

**ИЗБИРАТЕЛИ В. ПУТИНА НА ВЫБОРАХ  
ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ В 2012 Г. (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ  
ГОРОДСКОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО  
ИССЛЕДОВАНИЯ)**

Дьяконова К.С., Ляпина И.Ю., Соколов Р.В.<sup>1</sup>

*Волжский политехнический институт (филиал)  
Волгоградского государственного технического  
университета, Волжский, e-mail: dyakonova\_ks@mail.ru*

Прошедшие в прошлом году президентские выборы в России вновь сделали широко обсуждаемой тему электоральной поддержки кандидатов. Однако в силу ряда причин (нарастающий экономический кризис, усиливающееся протестное движение, ясно обозначившийся раскол элит) со временем данная тема сохраняет свою актуальность. Одним из источников информации об электоральных когортах кандидатов являются результаты социологических исследований, проводимых как на федеральном, так и региональном уровнях.

Социологической группой ВПИ (филиал) ГОУ ВПО ВолгГТУ в феврале 2012 года в городе Волжском было проведено исследование «Уровень социальных настроений и оценка промышленной политики власти жителями города Волжского». Основными целями данного исследования были: определение предвыборных настроений волжан, электоральных предпочтений различных социально-демографических категорий, особенностей электоральных когорт кандидатов.

Опрос волжан проводился методом телефонного интервью (САП-опрос, квотная выборка, 510 респондентов старше 18 лет, репрезентативность по полу, возрасту и месту жительства).

В результате анализа данных были определены основные электоральные характеристики сторонников кандидата В. Путина. Уровень их социального самочувствия несколько выше, чем у всех опрошенных. Более половины (58,5%) его избирателей склонны оценивать ситуацию в стране как «стабильную, но с множеством нерешенных проблем» (в целом по выборке таких избирателей 46,7%). Кроме того, у 53,2% респондентов данной когорты за последний год не произошло существенных изменений в их жизни, а у 29,3% за последний год жизнь «несколько улучшилась».

Среди проблем, которые избиратели В. Путина считают наиболее актуальными, первое место занимают «высокие тарифы на услуги ЖКХ» – 54,6%, второе (53,2%) – «высокий уровень цен на товары первой необходимости и лекарства», «нехватка мест в детских дошкольных учреждениях» – 42%.

На прошедших 4 декабря 2011 года выборах в Государственную Думу большинство из них (59%) отдали свои голоса партии «Единая Россия». В то же время 8,3% голосовали за Справедливую Россию, 6,8% – за КПРФ, а 17,6% не участвовали в выборах.

Таким образом, партийные предпочтения избирателей В. Путина не однородны, а существенная часть его электората проявила в декабре 2011 года политическую пассивность. Следует отметить, что на момент опроса заявленная электоральная активность сторонников В. Путина оказалась одной из самых высоких. Подавляющее их большинство (83,4%) были намерены прийти на участки в день голосования. Такие высокие показатели потенциальной электоральной активности могут свидетельствовать как о том, что сторонники В. Путина были уверены в его победе, так и о том, что выбор кандидата данной группой респондентов на момент опроса был окончательным.

Результаты исследования позволили выявить основные социально-демографические характеристики избирателей В. Путина. Женщин (63,4%) среди его сторонников больше, чем мужчин. Наиболее крупными возрастными когортами были: респонденты старше 64 лет – 21,5% и когорта 55 – 64 года – 19%. Пенсионеры наиболее крупная социально-профессиональная категория, поддерживающая В. Путина (29,8%); ИТР/служащие составили 16,1%, рабочие – 15,6%. У 63,9% респондентов уровень дохода в данной категории не превышает 10 тыс. рублей на одного члена семьи. Образовательный статус большинства респондентов средней, у 41% из них среднее специальное образование.

В качестве каналов информации сторонники В. Путина используют преимущественно телевидение и электронные СМИ (71,2%), газеты и печатные СМИ – 48,8%, а также 40,5% пользуются интернет-источниками.

Таким образом, социально-демографические характеристики электората В. Путина позволяют сделать вывод о том, что эти люди ценят стабильность, консервативны, боятся перемен, предпочитают традиционные источники информации и, в целом, воспринимают позитивно сложившуюся ситуацию в России и в их собственной жизни.

**РЕКРЕАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ  
В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ  
(НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ)**

Иваницкая А.Е., Кабачкова А.В.

*Томский государственный университет, Томск,  
e-mail: ivanickaya\_anastasiya92@mail.ru*

Согласно определению, которое дается словарями В. Даля и С.И. Ожегова, потребность – это необходимость, нужда в чем-либо, требующая удовлетворения. Существуют разные потребности в разных сферах жизни человека. Совокупность индивидуальных потребностей формирует структуру потребностей личности, изучению которой посвящены многочисленные работы отечественных и зарубежных ученых. Например, американский психолог А. Maslow в 50-е гг. XX в. представил в виде пирамиды иерархию потребностей личности (рис. 1) и в настоящее время эта классификация является основной. К. Альдерфер в 1972 г. выделил три группы потребностей существования, связи и роста, которые соотносятся с пирамидой А. Maslow. D.C. McClelland в 1965 г. выделил также три группы – потребности достижения, соучастия и власти, но эти потребности не имеют иерархичной структуры и зависят от индивидуальной психологии человека. Значительное внимание уделено анализу потребностей в отечественной литературе по психологии и социологии. В частности, В.И. Тарасенко рассмотрел две группы потребностей: существования и развития; В.Г. Подмарков – три группы: обеспечения, призвания и престижа.

Структура потребностей личности для каждого человека индивидуальна, может различаться не только состав, но и значимость (статус) каждой потребности в структуре. Существуют, например, архитипичные потребности, составляющие базовые психические потребности мужчин и женщин, – они одинаковы для всех мужчин или для всех женщин, независимо от места и эпохи проживания. У мужчин к таким потребностям относится потребность состояться, у женщин – быть привлекательной. На особенности в структуре потребностей влияет не только половая принадлежность, но и возраст. С возрастом количество потребностей не уменьшается, они про-

<sup>1</sup> Научные руководители: канд. социол. наук Ляпина И.Ю., ст. преподаватель Соколов Р.В.