 10 РОССИЯН ИСПЫТЫВАЮТ ПОЗИТИВНЫЕ ЭМОЦИИ В ПЕРИОД ВЫХОДА ИЗ ЭПИДЕМИИ

На фоне страха заразиться и ожидания будущей ситуации россияне выходят из режима самоизоляции с определенным набором эмоций. 7 из 10 россиян испытывают позитивные эмоции в период выхода из эпидемии, в то время как каждый третий указывает на негативные эмоции.

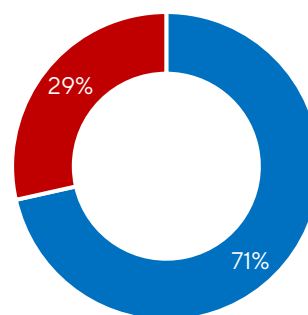
Преобладающие эмоции в период выхода их эпидемии отличаются в зависимости от места проживания: среди жителей УФО, ДФО и СКФО преобладают позитивные эмоции, в то время как жители ПФО, Москвы и городов-миллионников отличаются меньшим позитивом (на 4–9 п. п. ниже).

Достаточно позитивны граждане, имеющие среднее и неоконченное среднее образование (76%), пенсионеры (76%), находящиеся в декретном отпуске (80%) и получающие доход от сдачи в аренду помещения (76%).

Меньшим позитивом отличаются россияне, проживающие одни (63%) и получающие доход от предпринимательской деятельности (64%).

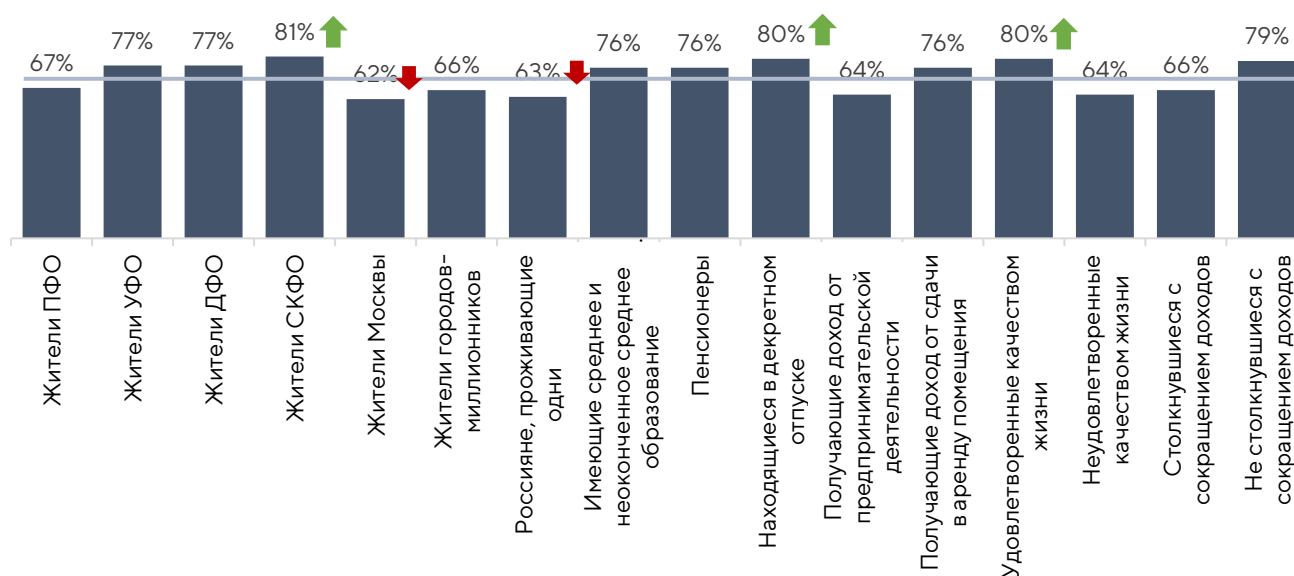
Важно отметить высокий уровень неопределенности среди пенсионеров (22% против 13% в среднем).

Преобладающие эмоции в период выхода из эпидемии



■ Позитивные ■ Негативные

Позитивные эмоции



ПОЗИТИВНЫЕ ЭМОЦИИ СВЯЗАНЫ С ВОЗОБНОВЛЕНИЕМ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

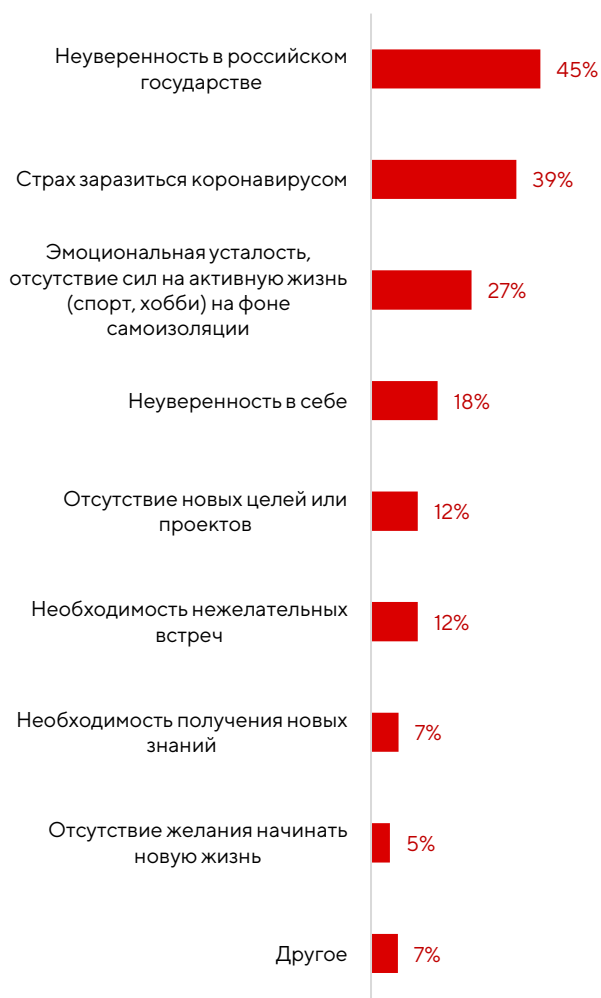
Позитивные эмоции в период выхода из эпидемии, которые испытывают 7 из 10 россиян, чаще всего связаны с ожиданием встреч с коллегами и друзьями (36%), а также новыми целями и проектами (30%). Каждый четвертый из тех, кто испытывает позитивные эмоции, говорит об эмоциональном подъёме и желании путешествовать по России (24%).

Негативные эмоции, преобладающие у 29% россиян, в основном отражаются в неуверенности в российском государстве (45%), страхе заразиться коронавирусом (39%) и эмоциональной усталости на фоне самоизоляции (27%).

7 ИЗ 10 РОССИЯН ИСПЫТЫВАЮТ ПОЗИТИВНЫЕ ЭМОЦИИ, ГОВОРЯ О ПЕРИОДЕ ВЫХОДА ИЗ ЭПИДЕМИИ



3 ИЗ 10 РОССИЯН ИСПЫТЫВАЮТ НЕГАТИВНЫЕ ЭМОЦИИ, ГОВОРЯ О ПЕРИОДЕ ВЫХОДА ИЗ ЭПИДЕМИИ



СТРАХ РОССИЯН ЗАРАЗИТЬСЯ COVID-19 ОСТАЕТСЯ НА УРОВНЕ ВЫШЕ СРЕДНЕГО

Больше половины россиян испытывает страх заразиться коронавирусом COVID-19 (57%). Данный показатель незначительно снизился по сравнению с результатами прошлых волн опросов, проведенных в марте и мае (на 3 п. п.), что говорит об устойчивости этих опасений. Однако собственную вероятность заразиться россияне оценивают ниже среднего, на уровне 29%.

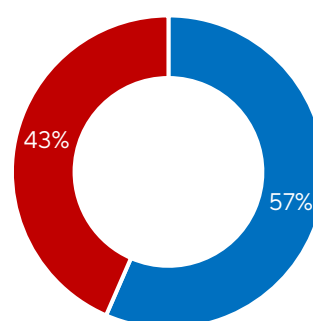
Страх заразиться неравномерно присутствует в жизни россиян в зависимости от их места проживания. Так, жители Москвы и Санкт-Петербурга – городов, где количество зараженных одно из самых больших – отличаются повышенным страхом заразиться (62% и 61% соответственно), в то время как только половина жителей УФО и СКФО и небольших по размеру городов от 500 до 1 млн человек испытывает страх заразиться (48%, 50% и 51% соответственно).

Женщины более обеспокоены возможностью заражения, чем мужчины: 61% женщин указали, что у них есть страх заразиться коронавирусом (в сравнении с 51% мужчин).

Повышенный уровень страха демонстрирует возрастная группа 55 лет и старше, которая находится в группе риска осложнений от коронавирусной инфекции (61%), а также проживающие с престарелыми родственниками (62%), студенты (64%) и люди с материальным положением выше среднего (65%).

Пониженный уровень страха наблюдается у временно неработающих, безработных граждан (47%), а также тех, кто не столкнулся с сокращением дохода во время кризиса (52%).

Наличие страха заразиться

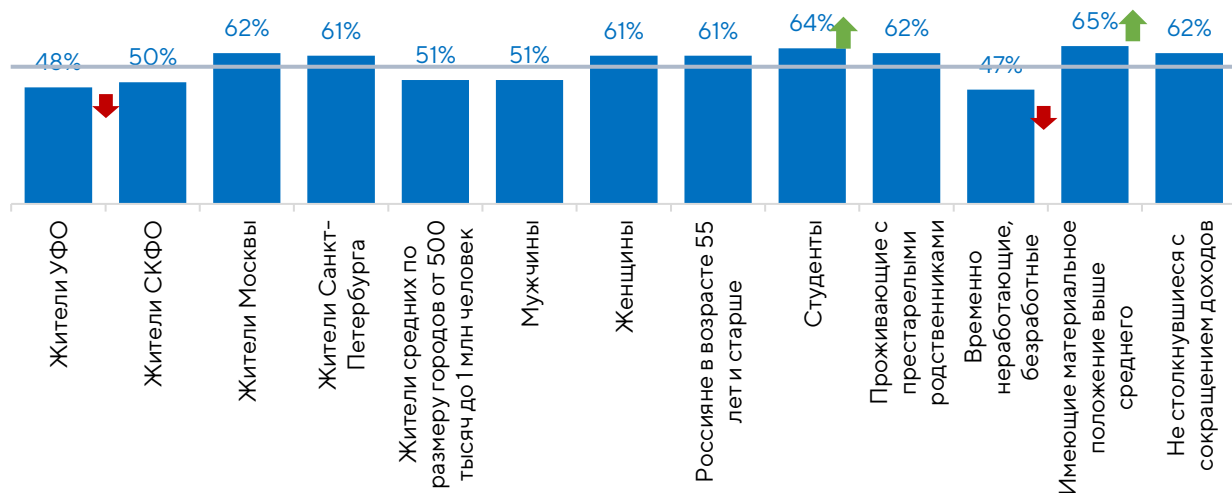


- Есть страх заразиться
- Нет страха заразиться

Оценка вероятности заражения



Наличие страха заразиться



ВЫЯВЛЕНА НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ ОТНОСИТЕЛЬНО ОЖИДАНИЙ ОТ БЛИЖАЙШЕГО БУДУЩЕГО

В начале эпидемии в России (март 2020 года) больше половины россиян сохраняли оптимизм и считали, что ситуация разрешится (64%), однако постепенно оптимизм уменьшался. Так, к июлю меньше половины россиян ожидают улучшения ситуации (44%). При этом каждый пятый россиянин ожидает осложнение ситуации (20%), в то время как практически та же доля говорит об отсутствии изменений в ближайшее время (23%).

Ожидания относительно будущего отличаются в зависимости от места проживания: среди жителей УФО, СФО и Санкт-Петербурга индекс ожиданий на 9-10 п. п. выше среднего, в то время как в Москве, наоборот, на 9 п. п. ниже среднего.

Существует связь между материальным положением россиян и их ожиданиями: среди имеющих материальное положение выше среднего индекс ожиданий на 21 п. п. выше, чем среди имеющих материальное положение ниже среднего.

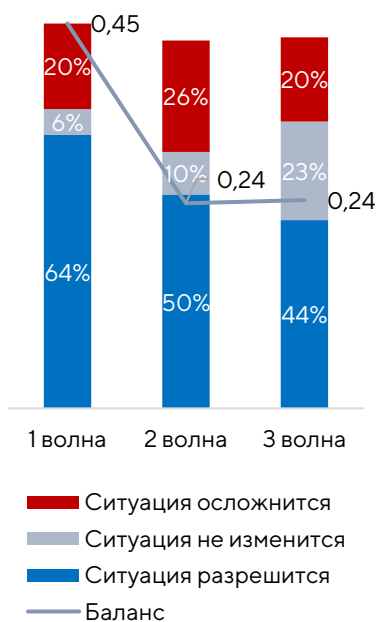
Удовлетворенные качеством жизни и не столкнувшиеся с сокращением доходов оценивают будущую ситуацию лучше (0,45 и 0,40 пунктов соответственно), чем неудовлетворенные жизнью и столкнувшиеся с сокращением доходов (0,08 и 0,13 пунктов соответственно).

Достаточно оптимистичны граждане среднего возраста от 25 до 34 лет (индекс ожиданий 0,31), пенсионеры (0,32), студенты (0,38).

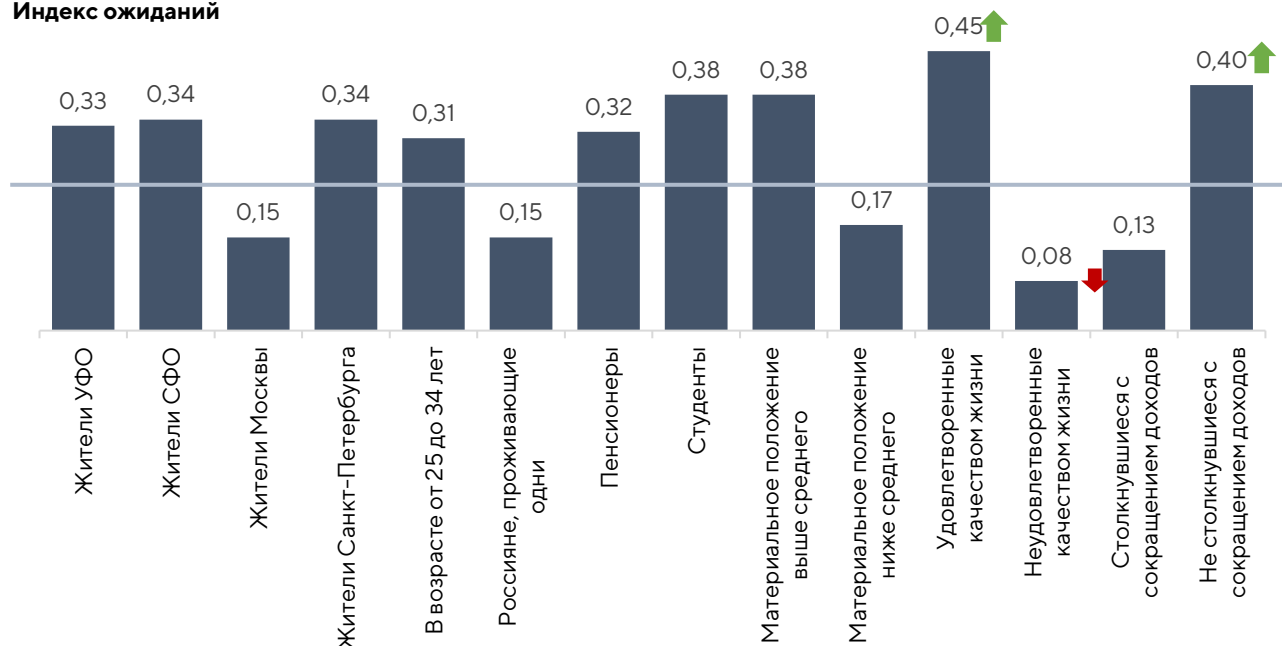
Меньшим оптимизмом отличаются россияне, проживающие одни (0,15).

Важно отметить высокий уровень неопределенности среди пенсионеров (22% против 13% в среднем).

Ожидания относительно будущего



Индекс ожиданий



03

**ОБРАЗ ЖИЗНИ
ЧЕЛОВЕКА
В РОССИИ ЧЕРЕЗ
ПРИЗМУ ЦЕННОСТЕЙ**

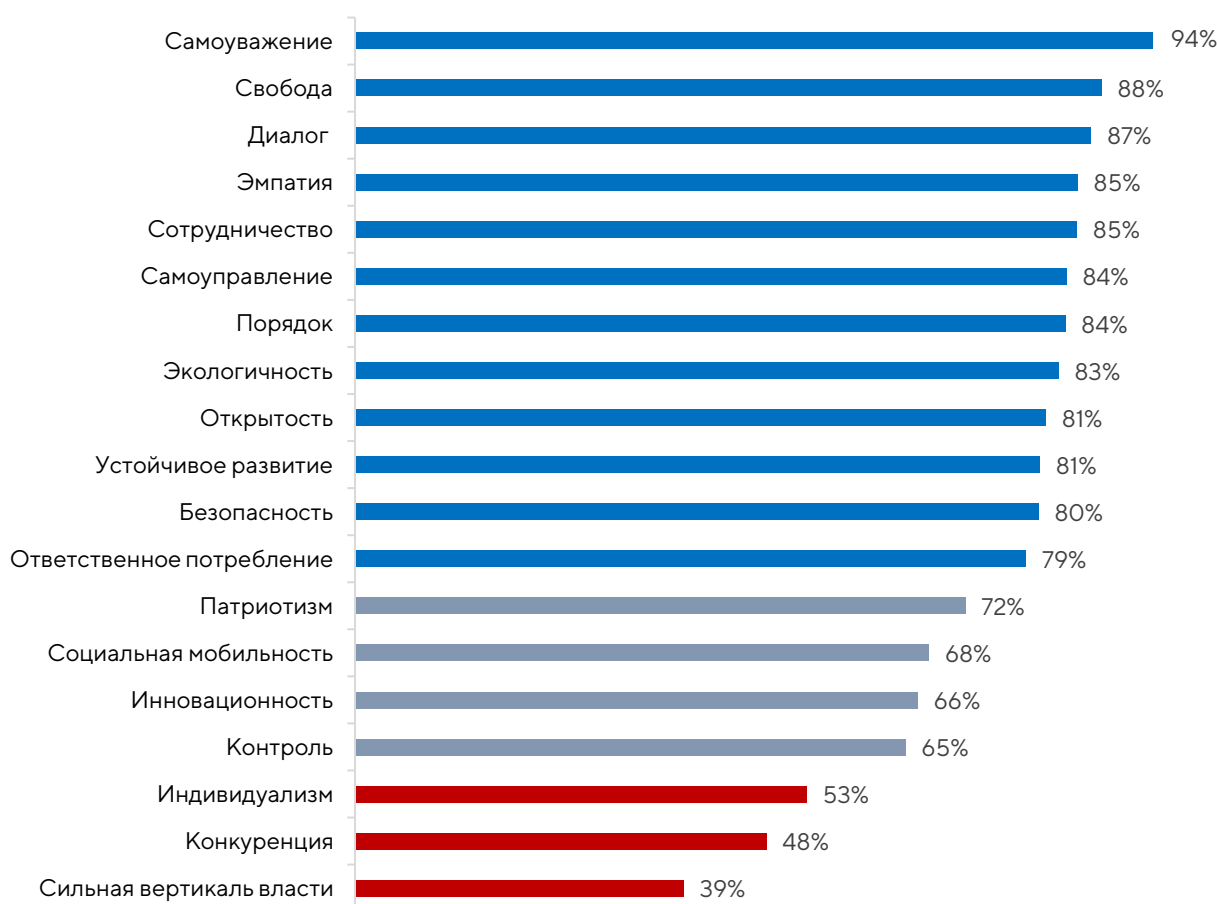
БОЛЬШИНСТВО РОССИЯН СЧИТАЮТ САМОУВАЖЕНИЕ ОДНОЙ ИЗ ГЛАВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СВОЕЙ ЖИЗНИ

Россиянам было предложено оценить соответствие ценностей их собственной жизни. В Топе-12 жизненных ценностей абсолютного большинства россиян лидером является самоуважение, присущее почти каждому (94%).

Такие ценности, как патриотизм, социальная мобильность, инновационность и контроль, сформировали группу ценностей, важных в жизни 7 из 10 россиян. Условно эту группу можно назвать пограничной, так как почти для каждого третьего россиянина они не близки.

Ценности, которые на сегодняшний день в наименьшей степени присущи жизни россиян, – это индивидуализм (53%), конкуренция (48%) и сильная вертикаль власти (39%). Эти категории реже всего выбирались респондентами при описании своей жизни.

Таким образом, жизненные принципы большинства россиян характеризуются отношением к себе как к личности, возможностью определять свои действия (мысли, выбор, принятие решения), возможностью слышать и быть услышанным, наличием сопереживания другим людям, а также наличием совместной деятельности со взаимной выгодой. Все перечисленное обладает ценностной значимостью для человека.



ЛИЧНОСТНЫЕ ЦЕННОСТИ РОССИЯН БЛИЖЕ К КОЛЛЕКТИВИСТСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Отдельные ценности могут быть сгруппированы в категории, позволяющие более системно отразить культурные особенности.

Дихотомические категории индивидуализма и коллективизма являются одними из наиболее известных в культурных исследованиях. Индивидуалистическими называют культуры, где индивидуальные цели важнее, чем коллективные. Коллективистские культуры отличаются превалированием групповых целей над индивидуальными.

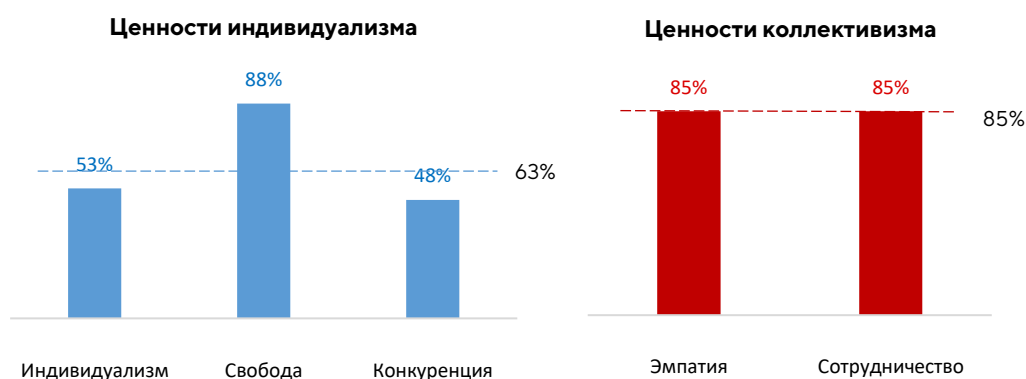
Абсолютно индивидуалистических или коллективистских культур не существует. В каждой культуре есть ценности, присущие обоим типам культур, поэтому при оценке можно говорить лишь о преобладании одних ценностей над другими. Доминирование индивидуальных ценностей присуще странам Запада, а уклон в сторону коллективизма отличает страны Востока.

Нельзя утверждать, что один тип культуры лучше другого – у каждого из них есть свои преимущества и недостатки. Среди особенностей индивидуалистической культуры можно выделить акцент на самореализации, важность личных установок, независимость. Коллективистская культура отличается важностью социальных норм, взаимозависимостью, эмоциональной близостью членов группы. Традиционную русскую культуру принято причислять к культурам коллективистского типа, однако современные процессы вестернизации и глобализации заставляют изучать ценности россиян снова и снова.

В данном исследовании ценностями индивидуалистической культуры являются индивидуализм, свобода и конкуренция. Говоря о себе, россияне часто упоминали о том, что ценность свободы присутствует в их жизни (88%), но другие ценности индивидуалистической культуры, такие как индивидуализм и конкуренция, были отмечены только половиной россиян (53% и 48% соответственно). В итоге средний уровень принятия индивидуалистических ценностей для россиян составил 63%.

Ценности коллективистской культуры, представленные эмпатией и сотрудничеством, оказались более соответствующими жизни россиян (85% каждая). Средний уровень принятия коллективистских ценностей составил 85%.

Таким образом, говоря о своей жизни, ценности россиян ближе к коллективистской культуре: 85% против 63% для индивидуалистической. Это говорит о том, что россиянам важно присутствие сторонников – людей с общими идеями, потребностями и интересами (иными словами, коллектива).



СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИСУЩИЕ РОССИЯНАМ С ПРЕОБЛАДАНИЕМ ЦЕННОСТЕЙ КОЛЛЕКТИВИЗМА ИЛИ ИНДИВИДУАЛИЗМА

С целью изучения вопроса, как ценностные ориентиры связаны с социально-демографическими характеристиками, был проведен факторный анализ. Численными методами (методом главных компонент с вращением варимакс) были выделены два фактора, которые позволили разделить респондентов по преобладанию тех или иных ценностей.

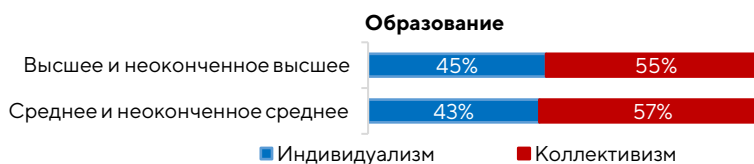
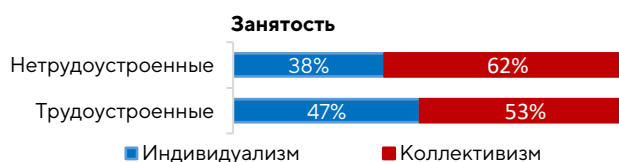
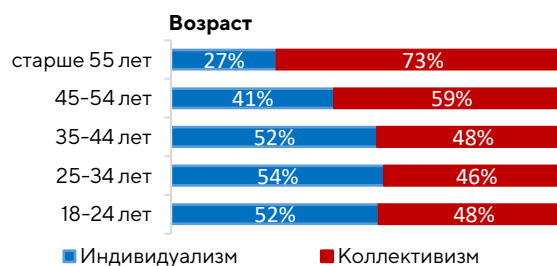
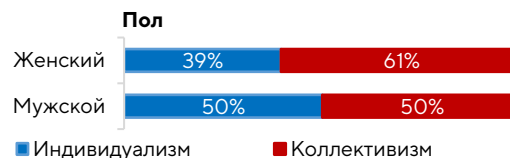
Первый фактор включает в себя ценности эмпатии и сотрудничества, второй фактор – индивидуализма и конкуренции. Все критерии корректности анализа соблюдены: мера адекватности выборки КМО составила 0,510, коэффициенты общности >0,59, критерий сферичности Бартлетта соблюден, доля объясненной дисперсии 61%.

Анализ социально-демографических характеристик показывает, что среди женщин заметно чаще встречаются те, кто разделяет ценности коллективизма (61%). Также эти ценностные ориентиры более присущи представителям более старшего поколения: среди респондентов 45–54 лет их доля составляет 59%, тогда как в группе старше 55 лет – достигает 73%.

Явно прослеживается особенность, что среди респондентов с доходами ниже среднего, заметно чаще встречаются те, кто разделяет ценности коллективизма (61–64%), тогда как среди наиболее обеспеченной группы, напротив, преобладают респонденты с ценностями индивидуализма (68%).

Ценности коллективизма заметно преобладают среди нетрудоустроенных респондентов (62%).

Уровень образования не связан явным образом с тем, какие ценности разделяет респондент – в обеих подгруппах наблюдается некоторое преобладание доли тех, кому присущи ценности коллективизма, что соответствует отмеченной выше склонности россиян к коллективистской культуре.



ЛИЧНОСТНЫЕ ЦЕННОСТИ РОССИЯН БЛИЖЕ К НИЗКОЙ ДИСТАНЦИИ ВЛАСТИ

Другой категорией, которая может быть применена для анализа культуры с помощью ценностей, является дистанция власти. Данную категорию наравне с индивидуализмом-коллективизмом использовал в своих исследованиях Г. Хофстеде.

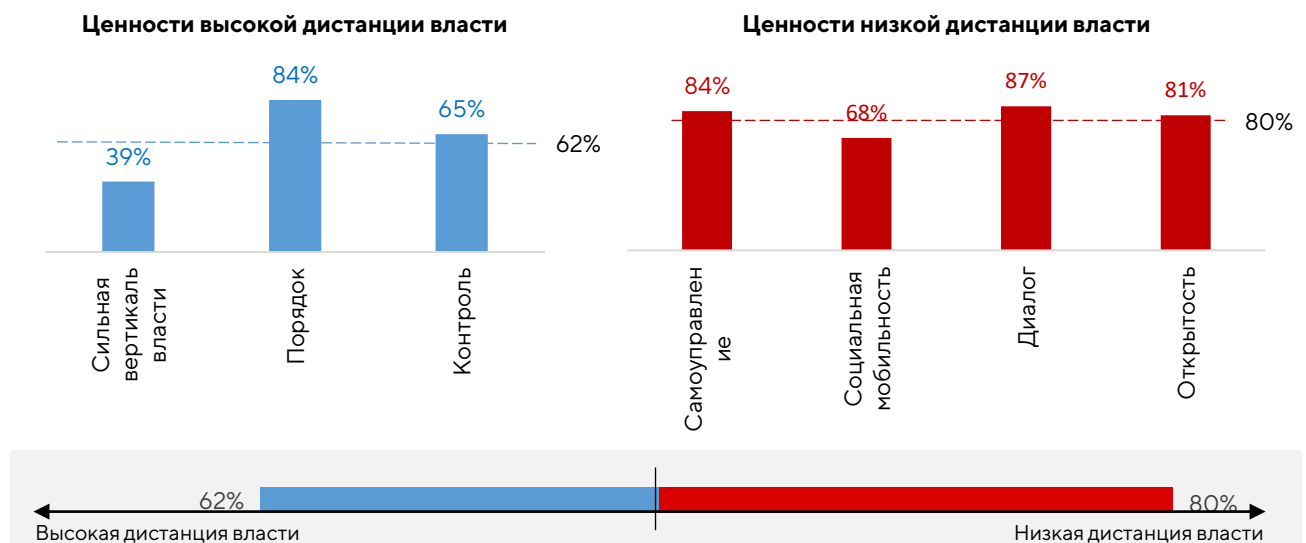
Дистанция власти определяется как степень неравномерности распределения власти с точки зрения членов данного общества. В культурах с высокой дистанцией власти присутствует сильная неравномерность распределения власти. Для носителей такой культуры власть представляется одной из наиболее важных частей общественной жизни, наличие власти является сильным дифференцирующим фактором. Власть в культурах с высокой дистанцией власти обретает принудительную окраску: характерен более жесткий стиль управления, у подчиненных больше страх выражения несогласия и потери доверия коллег.

В культурах с низкой дистанцией власти наблюдается слабая неравномерность распределения власти. Среди представителей данной культуры признается только легитимная, компетентная власть, менее выражены авторитарные установки и конформное поведение, более распространено уважение к личности и равенство.

В данном исследовании ценностями высокой дистанции власти выступают сильная вертикаль власти, порядок и контроль. Порядок как ценность принимается 84% россиян, контроль – уже меньшей долей респондентов (65%), а сильная вертикаль власти скорее не соответствует жизни россиян (39%). В итоге средний уровень присутствия ценностей высокой дистанции власти для россиян составляет 62%.

Ценности низкой дистанции власти оказались более характерными для жизни россиян. Особенно были отмечены ценности диалога (87%), самоуправления (84%) и открытости (81%). Ценность социальной мобильности среди других ценностей низкой дистанции власти отличилась меньшей важностью для россиян (68%). Средний уровень предпочтения ценностей низкой дистанции власти составляет 80%.

Таким образом, говоря о своей жизни, россияне в большей степени склонны характеризовать ее через ценности низкой дистанции власти (80% против 62% для высокой дистанции власти). Это говорит о склонности россиян к либерализму, чувствительности к равенству прав, а также значимости прозрачности при распределении полномочий.



СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИСУЩИЕ РОССИЯНАМ С ПРЕОБЛАДАНИЕМ ЦЕННОСТЕЙ ВЫСОКОЙ ИЛИ НИЗКОЙ ДИСТАНЦИИ ВЛАСТИ

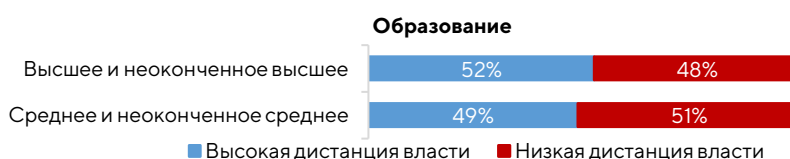
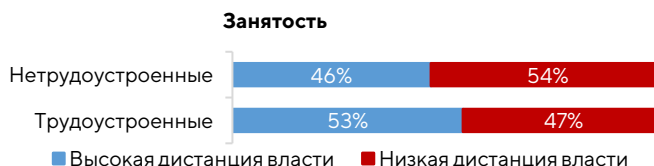
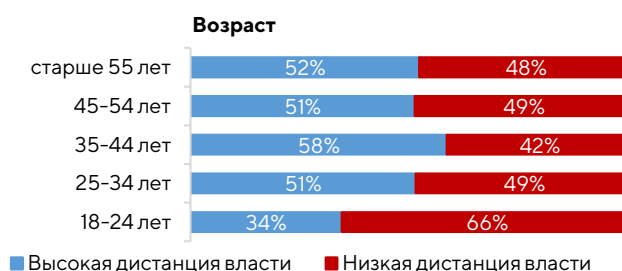
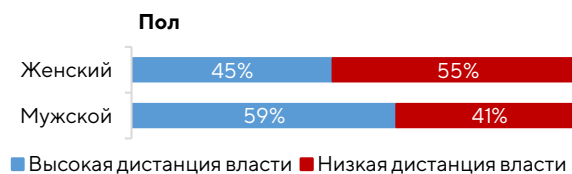
С целью изучения вопроса, как ценностные ориентиры связаны с социально-демографическими характеристиками, был проведен факторный анализ. Численными методами (методом главных компонент с вращением варимакс) были выделены два фактора, которые позволили разделить респондентов по преобладанию тех или иных ценностей.

Первый фактор включает в себя ценности самоуправления, социальной мобильности, диалога и открытости, второй фактор – сильной вертикали власти и контроля. Все критерии корректности анализа соблюдены: мера адекватности выборки КМО составила 0,713, коэффициенты общности >0,44, критерий сферичности Бартлетта соблюден, доля объясненной дисперсии 52%.

Анализ социально-демографических характеристик показывает, что среди мужчин заметно чаще встречаются те, кто разделяет ценности высокой дистанции власти (59%), тогда как среди женщин – напротив, низкой (55%). Представителям наиболее молодой возрастной группы (18–24 лет) более свойственны ценностные ориентиры низкой дистанции власти (66%).

Среди респондентов с наиболее высоким материальным положением выше доля тех, кто разделяет ценности высокой дистанции власти (60%), тогда как среди наименее обеспеченной группы, напротив, преобладают респонденты с ценностями низкой дистанции (55%).

Ценности низкой дистанции заметно преобладают среди нетрудоустроенных респондентов (54%), тогда как среди трудоустроенных – высокой (53%).



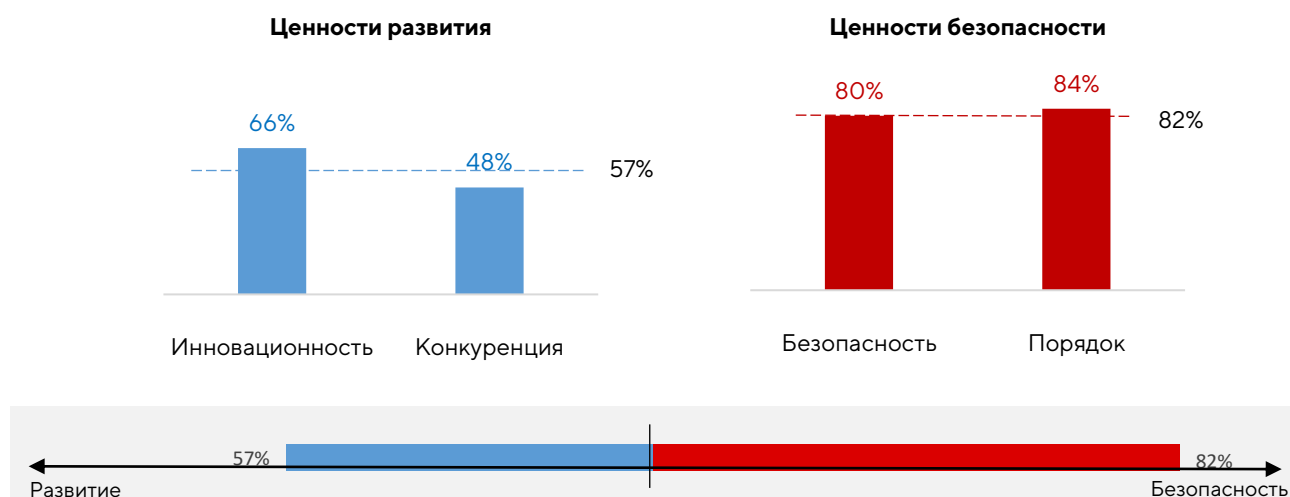
ЛИЧНОСТНЫЕ ЦЕННОСТИ РОССИЯН БЛИЖЕ К БЕЗОПАСНОСТИ

Широкий набор изучаемых ценностей в данном исследовании позволяет выделить такие категории, как развитие и безопасность.

Ценностями развития являются инновационность и конкуренция, которые характерны жизни не всех россиян (66% и 48% соответственно). Средний уровень предпочтения ценностей развития для россиян составляет 57%.

Ценности безопасности, представленные безопасностью и порядком, оказались более характерны для жизни россиян (80% и 84% соответственно). Средний уровень соответствия жизни россиян ценностям безопасности составляет 82%.

Таким образом, говоря о своей жизни, россияне в большей степени склонны характеризовать ее через ценности безопасности, чем развития (82% против 57% соответственно). Выявленная особенность очень важна и говорит о том, что удовлетворение потребностей с целью повышения качества жизни должно сопровождаться защищённостью жизненно важных интересов; в противном случае удовлетворение потребностей может сопровождаться неоднозначным эффектом на качество жизни и настроения, оказать как нейтральное, так и негативное влияние.



СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИСУЩИЕ РОССИЯНАМ С ПРЕОБЛАДАНИЕМ ЦЕННОСТЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИЛИ РАЗВИТИЯ

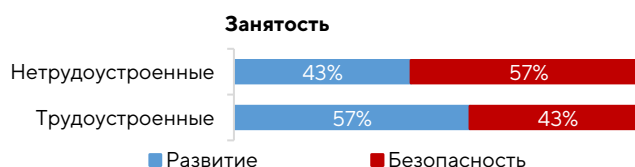
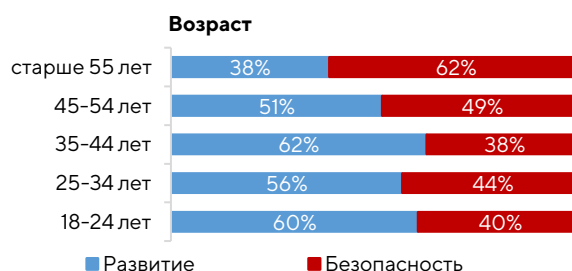
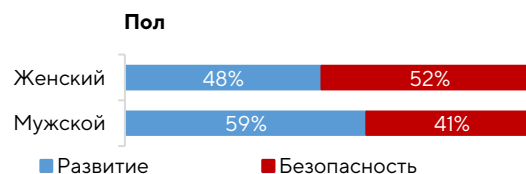
С целью изучения вопроса, как ценностные ориентиры связаны с социально-демографическими характеристиками, был проведен факторный анализ. Численными методами (методом главных компонент с вращением варимакс) были выделены два фактора, которые позволили разделить респондентов по преобладанию тех или иных ценностей.

Первый фактор включает в себя ценности порядка и безопасности, второй фактор – инновационности и конкуренции. Все критерии корректности анализа соблюдены: мера адекватности выборки КМО составила 0,569, коэффициенты общности >0,60, критерий сферичности Бартлетта соблюден, доля объясненной дисперсии 66%.

Анализ социально-демографических характеристик показывает, что среди мужчин заметно чаще встречаются те, кто разделяет ценности развития (59%). Также эти ценностные ориентиры более присущи респондентам в возрасте до 44 лет (56–62%), тогда как респонденты в возрасте старше 55 лет, напротив, значительно чаще отдают предпочтение ценностям безопасности (62%).

Среди респондентов с уровнем материального положения средним и более высоким, заметно чаще встречаются те, кто разделяет ценности развития (55–74%). Также преобладание ценностей развития чаще встречается среди представителей наименее обеспеченной группы (55%).

Зеркальным образом разделились группы по занятости: трудоустроенным респондентам чаще свойственны ценности развития (57%), тогда как нетрудоустроенным – безопасности (57%).

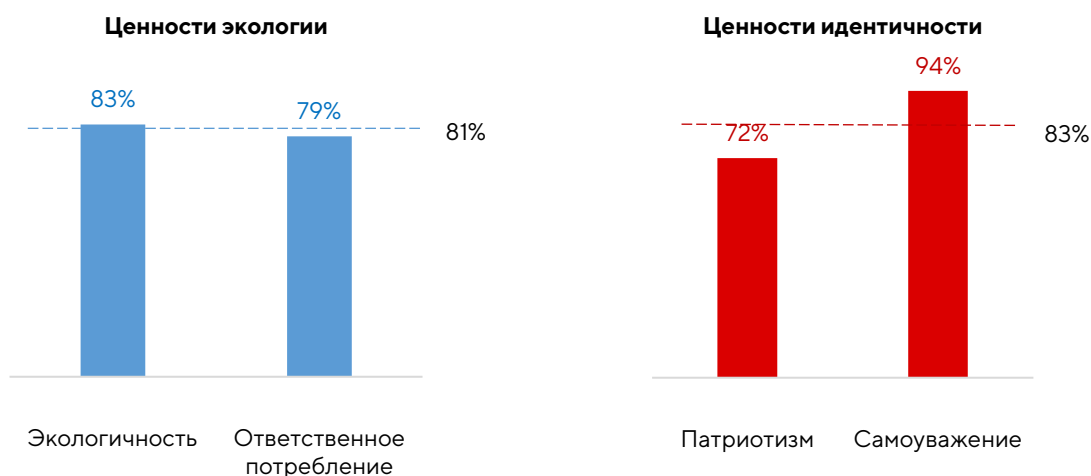


ТАКИЕ ЦЕННОСТИ, КАК ЭКОЛОГИЯ И ИДЕНТИЧНОСТЬ, СООТВЕТСТВУЮТ ЖИЗНИ РОССИЯН

Вне противопоставления друг другу могут быть рассмотрены ценности экологии и идентичности.

Ценностями экологии являются экологичность и ответственное потребление. По мнению большинства россиян, в их жизни присутствуют такие ценности (83% и 79% соответственно). Ценности экологии в своей жизни отмечают в среднем 81% россиян, этот высокий уровень может свидетельствовать о «встроенности» россиян в мировой контекст, направленный на защиту окружающей среды, усиливающий внимание к экологическим инициативам, рациональному и разумному потреблению, др.

Ценности идентичности, состоящие из патриотизма и самоуважения, оказались более дифференцированными: самоуважение как ценность, которая характеризует собственную жизнь, отмечают почти все граждане (94%). В то время как патриотизм присущ только 7 из 10 (72%). Средний уровень присутствия ценностей идентичности в жизни россиян составил 83%, что также является достаточно высоким значением.



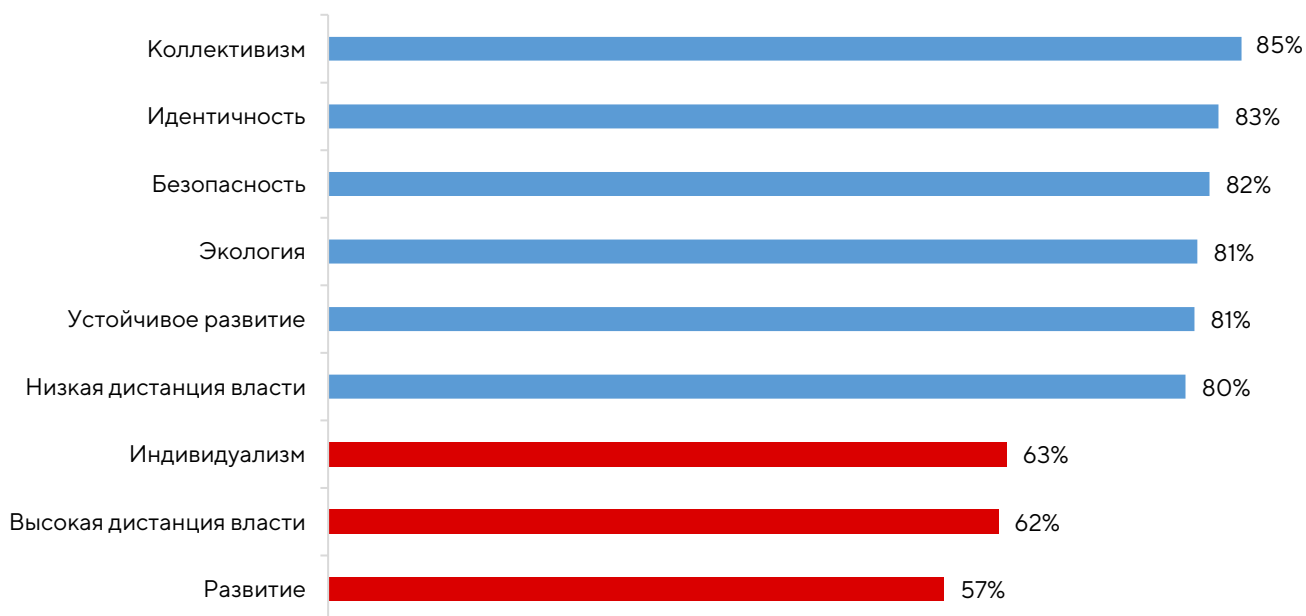
ВОСПРИЯТИЕ СОБСТВЕННОЙ ЖИЗНИ КОНЦЕНТРИРУЕТСЯ В ШЕСТИ ГРУППАХ ЦЕННОСТЕЙ

При изучении ценностей некоторые из них могут быть сгруппированы в категории, позволяющие более системно отразить культурные особенности. На диаграмме представлены группы ценностей, а также ценность устойчивого развития, которая не вошла ни в одну более крупную категорию.

Среди групп ценностей выявлены шесть категорий, которые присущи жизни большинства (80% и более) россиян. Так, восприятие россиянами собственной жизни характеризуется такими ценностями, как коллективизм, идентичность, безопасность, экология, устойчивое развитие, низкая дистанция власти. Лидером среди всех изучаемых ценностей является коллективизм.

Группы ценностей индивидуализма, высокой дистанции власти и развития обладают значительно меньшим уровнем присутствия в жизни россиян (57-63%).

Отметим, что ценности, которыми россияне характеризуют свою жизнь, отличаются от ценностей, которые они относят к российскому обществу в целом. В связи с этим далее мы предлагаем также детально изучить восприятие гражданами российского общества в целом.



04

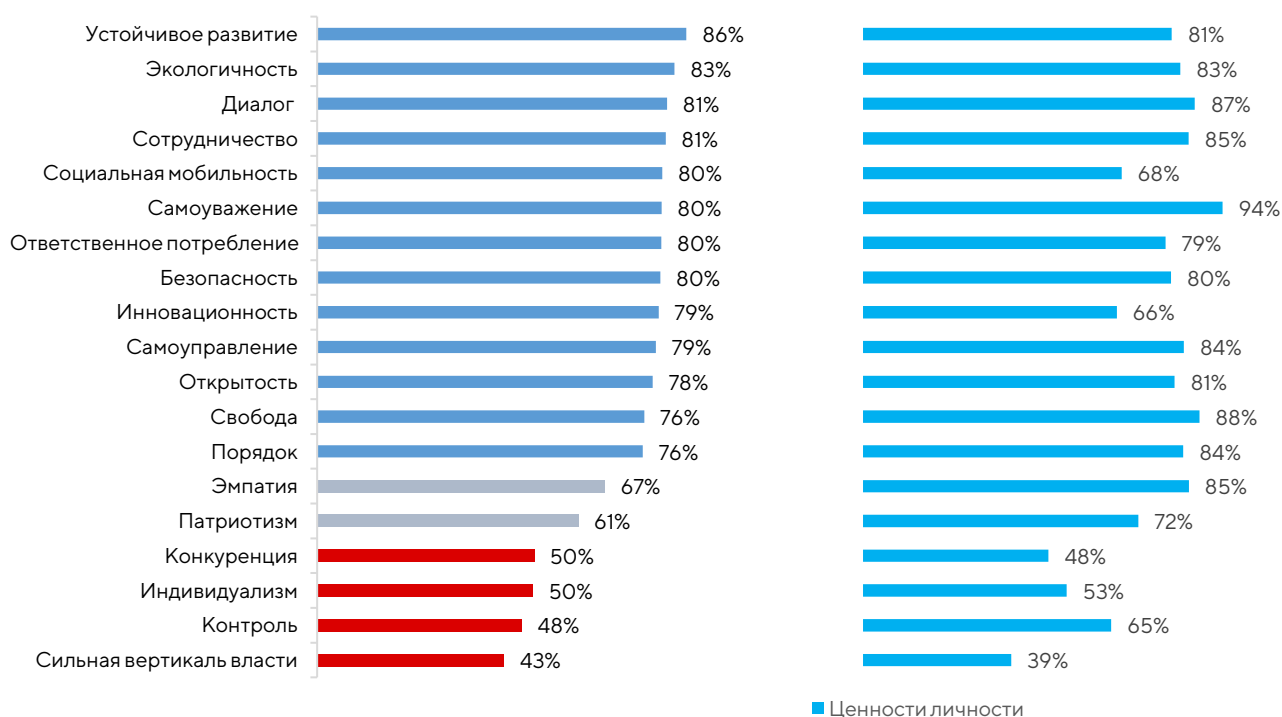
**ЦЕННОСТИ
БУДУЩЕГО:
ВЕКТОР РАЗВИТИЯ**

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЭКОЛОГИЧНОСТЬ – ЦЕННОСТИ, КОТОРЫЕ НУЖДАЮТСЯ В РАЗВИТИИ

Среди ценностей, которые нуждаются в развитии для улучшения качества жизни, россияне называют самые различные ценности, наиболее популярными из которых стали топ-13 ценностей, где лидирующие позиции занимают устойчивое развитие (86%) и экологичность (83%). Меньшее внимание россиян (с точки зрения улучшения жизни) выявлено относительно ценностей конкуренции (50%), индивидуализма (50%), контроля (48%) и сильной вертикали власти (43%). Эмпатия и патриотизм стали промежуточными ценностями, которые нуждаются в развитии по мнению 61–67% россиян.

При рассмотрении групп ценностей наиболее нуждающимися в развитии являются устойчивое развитие (86%), экология (81%), низкая дистанция власти (79%) и безопасность (78%). Категории коллективизма, идентичности и развития заняли промежуточное положение – они нуждаются в развитии по мнению 65–74% россиян. Наконец, группы коллективизма и высокой дистанции власти стали наименее популярными с точки зрения улучшения жизни (55–59%).

Наблюдается определенная связь между ценностями, присущими жизни россиян, и их запросом на развитие определенных ценностей: ценности, которыми россияне характеризуют свою жизнь реже всего, имеют меньшую значимость с точки зрения развития.



05

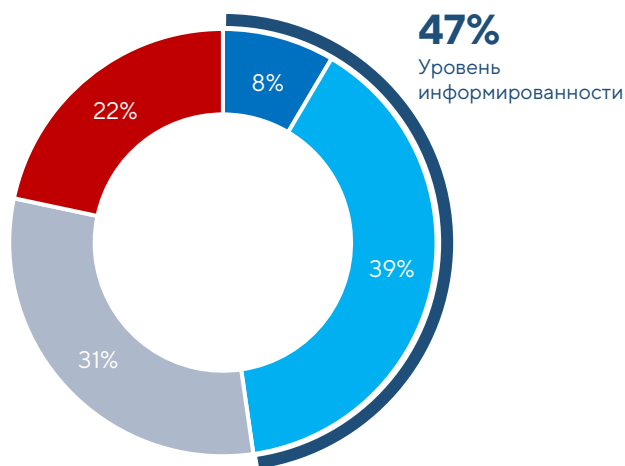
**НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ КАК
ИНСТРУМЕНТ
РАЗВИТИЯ
ЦЕННОСТНЫХ
ОРИЕНТИРОВ**

ПОЧТИ ПОЛОВИНА РОССИЯН СЛЫШАЛИ О НАЦПРОЕКТАХ

47% знает/слышали о нацпроектах, причем хорошо проинформированы только 8%. Почти треть россиян (31%) не знает о нацпроектах, но испытывает интерес к данной информации. И для 22% нацпроекты не входят в зону их интересов..

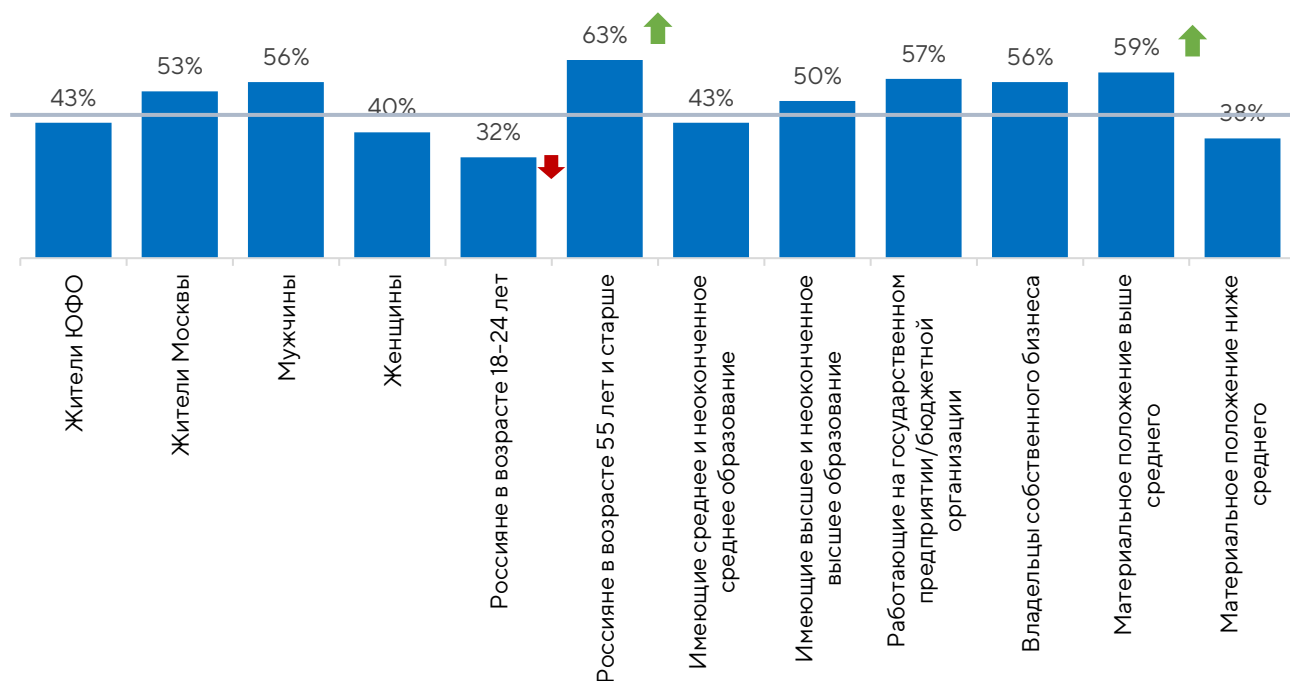
Существуют различия в информированности россиян по полу: мужчин, знающих о нацпроектах, больше, чем женщин (56% против 40%). Чем старше граждане, тем лучше они осведомлены о нацпроектах – уровень информированности растёт от 32% среди россиян в возрасте 18-24 лет до 63% среди россиян в возрасте 55 лет и старше. Граждане, имеющие высшее образование, знают о нацпроектах чаще, чем имеющие среднее образование (50% против 43%), так же, как имеющие материальное положение выше среднего знают о нацпроектах чаще, чем имеющие материальное положение ниже среднего (59% против 38%). Повышенный уровень информированности о нацпроектах демонстрируют россияне, занятые на государственных предприятиях (57%), а также предприниматели (56%).

Информированность о нацпроектах



- Хорошо проинформирован
- Что-то слышал
- Не знаю об этом, но было бы интересно узнать
- Не знаю об этом, и мне не интересно

Уровень информированности



БОЛЬШИНСТВО РОССИЯН, КОТОРЫЕ НЕ ЗНАЮТ О НАЦПРОЕКТАХ, ПРОЯВЛЯЮТ ИНТЕРЕС К ДАННОЙ ТЕМЕ

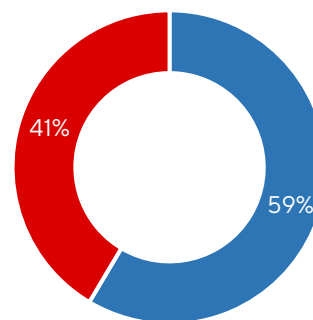
Больше половины россиян не знает о нацпроектах (53%). Среди тех, кто не знает о нацпроектах, больше половины (59%) хотели бы узнать об этом больше.

Выше доля интересующихся среди жителей УФО (69%), жителей СКФО (68%), предпринимателей (69%), занятых на временном месте работы (78%), находящихся в декретном отпуске (75%), студентов (71%).

Женщины при незнании о нацпроектах выражают желание узнать о них чаще, чем мужчины (64% против 50%).

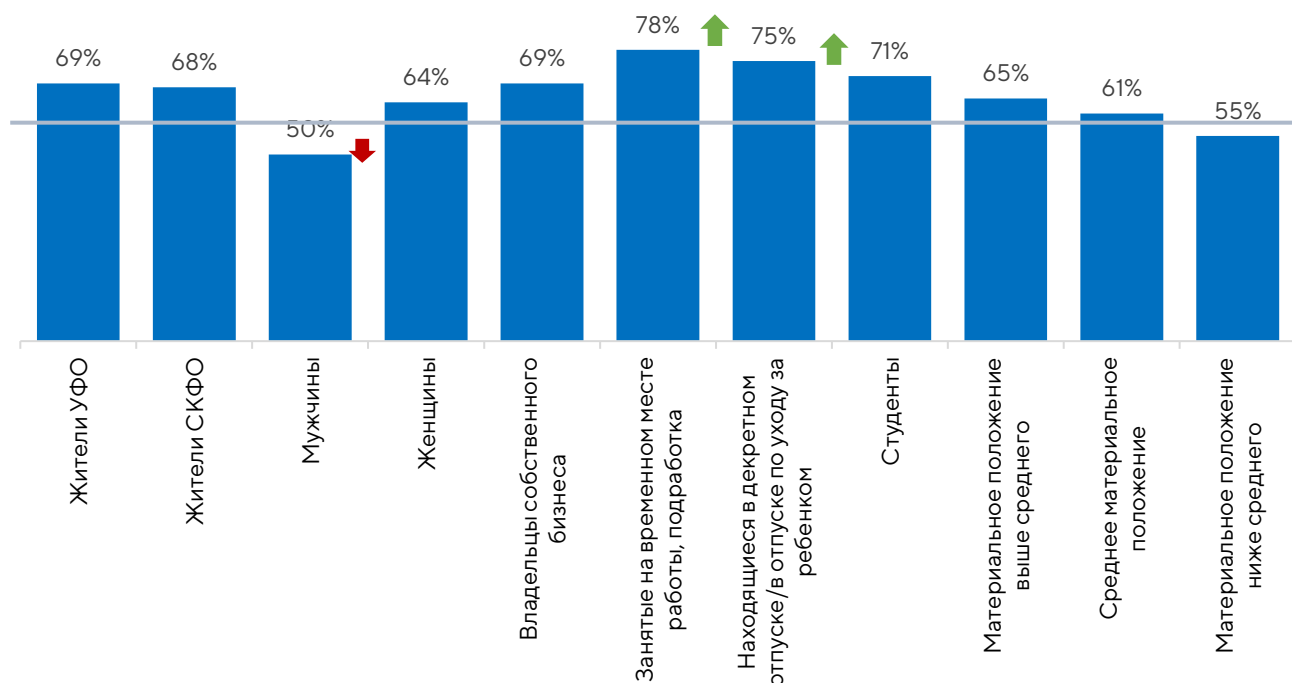
С улучшением материального положения также заинтересованность в нацпроектах растет (с 55% среди россиян с материальным положением ниже среднего до 65% среди россиян с материальным положением выше среднего).

Желание узнать о нацпроектах (среди тех, кто не знает о них на сегодняшний день)



- Было бы интересно узнать о нацпроектах
- Нацпроекты не интересны

Желание узнать о нацпроектах

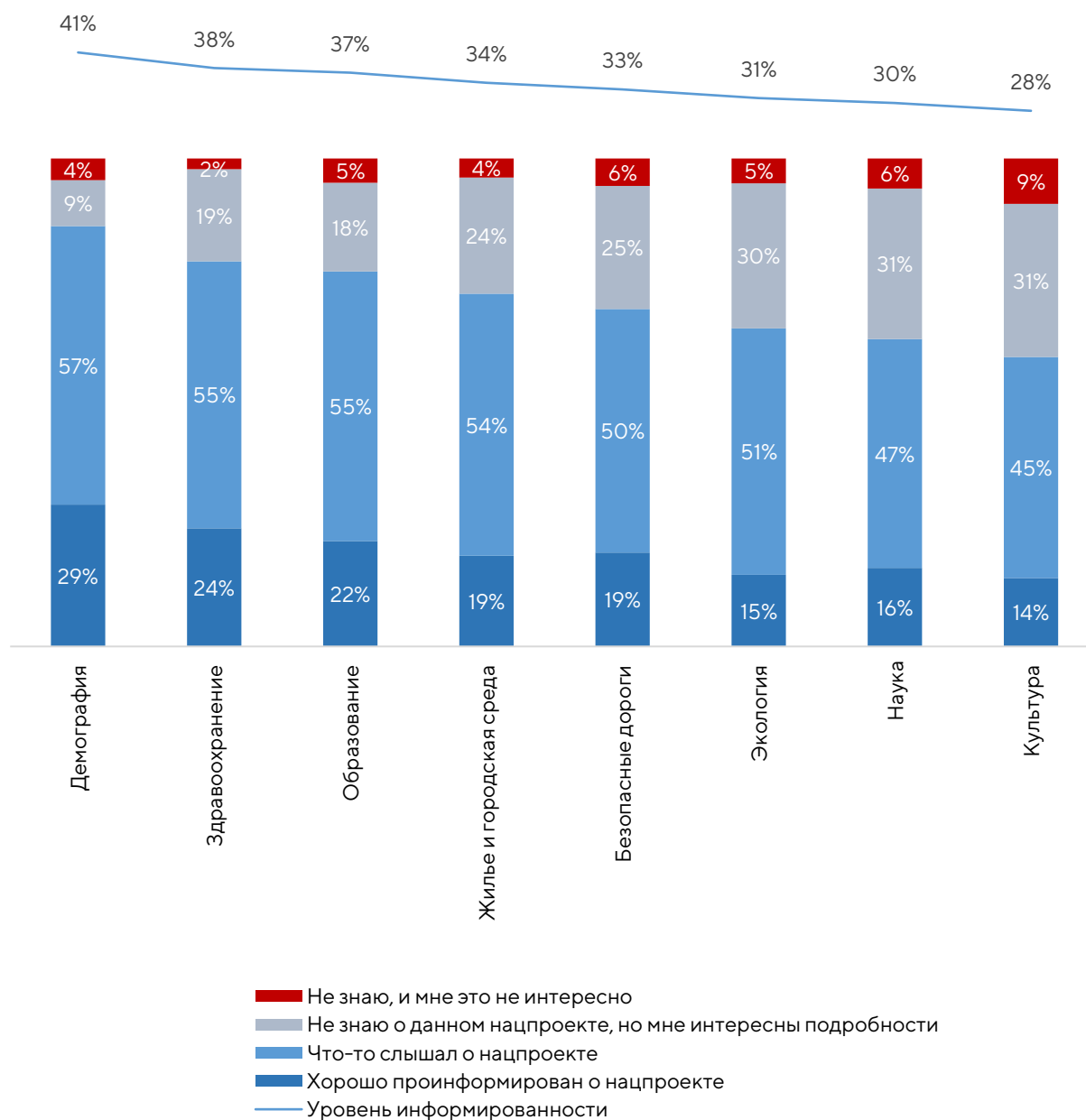


ЧАЩЕ РОССИЯНЕ ЗНАЮТ О ТАКИХ НАЦПРОЕКТАХ КАК «ДЕМОГРАФИЯ», «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ» И «ОБРАЗОВАНИЕ»

Чаще россияне осведомлены о нацпроектах «Демография» (41%), «Здравоохранение» (38%) и «Образование» (37%). О таких нацпроектах, как «Культура», «Наука» и «Экология», осведомлено менее трети россиян (28%, 30% и 31% соответственно).

Отметим, что нацпроект «Культура» вызывает наименьшую заинтересованность среди россиян – каждый десятый россиянин, знающий о нацпроектах, указал, что не знает о нем, и ему данный нацпроект не интересен.

Уровень информированности о нацпроектах

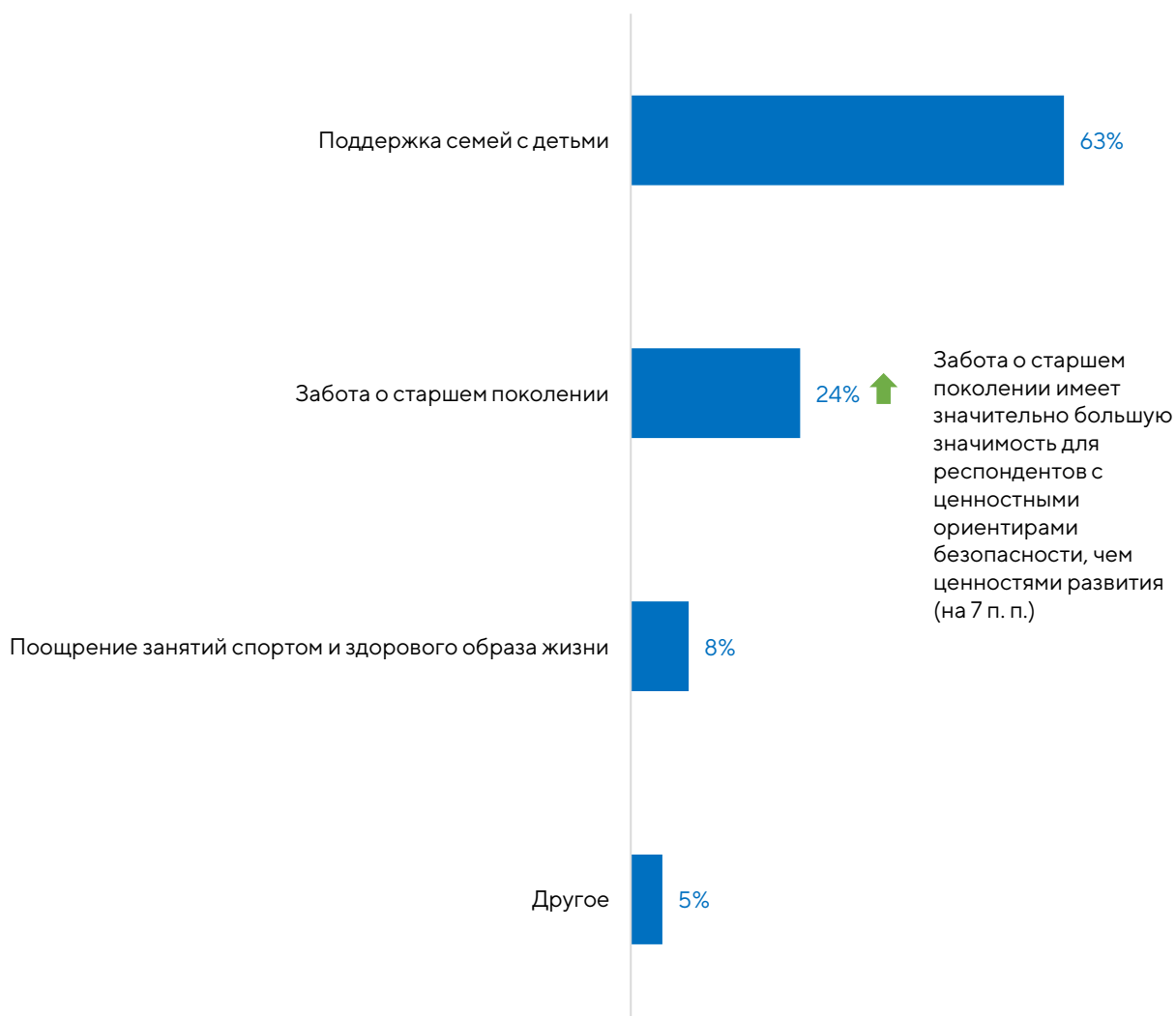


ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «ДЕМОГРАФИЯ» ДОЛЖНА БЫТЬ ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

В ближайшие три года национальный проект «Демография», по мнению россиян, должен быть направлен на поддержку семей с детьми (63%). Каждый четвертый житель страны указал о приоритете заботы о старшем поколении (24%).

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Демография», в первую очередь, обусловлен возрастом россиян: граждане среднего возраста 25–44 лет выступают за поддержку семей с детьми (70%), а россияне старшего возраста от 55 лет говорят о приоритете заботы о старшем поколении (37%).

Приоритеты нацпроекта «Демография»



ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «ОБРАЗОВАНИЕ» ДОЛЖНЫ БЫТЬ РАВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВСЕХ

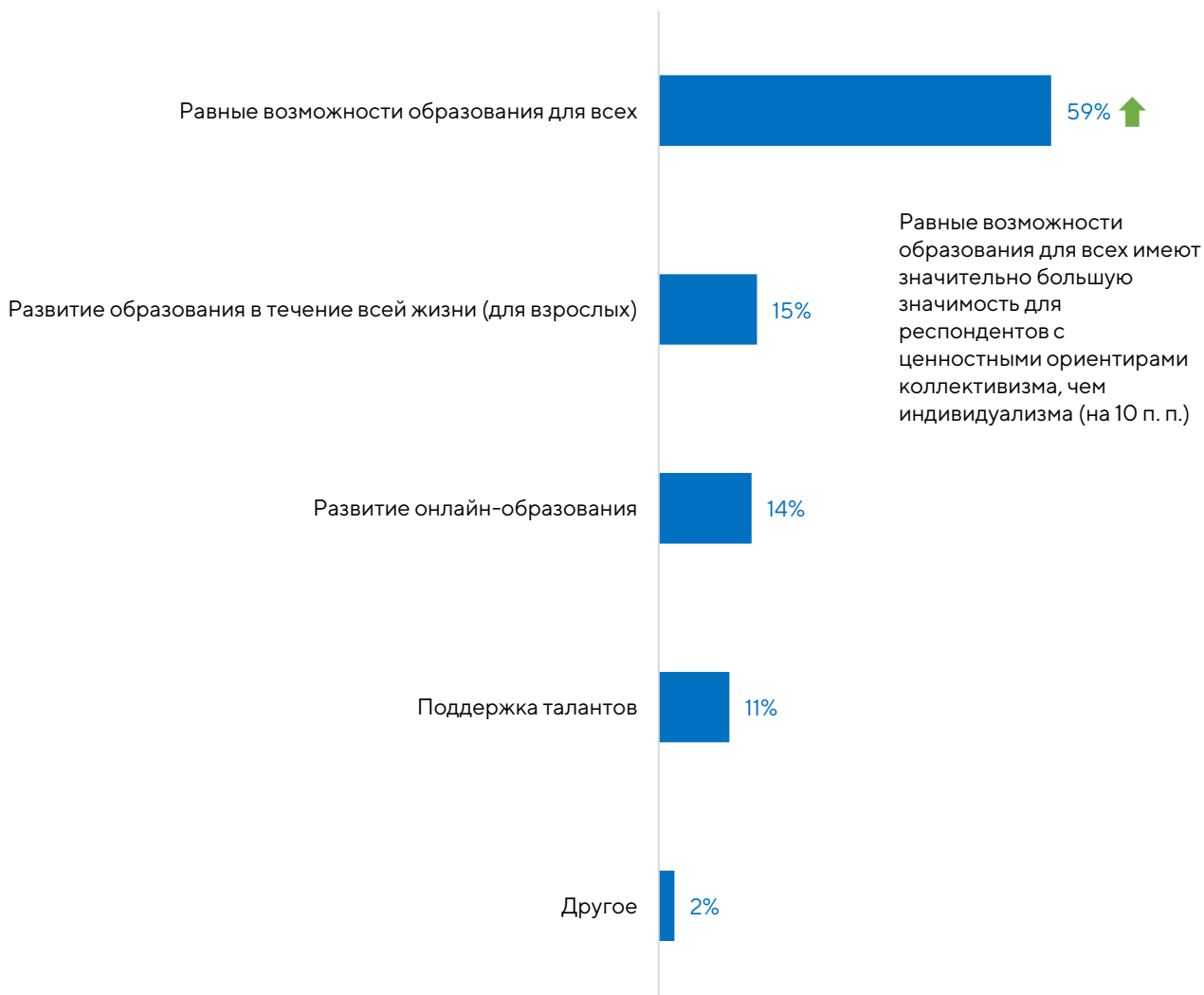
В ближайшие три года национальный проект «Образование», по мнению россиян, должен быть направлен на обеспечение равных возможностей образования для всех (59%). Остальные приоритеты оказались намного менее популярны (11-15%).

Приоритет развития онлайн-образования характерен для жителей Дальневосточного федерального округа (18%) и Москвы (20%), где посещение образовательных учреждений связано с климатическими трудностями или большим расстоянием.

Россияне в возрасте 18-24 лет чаще говорят о приоритете развития онлайн-образования (20%) и развития образования в течение всей жизни (23%).

Во многом распределение приоритетов связано с материальным положением россиян: среди граждан с материальным положением выше среднего чаще в приоритете развитие онлайн-образования (18%) и развитие образования в течение всей жизни (21%), а среди россиян с материальным положением ниже среднего в приоритете чаще равные возможности образования (63%).

Приоритеты нацпроекта «Образование»

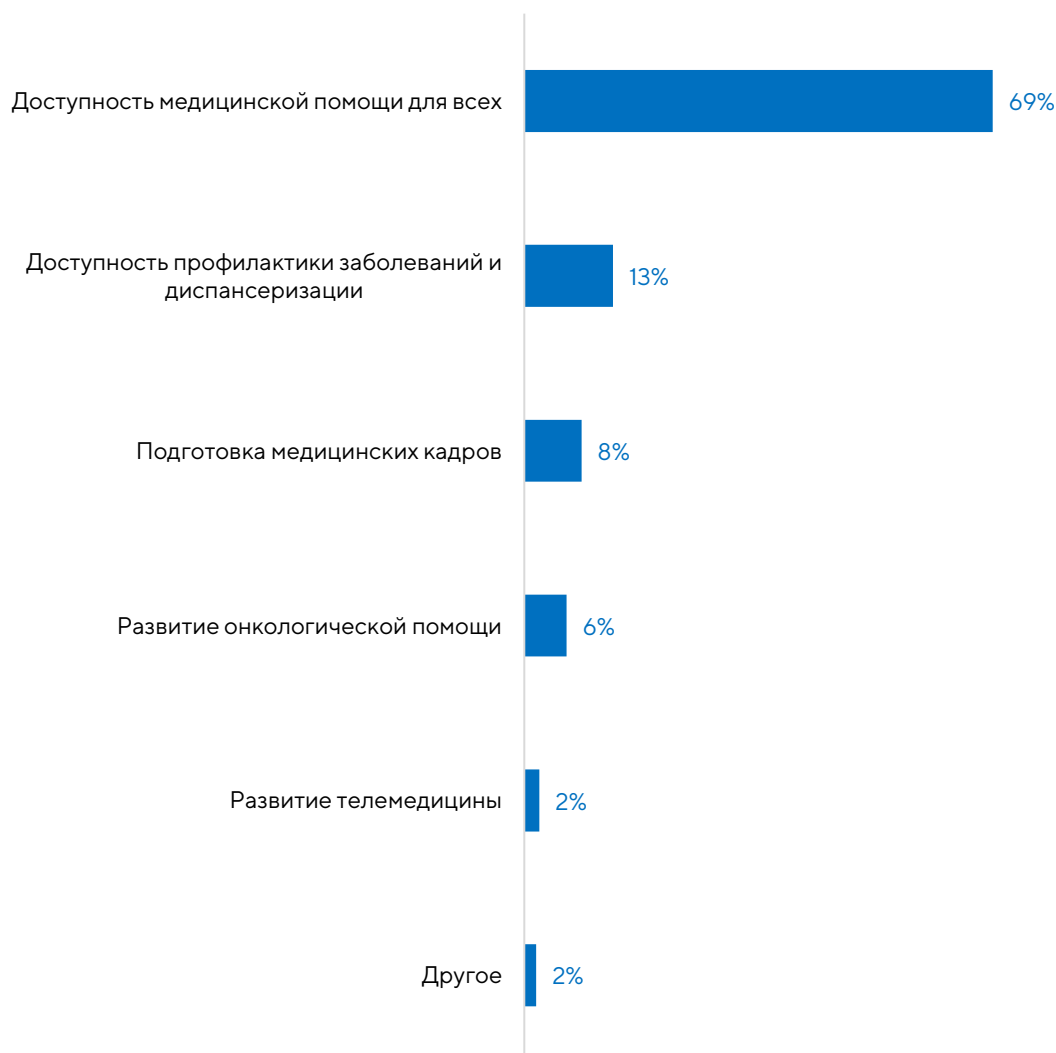


ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ» ДОЛЖНА БЫТЬ ДОСТУПНОСТЬ МЕДИЦИНЫ ДЛЯ ВСЕХ

В ближайшие три года национальный проект «Здравоохранение», по мнению россиян, должен быть направлен на обеспечение доступности медицинской помощи для всех (69%). Остальные приоритеты оказались намного менее популярны (2-13%).

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Здравоохранение» обусловлен территориальными особенностями проживания россиян и их возрастом. Так, жители Москвы чаще отмечают приоритет доступности профилактики заболеваний и диспансеризации (18%), а жителей небольших городов с населением до 500 тысяч жителей волнует проблема подготовки медицинских кадров (10%). С другой стороны, россияне в возрасте 18-24 лет чаще отмечают приоритет развития онкологической помощи (12%), в то время как граждане среднего возраста 35-54 лет выступают за доступность профилактики заболеваний и диспансеризации, а россияне старшего возраста от 55 лет говорят о приоритете доступности медицинской помощи для всех (74%).

Приоритеты нацпроекта «Здравоохранение»



ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «КУЛЬТУРА» ДОЛЖНА БЫТЬ ДОСТУПНОСТЬ КУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ/СОБЫТИЙ ДЛЯ ВСЕХ

О нацпроекте «Культура» россияне осведомлены реже всего (28%). Однако приоритеты данного нацпроекта одни из наиболее неоднозначных.

В ближайшие три года национальный проект «Культура», по мнению россиян, должен быть направлен на обеспечение доступности культурных объектов и событий (41%). Треть граждан считают приоритетом развитие культурного туризма в России (30%). Каждый пятый житель страны указал о приоритете поддержки творчества каждого человека (19%).

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Культура» обусловлен местом проживания россиян, их возрастом и материальным состоянием. Так, развитие культурного туризма приоритетнее для жителей УФО и СКФО (37% и 40% соответственно), более молодые россияне в возрасте 18-24 чаще выступают за поддержку творчества каждого человека и цифровизацию культуры (25% и 15% соответственно), но чем старше граждане, тем им важнее становится доступность культурных объектов и событий – такой приоритет выбрали половина россиян в возрасте 55 лет и старше (49%).

Для более обеспеченных россиян, которые имеют материальное положение выше среднего, в приоритете чаще стоят развитие культурного туризма в России и цифровизация культуры (37% и 12% соответственно), для граждан, имеющих среднее материальное положение приоритет стоит на доступности культурных объектов и событий (41%), а среди граждан, имеющих материальное положение ниже среднего, чаще в приоритете поддержка творчества каждого человека (22%).

Приоритеты нацпроекта «Культура»



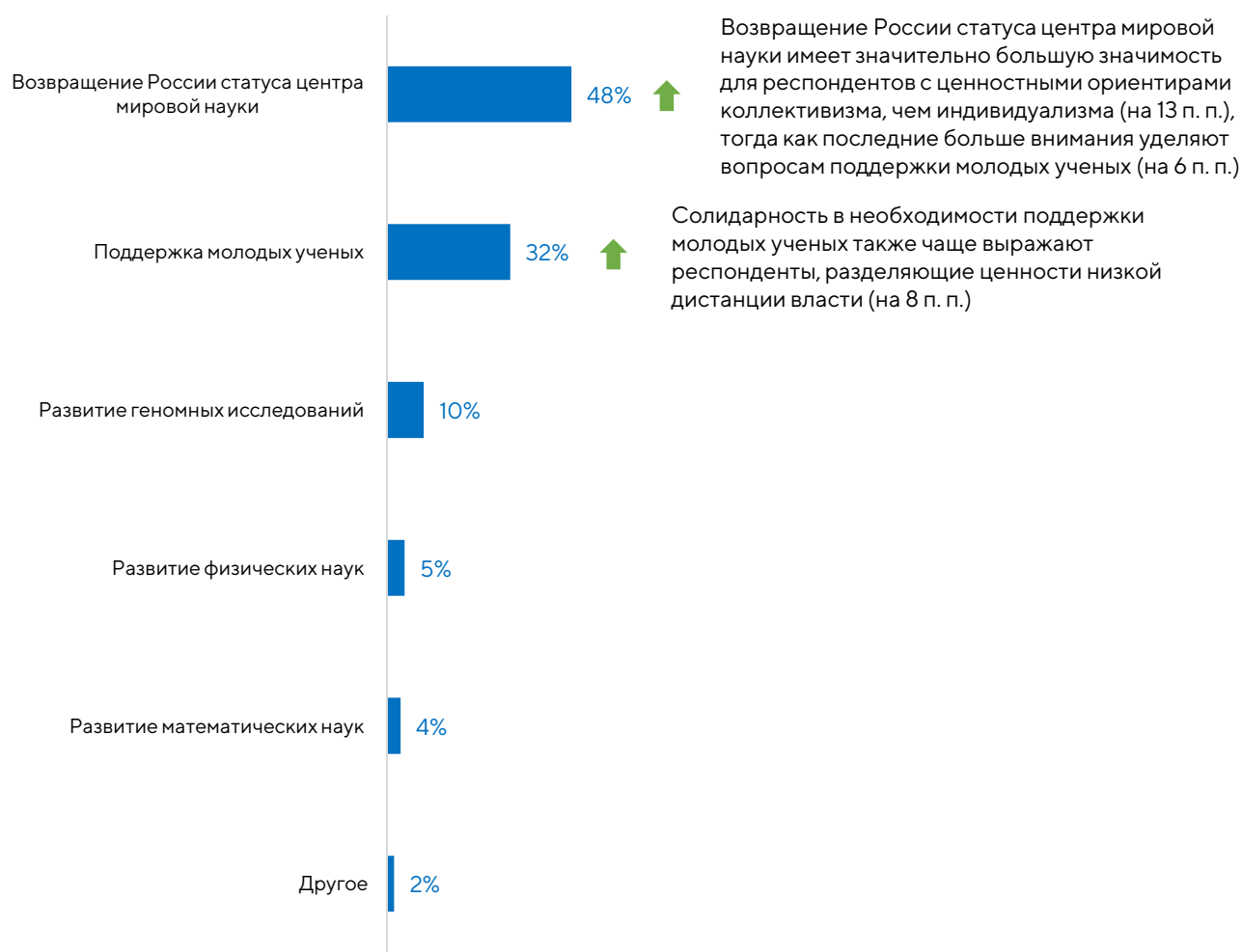
ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «НАУКА» ДОЛЖНО БЫТЬ ВОЗВРАЩЕНИЕ РОССИИ СТАТУСА ЦЕНТРА МИРОВОЙ НАУКИ

В ближайшие три года национальный проект «Наука», по мнению россиян, должен быть направлен на возвращение России статуса центра мировой науки (48%). Каждый третий житель страны заявил о приоритете поддержки молодых ученых (32%). Остальные приоритеты оказались намного менее популярны (4-10%).

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Наука» обусловлен возрастом и материальным положением россиян: с увеличением возраста растёт поддержка приоритета возвращения России статуса центра мировой науки (с 28% среди россиян в возрасте 18–24 лет до 67% среди россиян в возрасте 55 лет и старше), но при этом сокращается приоритет поддержки молодых ученых (с 39% до 23%) и развития геномных исследований (с 18% до 5%).

С другой стороны, граждане с материальным положением выше среднего чаще ставят в приоритет для нацпроекта «Наука» развитие геномных исследований, а россияне с материальным положением ниже среднего чаще выступают за приоритет поддержки молодых ученых (34% против 30% у граждан с материальным положением выше среднего).

Приоритеты нацпроекта «Наука»



ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ» ДОЛЖНО БЫТЬ СОХРАНЕНИЕ ПРИРОДНОГО ДОСТОЯНИЯ РОССИИ

В ближайшие три года национальный проект «Экология», по мнению россиян, должен быть направлен на сохранение природного достояния России (47%). Каждый пятый житель страны указал на приоритет раздельного сбора и переработки мусора (19%). Остальные приоритеты оказались менее популярны (6-13%).

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Экология», в первую очередь, обусловлен местом проживания россиян: раздельный сбор и переработку мусора чаще выбирали жители СФО (22%), ЮФО (23%) и Крыма (24%), последние также чаще, чем жители других регионов, в приоритет ставили восстановление лесов (22%) наравне с жителями ДФО (16%) и СКФО (21%). Очистка рек и водоёмов чаще была в приоритете среди жителей ПФО (16%) и ЮФО (16%). Жители СЗФО ставили в приоритет сохранение природного достояния России чаще жителей других регионов (53%).

Приоритеты нацпроекта «Экология»



ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «БЕЗОПАСНЫЕ ДОРОГИ» ДОЛЖЕН БЫТЬ РЕМОНТ И КАЧЕСТВО ДОРОГ

В ближайшие три года национальный проект «Безопасные дороги», по мнению россиян, должен быть направлен на ремонт и качество дорог (49%). Каждый четвертый житель страны указал на приоритет повышения безопасности на дорогах (19%). 17% высказались за доступность дорог в отдаленных и сельских территориях.

Выбор того или иного приоритета нацпроекта «Безопасные дороги» обусловлен местом проживания россиян, их возрастом, полом и материальным положением. Так, приоритет повышения безопасности на дорогах чаще выбирали жители ЮФО (29%) и ДФО (31%), доступность дорог в отдаленных и сельских территориях в качестве приоритета чаще выбирали жители СЗФО (19%), СКФО (19%) и Крыма (20%), а на ремонт и качество дорог как на приоритет чаще смотрели жители ПФО (52%), УФО (52%) и СФО (52%).

Жители Москвы и Санкт-Петербурга чаще выбирали приоритет повышения безопасности дорог (29 и 31% соответственно), ремонт и качество дорог в качестве приоритета чаще выбирали жители городов-миллионников (52%) и городов с населением от 500 тысяч до 1 млн жителей (52%). Жителей Москвы и небольших городов с населением до 500 тысяч жителей объединил приоритет доступности дорог в отдаленных и сельских территориях (21% и 20% соответственно).

Существуют различия в выборе приоритетов нацпроекта «Безопасные дороги» между мужчинами и женщинами: мужчины, которые чаще являются водителями, чаще выбирают ремонт и качество дорог в качестве приоритета (51% против 46% среди женщин), женщины же чаще в приоритет ставят повышение безопасности на дорогах (27% против 23% у мужчин).

Приоритет повышения безопасности на дорогах также более выражен среди граждан в возрасте 18–24 лет (30%) и 35–44 лет (40%). Для старшего поколения в возрасте 45 лет и старше, отличающихся более дачным образом жизни, чаще в приоритете доступность дорог в отдаленных и сельских территориях (20–21%).

С улучшением материального положения россияне чаще ставят в приоритет повышение безопасности на дорогах (с 24% среди россиян с материальным положением ниже среднего до 31% среди россиян с материальным положением выше среднего) и контроль за соблюдением ПДД (с 7% до 9%), но реже приоритетом становится ремонт и качество дорог (49% до 46%) и доступность дорог в отдаленных и сельских территориях (с 19% до 13%).

Приоритеты нацпроекта «Безопасные дороги»



ПО МНЕНИЮ РОССИЯН, КЛЮЧЕВЫМ ПРИОРИТЕТОМ НАЦПРОЕКТА «ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА» ДОЛЖНО БЫТЬ СТРОИТЕЛЬСТВО НЕДОРОГОГО И КОМФОРТНОГО ЖИЛЬЯ

В ближайшие три года национальный проект «Жилье и городская среда», по мнению россиян, должен быть направлен на строительство недорогого комфортного жилья (37%). Каждый четвертый житель страны заявил о приоритете благоустройства городских общественных пространств (28%) и субсидирования покупки жилья (24%). Один из десяти россиян ставит в приоритет развитие городских сообществ и самоуправления (9%).

Благоустройство городских общественных пространств чаще в качестве приоритета выбирали жители ПФО (33%), а развитие городских сообществ было важнее жителям ЦФО (13%) и УФО (13%). Строительство недорогого комфортного жилья было чаще приоритетом для жителей Крыма (45%), СКФО (42%) и ДФО (42%). Последние также отличались большим приоритетом субсидирования покупки жилья (27%).

Для жителей Москвы приоритетом чаще становилось развитие городских сообществ и самоуправления, жители Санкт-Петербурга отличались большим вниманием к субсидированию покупки жилья (30%), жители городов-миллионников чаще остальных в качестве приоритета выбирали благоустройство городских общественных пространств (31%), а жители небольших городов с населением до 500 тысяч жителей чаще как приоритет выбирали строительство недорогого комфортного жилья (39%).

Существуют различия в выборе приоритетов нацпроекта «Жилье и городская среда» между мужчинами и женщинами: женщины чаще выбирали приоритет субсидирования покупки жилья (27% против 19% среди мужчин).

Молодёжь в возрасте 18–24 лет чаще выступает за благоустройство городских общественных пространств (41%) и развитие городских сообществ (14%), в то время как россияне среднего возраста 35–44 лет в качестве приоритета считают субсидирование покупки жилья (29%), а россияне старшего возраста от 55 лет и старше заявляли о приоритете строительства недорогого комфортного жилья (37%).

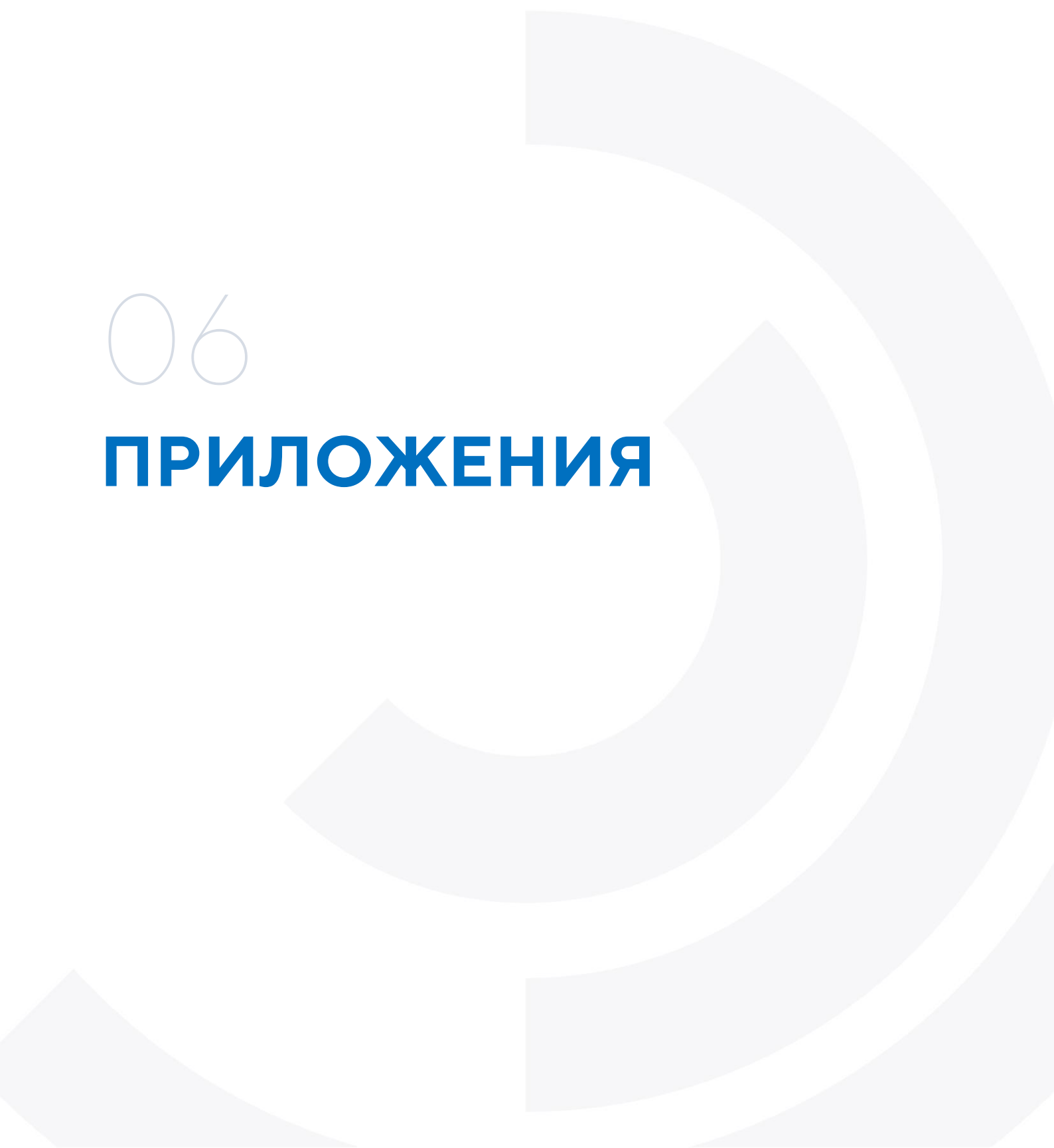
С улучшением материального положения россияне чаще ставят в приоритет благоустройство городских общественных пространств (с 26% среди россиян с материальным положением ниже среднего до 31% среди россиян с материальным положением выше среднего) и развитие городских сообществ (с 8% до 14%), в то время как граждане со средним и ниже среднего материальным положением чаще обеспеченных в качестве приоритета выбирали строительство недорогого комфортного жилья (38% против 33%) и благоустройство городских общественных пространств (24–25% против 20%).

Приоритеты нацпроекта «Жилье и городская среда»



06

ПРИЛОЖЕНИЯ



АРХИТЕКТУРА ПРОЕКТА



Сбор данных

Метод сбора уникальных данных:

- всероссийский опрос (смешанный метод – онлайн и САТІ* для труднодоступных территорий)

Выборка:

- к началу июля количество участников составило не менее 4 800 человек по многоступенчатой квотированной выборке;
- выборка по новому блоку о ценностях – не менее 1 600 человек;

Метод анализа данных:

- социально-экономическая и эконометрическая аналитика

Периодичность:

- ежемесячно

*компьютеризированное телефонное интервью



Основные аналитические блоки

- Образ жизни россиян и его трансформация
- Ожидания от будущего (на ближайшие полгода)
- Оценка риска заражения на основе личных страхов
- Оценка эффективности деятельности исполнительной власти и системы здравоохранения
- Потребительская активность: по товарам и типу (включая онлайн-рынок)
- Финансовое положение россиян: выявленный спрос на рынке недвижимости, туризма и др.
- Образ жизни человека и общества в России через призму ценностей
- Развитие ценностных ориентиров
- Национальные проекты как инструмент развития ценностных ориентиров

Аналитика представлена в срезе по социально-демографическим группам и другим значимым факторам

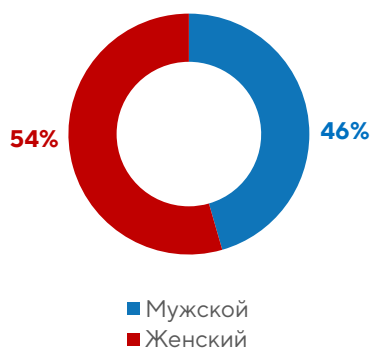
[Подробнее о выборке](#)

ГЛОССАРИЙ ЦЕННОСТЕЙ

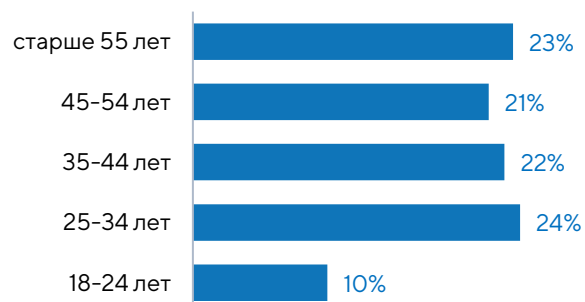
Ценность	Пояснение
Индивидуализм	Интересы отдельной личности выше интересов общества
Свобода	Возможность человека определять свои действия: свобода мысли, выбора, слова, свобода принятия решений
Открытость	Доступность информации, знаний, технологий; прозрачность действий организационных структур
Контроль	Наблюдение и проверка управляемых систем (процессов, людей)
Диалог	Возможность слышать и быть услышанным
Эмпатия	Сопереживание другим людям
Сотрудничество	Совместная деятельность, в результате которой все стороны получают ту или иную выгоду
Безопасность	Защищённость жизненно важных интересов личности, общества, государства от внутренних и внешних угроз
Инновационность	Постоянное внедрение изменений и новых методов работы
Сильная вертикаль власти	Жесткая управляемость, иерархия и подотчетность
Социальная мобильность	Возможность для изменения своего положения в обществе (карьерные возможности, др.)
Самоуправление	Право и способность человека или сообщества управлять самим собой
Экологичность	Бережливое отношение к природе и окружающей среде
Порядок	Гармоничное, ожидаемое, предсказуемое состояние
Самоуважение	Чувство собственного достоинства, отношение человека к себе как к личности
Ответственное потребление	Использование природных ресурсов в рамках удовлетворения только лишь необходимых потребностей
Устойчивое развитие	Развитие, учитывающее будущие потребности
Конкуренция	Борьба за достижение преимуществ
Патриотизм	Патриотизм

ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТОВ (N = 1 600)

Пол



Возраст



Материальное положение



Федеральный округ



07

КОМАНДА



КОМАНДА



**Александр
СИНИЦЫН**

Президент ЦСР



**София
МАЛЯВИНА**

Генеральный
директор АНО
«Национальные
приоритеты»



**Владимир
ГУЩИН**

Директор по
стратегическим
коммуникациям
ЦСР

v.gushchin@csr.ru

АВТОРЫ



**Лора
НАКОРЯКОВА**

Директор центра
социально-
экономических
исследований
ЦСР

l.nakoryakova@csr.ru



Михаил ГОРДЕЕВ

Заместитель
директора центра
социально-
экономических
исследований ЦСР

m.gordeev@csr.ru



Роман КАРИХ

Аналитик центра
социально-
экономических
исследований ЦСР

r.karikh@csr.ru



Юлия ГРЯЗНОВА

Руководитель дирекции
стратегии, аналитики и
исследований АНО
«Национальные приоритеты»

[j.gryaznova@
nationalpriority.ru](mailto:j.gryaznova@nationalpriority.ru)



Фонд «Центр стратегических разработок» (Фонд «ЦСР» или ЦСР) – российская некоммерческая организация, созданная в 1999 году с целью разработки и проведения стратегических исследований по социально-экономической тематике. Настоящее сообщение содержит исключительно информацию общего характера. Ни ЦСР, ни его аффилированные лица не предоставляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. ЦСР не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящую публикацию.

© 2020 Фонд «Центр стратегических разработок». Все права защищены.