

**Научно-исследовательская работа на тему:
СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЁЖИ
РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В 2025 ГОДУ**

Подготовлено ООО «Спектр» совместно с ГБУ «Республиканский
центр молодёжных, инновационных и профилактических программ
«Навигатор»

Весна – лето, 2025 год

СОДЕРЖАНИЕ

I. МЕТОДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	4–7
II. РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ОПРОСА МОЛОДЁЖИ	8–43
2.1 Материальное благополучие и удовлетворённость молодёжи жизнью	8
2.2. Точки социальной напряженности в молодёжной среде	10
2.3. Оценка качества образования. Образовательные планы и перспективы	16
2.4. Трудоустройство и занятость молодёжи	20
2.5. Досуг молодёжи	24
2.6. Удовлетворённость местом жительства и миграционные установки	27
2.7. Здоровье и здоровый образ жизни	32
2.8. Гражданственность и вовлеченность молодёжи в общественную деятельность	37
III. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ЭКСПЕРТОВ	44–91
3.1. Жизненные цели и планы современной молодёжи	44
3.2. Трудоустройство и трудовая занятость	51
3.3. Миграция	63
3.4. Профориентация и образование	69
3.5. Информированность о программах и мероприятиях государственной молодёжной политики	74
3.6. Диалог с властью	80
3.7. Досуг и свободное время	83
3.8. Здоровье и здоровый образ жизни	86

IV. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	92–98
V. РЕКОМЕНДАЦИИ	99–100
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ	101–163
6.1. Инструментарий исследования	101
6.2. Вспомогательные статистические таблицы	113

I. МЕТОДИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью социологического исследования является оценка социального самочувствия молодёжи Республики Татарстан в 2025 году.

В ходе исследования решались следующие *основные задачи*:

- оценка общей удовлетворенности молодёжи своей жизнью;
- анализ уровня жизни и самооценок материального положения молодого поколения;
- анализ досуговых практик молодёжи;
- выявление представлений молодёжи о будущем и уровня социального оптимизма;
- выявление и анализ основных форм гражданской активности;
- анализ удовлетворенности молодёжи выбранной профессией и профессиональной самореализацией;
- выявление миграционных установок молодёжи.

Объект исследования – жители Республики Татарстан в возрасте от 14 до 35 лет.

Предмет исследования – социальное самочувствие молодёжи Республики Татарстан в возрасте от 14 до 35 лет.

Для сбора первичной информации были использованы следующие *исследовательские методы*.

1. *Количественное исследование*. Онлайн-опрос представителей учащейся и работающей молодёжи Республики Татарстан через социальные сети по методике CAWI по формализованной анкете с использованием случайной выборки. Основной массив респондентов (учитывая рейтинги социальных сетей среди аудитории) был получен через соцсеть «ВКонтакте» (наиболее популярная в России среди молодёжи, по данным ВЦИОМа и ФОМа)¹. Кроме того, использова-

¹ См.: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija>; <https://fom.ru/SMI-i-internet/14555>.

лись паблики в других социальных сетях и площадки интернет-форумов. Помимо этого, приглашения к участию в опросе направлялись индивидуально в личные сообщения респондентов, удовлетворяющих квотным критериям. Анкета для CAWI-опроса была спроектирована с использованием возможностей собственного программного обеспечения Исполнителя, базирующегося на языках C# / Asp.net MVC (клиентская часть подготовлена на базе JavaScript / jQuery). Интеграция опросного инструментария (анкеты) на мобильные устройства / компьютеры респондентов осуществлялась с использованием возможностей программы IFSocialForms..

Результатом каждого отдельно взятого он-лайн интервью являлась заполненная социологическая анкета, содержащая отмеченные варианты ответа респондента на все поставленные вопросы, с указанием его социально-демографических характеристик и населенного пункта проживания (некорректно или не полностью заполненные анкеты отбраковывались из общего массива).

Образец опросного инструментария представлен в **Прил. 6.1**.

Объем выборочной совокупности количественного опроса составил 1043 респондента. Структура выборочной совокупности представлена в **табл. 1**.

Табл. 1. Структура выборочной совокупности, % и абс. числа

Группы респондентов	%	Абс. числа
<i>Возраст</i>		
14-17 лет	16,8	175
18-21 лет	15,2	159
22-26 лет	18,9	197
27-35 лет	49,1	512
Итого	100,0	1043
<i>Пол</i>		
Мужчины	49,7	518
Женщины	50,3	525
Итого	100,0	1043
<i>Род занятий</i>		
Учащиеся учреждений общего образования	11,2	117
Студенты учреждений среднего и высшего профессионального образования	21,3	222
Работающая молодёжь	65,9	687
Другое	1,6	17
Итого	100,0	1043
<i>Место жительства</i>		

Городские населенные пункты	79,0	824
Сельские населенные пункты	21,0	219
Итого	100,0	1043

2. *Качественное исследование.* Полуформализованное экспертное интервью по разработанному гайду под аудиозапись с ее последующим транскрибированием (переводом аудио-контента в текстовый формат). Гайд полуформализованного интервью представлен в **Прил. 6.1**.

В качестве экспертов были привлечены лидеры / руководители молодежных общественных организаций; научные работники, специализирующиеся по молодежной проблематике; руководители государственных / муниципальных структур, реализующих молодежную политику в регионе и отдельных муниципальных образованиях. *Объем выборочной совокупности* экспертного опроса составил 12 человек.

Обработка и анализ эмпирических данных исследования производилась с использованием возможностей статистико-математического пакета SPSS и программы Microsoft Excel.

В ходе написания отчета по результатам количественного социологического опроса применялся дескриптивный (описательный) анализ. Он включал в себя как построение прямых одномерных распределений, так и кросстабуляцию двух переменных. Последняя выражалась в построении таблиц сопряженности.

В ходе написания отчета по результатам качественного социологического в рамках полуформализованных экспертных интервью производилось транскрибирование каждого интервью (перевод аудио-дорожки в текстовый формат). Затем на основе полученного транскрипта осуществлялся анализ эмпирических данных с использованием методов смысловой группировки контента, анализа и синтеза. Кроме того, для анализа вторичной информации применялся междисциплинарный теоретический анализ социологической литературы, публикаций по проблематике исследования.

По результатам оказания услуги был составлен аналитический отчет, содержащий анализ количественного (опрос молодёжи) и качественного (опрос экспертов) исследований.

II. РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ОПРОСА МОЛОДЁЖИ

2.1. Материальное благополучие и удовлетворённость молодёжи жизнью

Как показали результаты исследования, молодёжь Татарстана отличает высокий уровень удовлетворенности жизнью в целом: 92,5% опрошенных дали на соответствующий вопрос анкеты ответы «удовлетворен(а)» или «вполне удовлетворен(а)» (рис. 1).

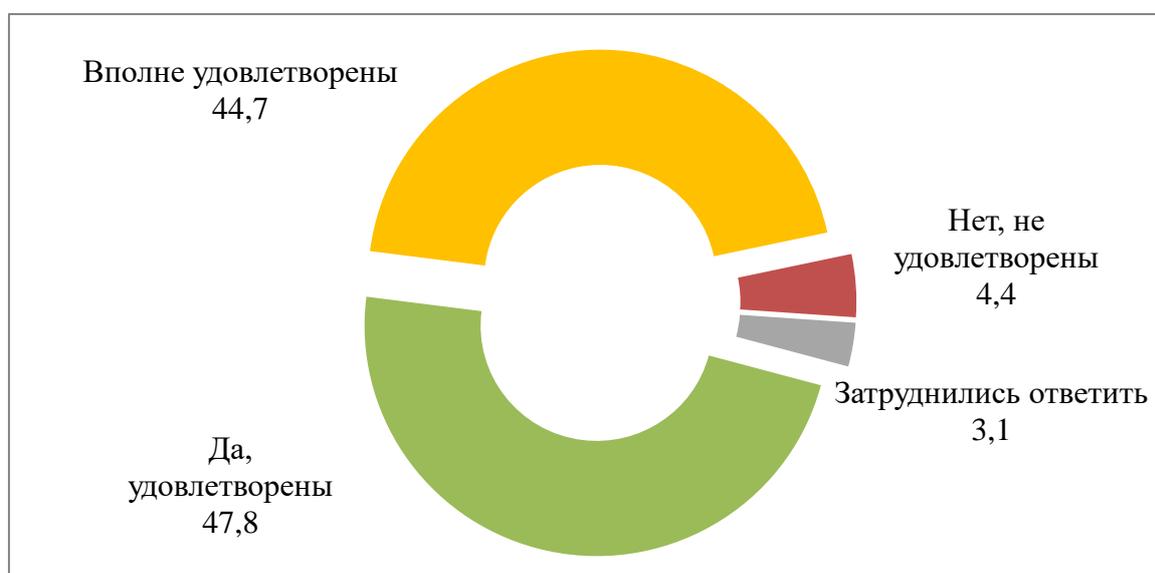


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы своей жизнью в целом?», % от числа опрошенных

Чаще остальных на неудовлетворенность жизнью указывают респонденты 14-17 лет, школьники, а также участники опроса с очень низким уровнем материального достатка (Прил. 6.2, табл. 1).

Оценки респондентами материального положения своей семьи представлены на рис. 2. Примерно треть опрошенных (31,5%) отмечает, что доходы семьи позволяют не только покупать еду, одежду, оплачивать коммунальные услуги, но и приобретать товары длительного пользования. Еще примерно столько же (28,5%) указали, что на крупные покупки их доходов не хватает. В целом более 65% участников опроса можно считать вполне материально благополучными.

Распределения ответов на этот вопрос в социально-демографических группах респондентов представлено в Прил., табл. 2.

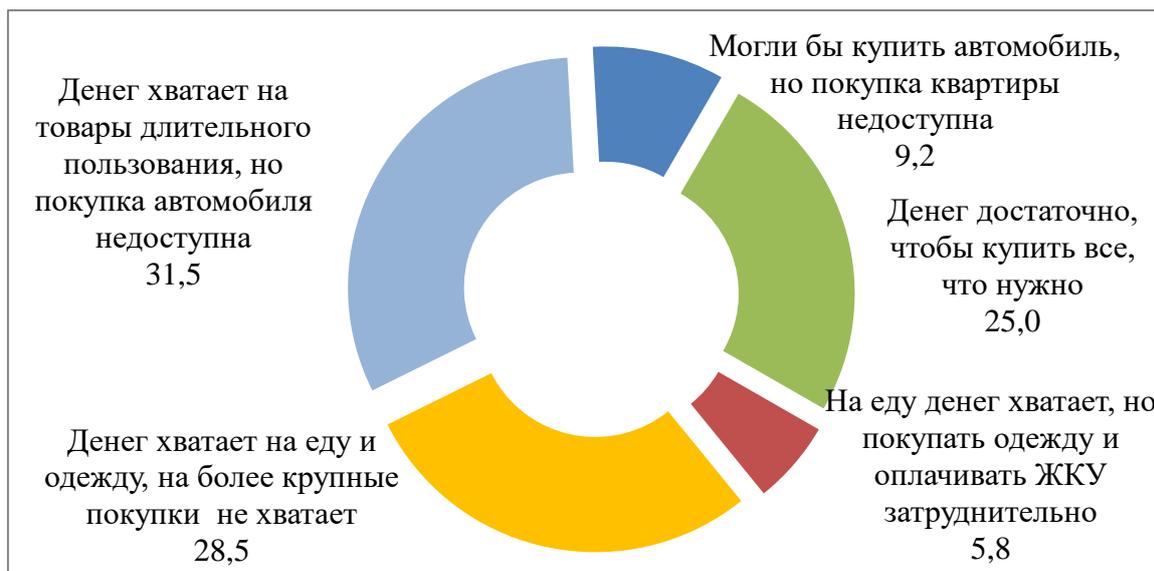


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «К какой из следующих групп населения Вы могли бы отнести свою семью?», % от числа опрошенных

При этом большинство респондентов оптимистично оценивают будущее: около 61% полагают, что в ближайшие годы их жизнь изменится к лучшему, еще 18% – что ничего не изменится. О возможном ухудшении говорят менее 6% респондентов (рис. 3).

Улучшений в своей жизни в ближайшие годы ожидают 70% и более опрошенных от 14 до 21 года, школьников и занятых бизнесом, а также респондентов с хорошим и очень хорошим материальным положением (Прил. 6.2, табл. 3).

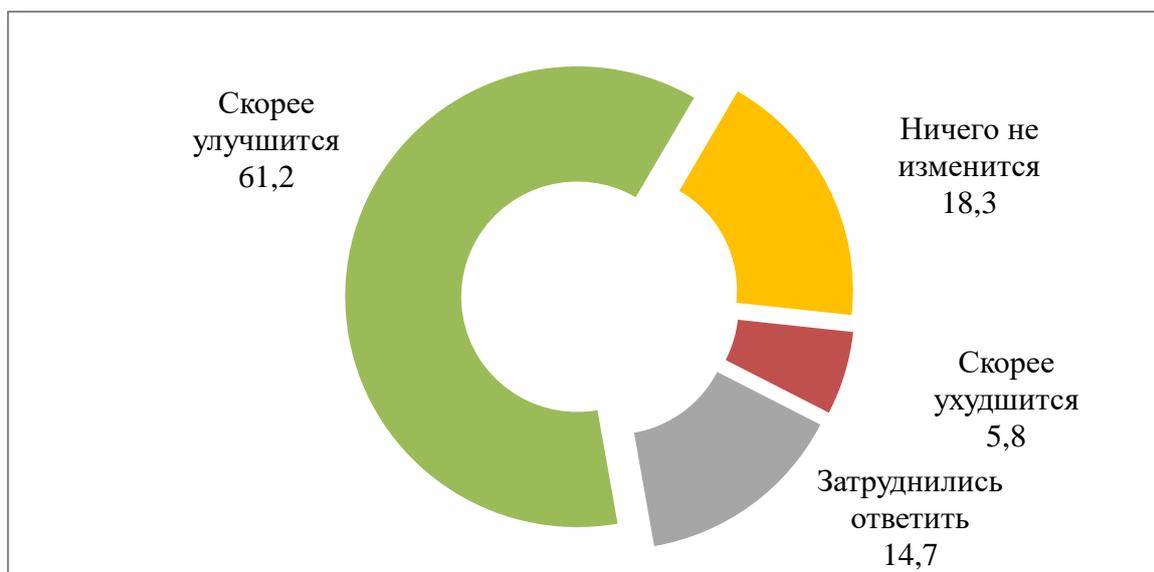


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, какой будет Ваша жизнь в ближайшие годы: улучшится, ухудшится или останется без изменений?», % от числа опрошенных

Таким образом, для молодёжи Республики Татарстан характерна достаточно высокая удовлетворенность жизнью и позитивные ожидания.

2.2. Точки социальной напряженности в молодёжной среде

Проблемы, которые участники опроса считают наиболее актуальными для молодёжи Республики Татарстан, лежат преимущественно в социально-экономической плоскости. Каждый второй респондент отмечает остроту проблемы недоступности жилья, почти 40% – проблемы трудоустройства и отсутствия высокооплачиваемых рабочих мест. Еще 33,7% опрошенных считают наиболее актуальной проблему отсутствия перспектив и возможностей, 31,3% – бедность и нехватку средств на необходимое (**рис. 4**).

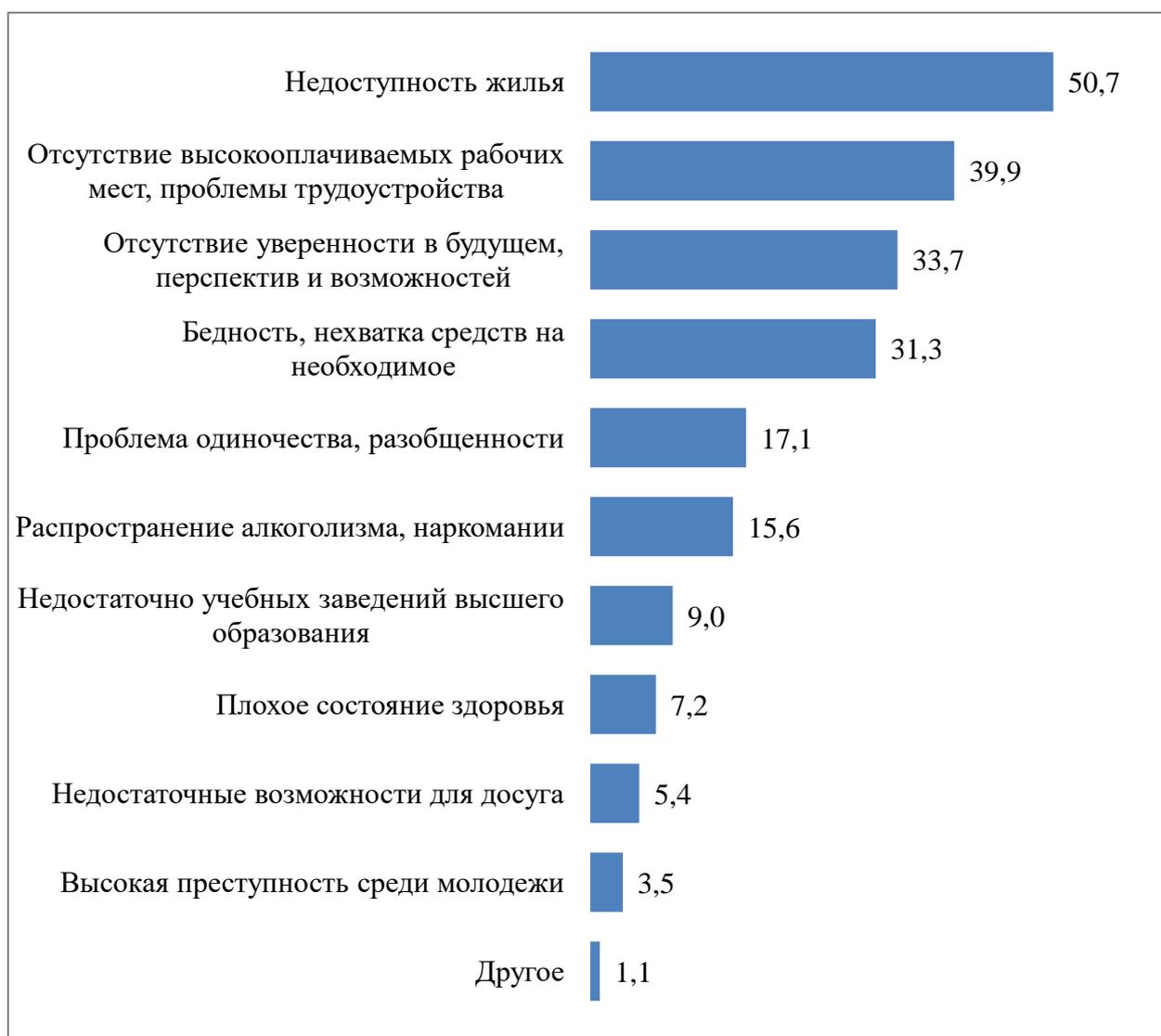


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодёжи Республики Татарстан?», % от числа опрошенных

Проблема недоступности жилья особенно актуальна для представителей работающей молодёжи 22-35 лет, жителей сельских населенных пунктов, респондентов с высшим образованием, с низким уровнем доходов. Отсутствие уверенности в будущем больше волнует мужчин, а также опрошенных 22-26 лет, со средним уровнем материального положения («Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна»). Нехваткой средств на необходимое больше других обеспокоены участники опроса 14-17 лет, школьники, респонденты с низкими доходами. Подробно эти данные представлены в **Прил. 6.2, табл. 4.**

Степень безопасности своих населенных пунктов молодые жители Республики Татарстан оценивают высоко: в общей сложности 91,5% опрошенных чувствуют себя в своем городе / селе в полной безопасности (37,6%) или в относительной безопасности (53,9%). Лишь 5% респондентов чувствуют себя в той или иной степени небезопасно (рис. 5).

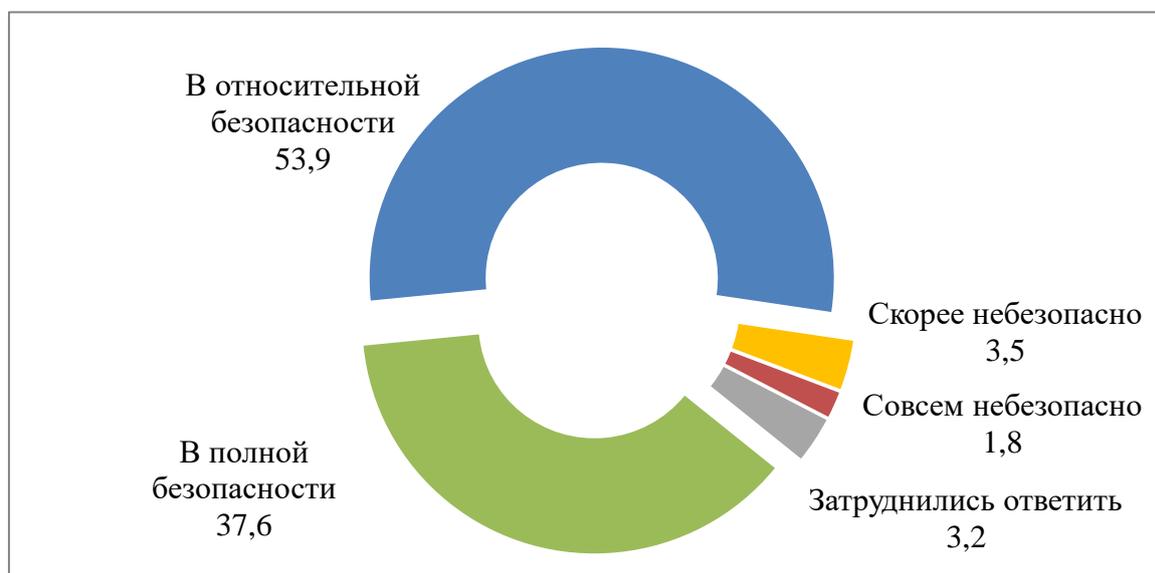


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Насколько безопасно Вы чувствуете себя в своем городе / селе?», % от числа опрошенных

Распределения ответов на этот вопрос в разных социально-демографических группах респондентов представлены в Прил. 6.2, табл. 5.

Употребление алкоголя и наркотических веществ, как показали результаты опроса, не являются актуальными для молодёжи Татарстана проблемами. Лишь около 3% респондентов полагают, что наркомания в их городе / районе широко распространена, а противоположной точки зрения («не распространена совсем») придерживаются почти 27%. Около четверти опрошенных считают, что это явление распространено, но не больше, чем везде, 20% – распространено меньше, чем везде (рис. 6). Жители городов несколько чаще, чем респонденты из сельских населенных пунктов указывают на распространенность наркомании (подробнее см. Прил. 6.2, табл. 6).



Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, насколько распространена в Вашем городе / районе проблема наркомании?», % от числа опрошенных

Межнациональные и межконфессиональные отношения в Республике Татарстан сегодня не являются точкой социальной напряженности. Состояние межнациональных отношений в целом положительно оценивают 78,9% опрошенных, межконфессиональных – 70,8%. Доля негативных оценок составляет 3,6-3,7% (**рис. 7**). Повышенная доля негативных оценок межнациональных и межконфессиональных отношений наблюдается среди респондентов 14-17 лет, школьников, участников опроса с плохим и хорошим материальным положением (**Прил. 6.2, табл. 7-8**).

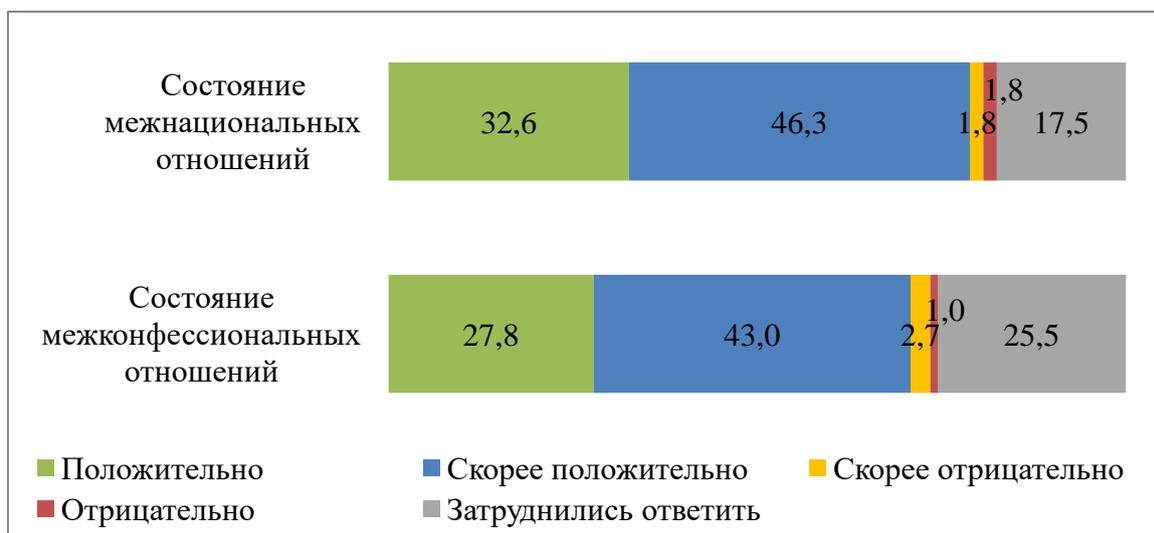


Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Как бы Вы оценили состояние международных / межконфессиональных отношений в Республике Татарстан в настоящее время?», % от числа опрошенных

Как показали результаты опроса, молодые жители Республики Татарстан в целом не испытывают существенной социальной напряженности и не видят поводов для массовых выступлений. О том, что акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод возможны, сообщили лишь 12,3% респондентов, а 2/3 считают их маловероятными (рис. 8).

Имеются некоторые социально-демографически различия в оценках вероятности протестных акций. Так, не исключает их проведения почти 17% мужчин и лишь 8% женщин. Доля тех, кто считает такие акции вполне возможными, достигает 21% среди 14-17-летних, тогда как в других возрастных группах не превышает 15% (Прил. 6.2, табл. 9).

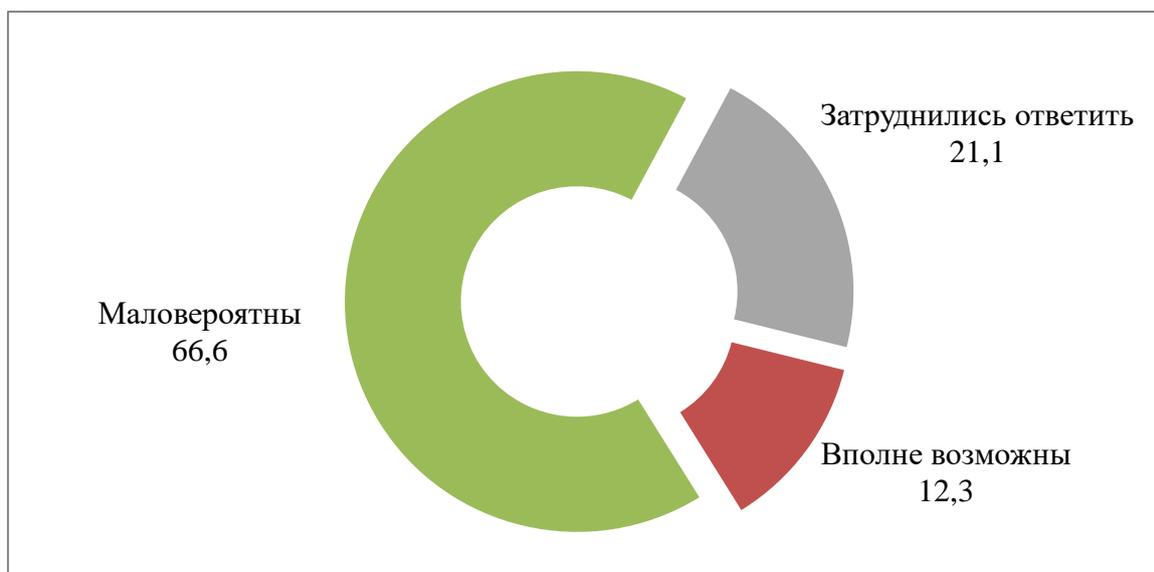


Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, насколько вероятны сейчас в Вашем городе массовые акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод?», % от числа опрошенных

Если массовые протестные выступления состоятся, принять в них участие готовы 10,5% респондентов, скорее всего, не примут – 68,1%. Однако 21,4% опрошенных не дали определённого ответа на этот вопрос, и их можно считать своего рода «группой риска» (рис. 9).

Более выраженный протестный потенциал наблюдается в следующих социально-демографических группах: мужчины, респонденты не старше 21 года, жители городов, школьники, участники опроса со средним профессиональным образованием, самозанятые, молодые люди с низкими доходами (Прил. 6.2, табл. 10).

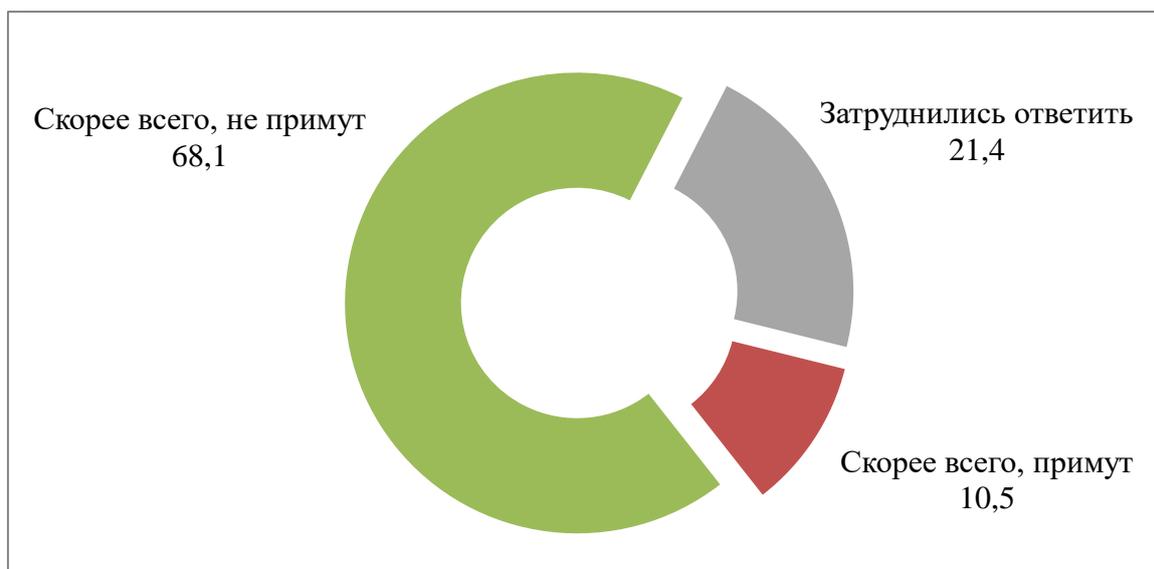


Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если такого рода массовые выступления протеста состоятся, Вы лично примете в них участие или нет?», % от числа опрошенных

Таким образом, основными точками социальной напряженности в молодежной среде являются материальные и жилищные проблемы. Однако на сегодняшний день эти проблемы не приводят к росту протестного потенциала молодежи.

2.3. Оценка качества образования. Образовательные планы и перспективы

Одной из задач исследования была оценка качества образования в учебных заведениях Республики Татарстан. Как показали эмпирические данные, молодежь региона достаточно высоко оценивает образование всех уровней. Так, школьное образование почти 78% опрошенных считают очень хорошим или скорее хорошим. Среднее образование положительно оценивают в общей сложности 75% респондентов, высшее – 69%. Самые высокие оценки получило дополнительное образование в республике: суммарная доля оценок «очень хорошее» и «скорее хорошее» составила почти 87% (рис. 10).

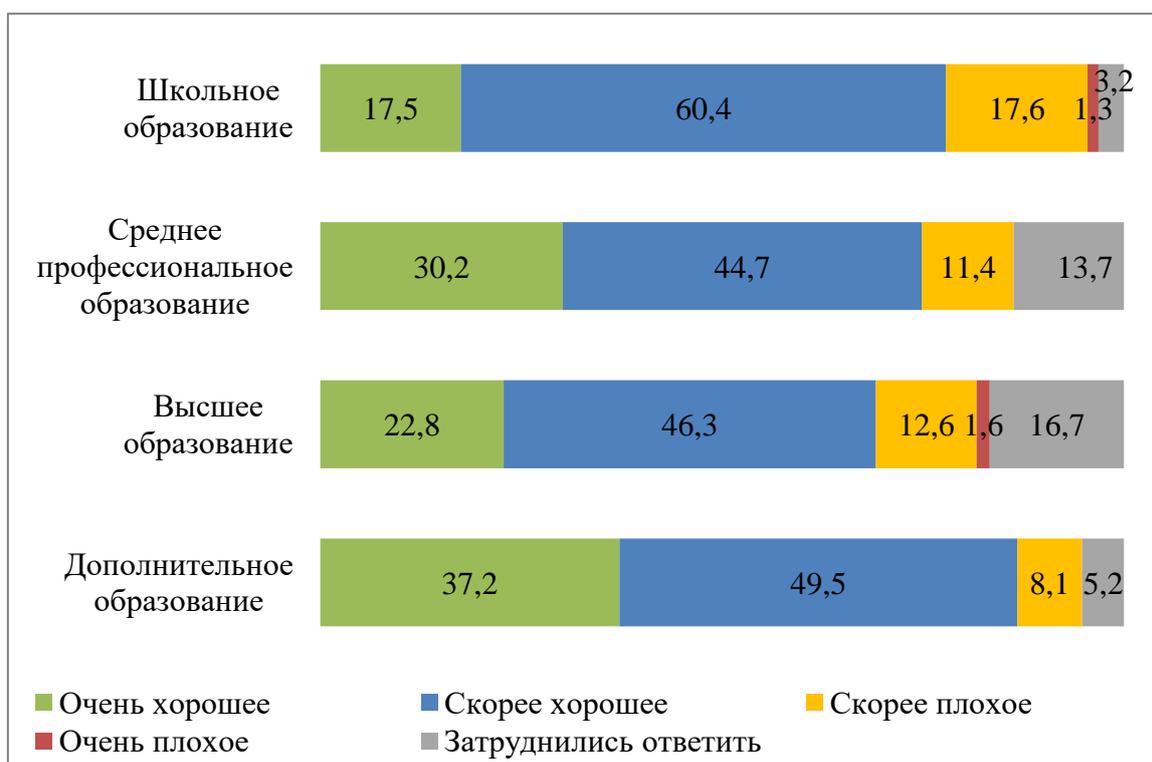


Рис. 10. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы оценили качество образования в учебных заведениях Республики Татарстан?», % от числа опрошенных

Социально-демографические различия в оценках отражены в **Прил. 6.2, табл. 11.**

Следующий вопросный блок был предназначен только для учащихся школ и учреждений СПО и студентов высших учебных заведений и касался их образовательных планов и перспектив. Как показали результаты опроса, 56,6% учащихся и студентов планируют проложить свое образование, еще четверть не приняли окончательного решения на этот счет (**рис. 11**). Среди школьников доля планирующих продолжить учебу достигает 73% (**Прил. 6.2, табл. 12**).

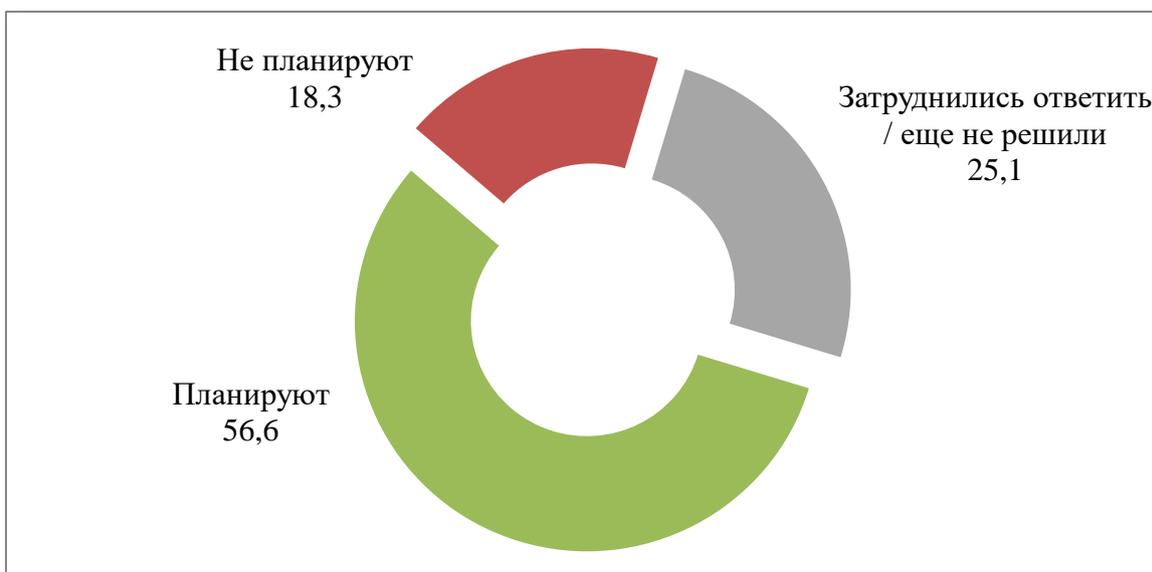


Рис. 11. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы планируете или не планируете продолжить получение образования после окончания учебного заведения, в котором учитесь сейчас?», % от числа ответивших

Чаще всего респонденты связывают свои образовательные планы с Республикой Татарстан: 64,2% из числа намеревающихся продолжить образование продолжают учиться на территории региона. В другой регион планируют уехать 2,4% опрошенных, а около трети еще не решили, где именно будут получать образование (рис. 12).

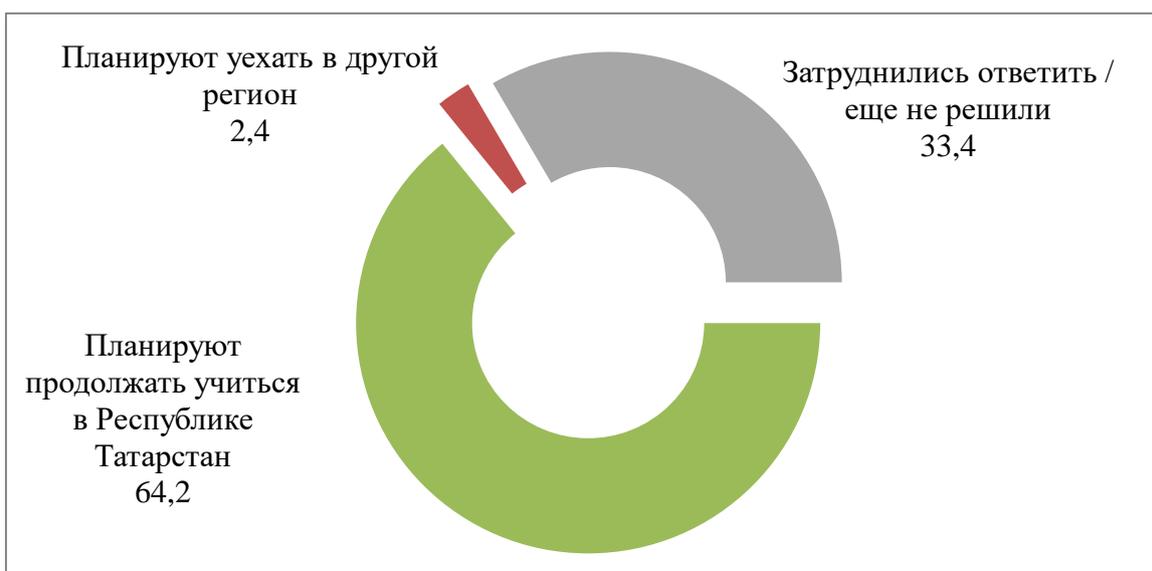


Рис. 12. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы планируете продолжить обучение в Республике Татарстан или в другом регионе?», % от числа ответивших

Намерение продолжать учёбу на территории своего региона высказали 90% школьников и лишь половина студентов. Подробно эти данные представлены в Прил. 6.2, табл. 13.

Молодые жители Республики Татарстан неоднозначно оценивают профессиональные и карьерные перспективы в своих населенных пунктах. Так, около 40% респондентов полагают, что легко или очень легко смогут найти в своем городе или районе работу, которая их устроит, а 36,5% – что в целом легко найдут работу, дающую возможности карьерного роста и продвижения по службе. Тех или иных сложностей и затруднений в поиске работы ожидают около половины опрошенных (рис. 13).

Следует отметить, что мужчины заметно более оптимистичны в оценке своих профессиональных и карьерных перспектив, чем женщины: более половины из них полагают, что легко или очень легко найдут работу, которая их устроит и даст возможность продвижения по службе. Более половины женщин считают, что сделать это будет скорее сложно или очень сложно (Прил. 6.2, табл. 14-15).



Рис. 13. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая бы Вас устроила?», «Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая давала бы Вам возможности для карьерного роста, повышения по службе?», % от числа опрошенных

2.4. Трудоустройство и занятость молодежи

Блок вопросов, касающихся трудоустройства и занятости, был предназначен для работающей молодежи. Как показали полученные результаты, большинство представителей этой категории респондентов работают по полученной в учебном заведении специальности или профессии (36,7%) или по смежной (32,0%). Доля тех, чья специальность не соответствует полученной, составляет 31,3% (рис. 14).

В Прил. 6.2, табл. 16 представлены распределения ответов на этот вопрос в разных социально-демографических группах респондентов.

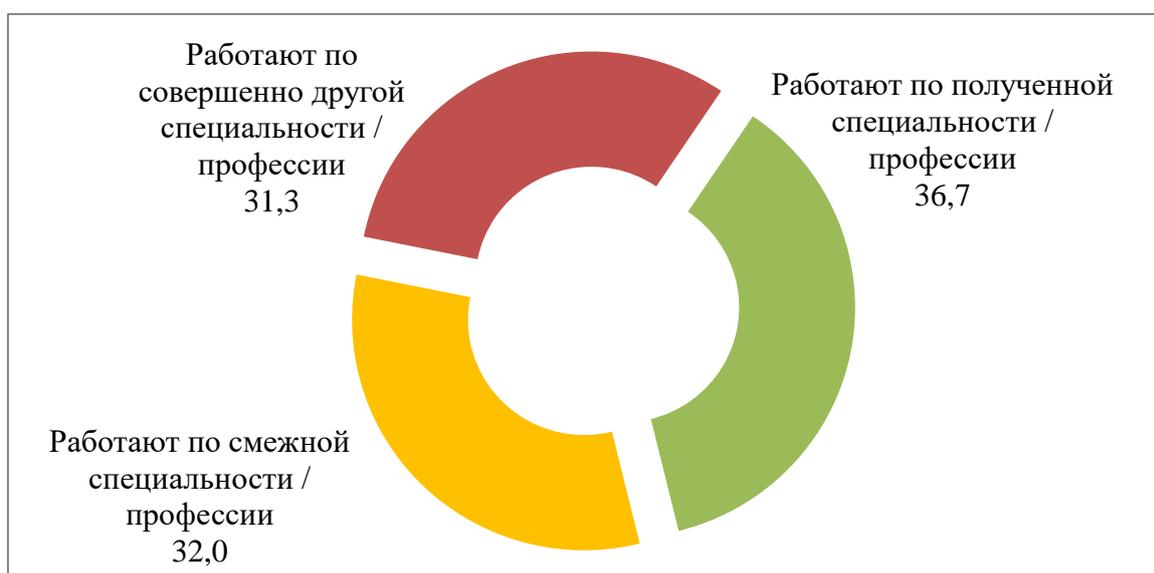


Рис. 14. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы в настоящее время работаете по полученной специальности / профессии?», % от числа ответивших

Большинство участников опроса довольны своей работой. Такой ответ дали три четверти респондентов (рис. 15).



Рис. 15. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вас устраивает Ваша нынешняя работа?», % от числа ответивших

Самозанятые и предприниматели в большей степени удовлетворены своей работой, чем работающие по найму (**Прил. 6.2, табл. 17**).

Главным фактором, влияющим на удовлетворённость работой, почти для трети опрошенных является коллектив. Территориальное расположение места работы устраивает 26,7% респондентов, условия труда – 24,1%. Около 22-23% опрошенных указали, что их, в первую очередь устраивает соответствие работы полученной специальности и стабильность (**рис. 16**).



Рис. 16. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Что именно Вас в первую очередь устраивает в вашей работе?», % от числа ответивших

Что касается социально-демографических различий в ответах на этот вопрос, то можно отметить следующее: для мужчин территориальное расположение места работы не входит в тройку наиболее важных факторов и уступает таким показателям, как условия труда, стабильность и взаимоотношения с руководством. Для женщин, напротив, территориальный фактор выходит на первое место. Кроме того, женщины заметно больше мужчин ценят работу по специальности. Респонденты 18-21 года в первую очередь отмечают такие параметры, как перспективы карьерного роста и хорошая оплата труда. С возрастом растет важность расположения места работы, стабильности и отношений с руководством (**Прил. 6.2, табл. 18**).

Главной причиной неудовлетворённости работой является низкая заработная плата (93%). Кроме того, респонденты указывали на отсутствие возможности улучшить жилищные условия (57%) и отсутствие карьерных перспектив (55,2%) (**рис. 17**).



Рис. 17. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если Вас не устраивает работа, то по каким причинам?», % от числа ответивших

Условия труда и отсутствие карьерных перспектив чаще других не удовлетворяют мужчин, а также жителей сельских населенных пунктов. Другие социально-демографические различия в ответах на этот вопрос представлены в **Прил. 6.2, табл. 19.**

В целом благоприятное состояние рынка труда подтверждается анализом ответов респондентов на вопрос «Если Вы вдруг потеряете работу, легко ли Вам будет найти равноценную работу?». В общей сложности около 40% опрошенных полагают, что без особых сложностей смогут найти работу, равноценную нынешней (24,3%) или даже лучше (16,4%). 36% участников опроса найдут, по их мнению равноценную работу с некоторыми усилиями, а 16,3% считают, что сделать это будет практически невозможно (**рис. 18**).

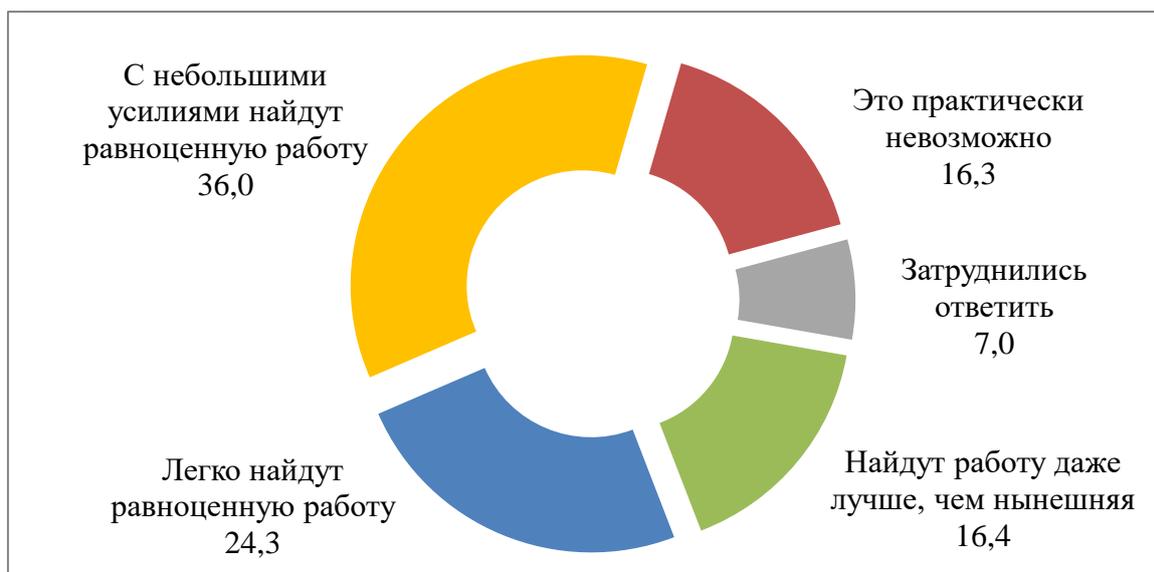


Рис. 18. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если Вы вдруг потеряете работу, легко ли Вам будет найти равноценную работу?», % от числа ответивших

Мужчины более уверенно чувствуют себя в сфере трудовых отношений, чем женщины. Почти 85% из них полагают, что в случае потери работы так или иначе смогут найти себе новую, тогда как среди женщин суммарная доля таких ответов не превышает 70%. Кроме того, оптимизм в отношении поиска работы характерен для 27-35-летних, предпринимателей и самозанятых, респондентов с хорошим и очень хорошим материальным положением (**Прил. 6.2, табл. 20**).

Таким образом, большинство участников опроса довольны своей работой и не имеют существенных опасений в случае её потери.

2.5. Досуг молодежи

Для выявления предпочитаемых молодежью Республики Татарстан способов проведения свободного времени респондентам был представлен список из 21 вида досуговой деятельности и предложено выбрать из них те, которыми они любят заниматься.

Как показали результаты опроса, основными формами проведения досуга являются просмотр фильмов и сериалов (50,0%), время с семьёй (42,1%) и друзьями (37,7%). Кроме того, от 20% до 30% респондентов занимаются различными видами творчества и слушают музыку, просматривают посты в социальных сетях,

занимаются спортом и физкультурой. Такие виды досуга, как волонтерская деятельность, чтение художественной литературы, компьютерные игры, шопинг, путешествия и экскурсии привлекают 13-18% опрошенных. Остальные формы проведения свободного времени выбирают менее 10% опрошенных (рис. 19).

Мужчины чаще, чем женщины, посвящают свое свободное время компьютерным играм и путешествиям. Женщины чаще проводят время с семьёй. Можно также отметить, что с возрастом респондентов снижается интерес к отдыху с друзьями, при этом растет увлеченность путешествиями и рукоделием (Прил. 6.2, табл. 21).

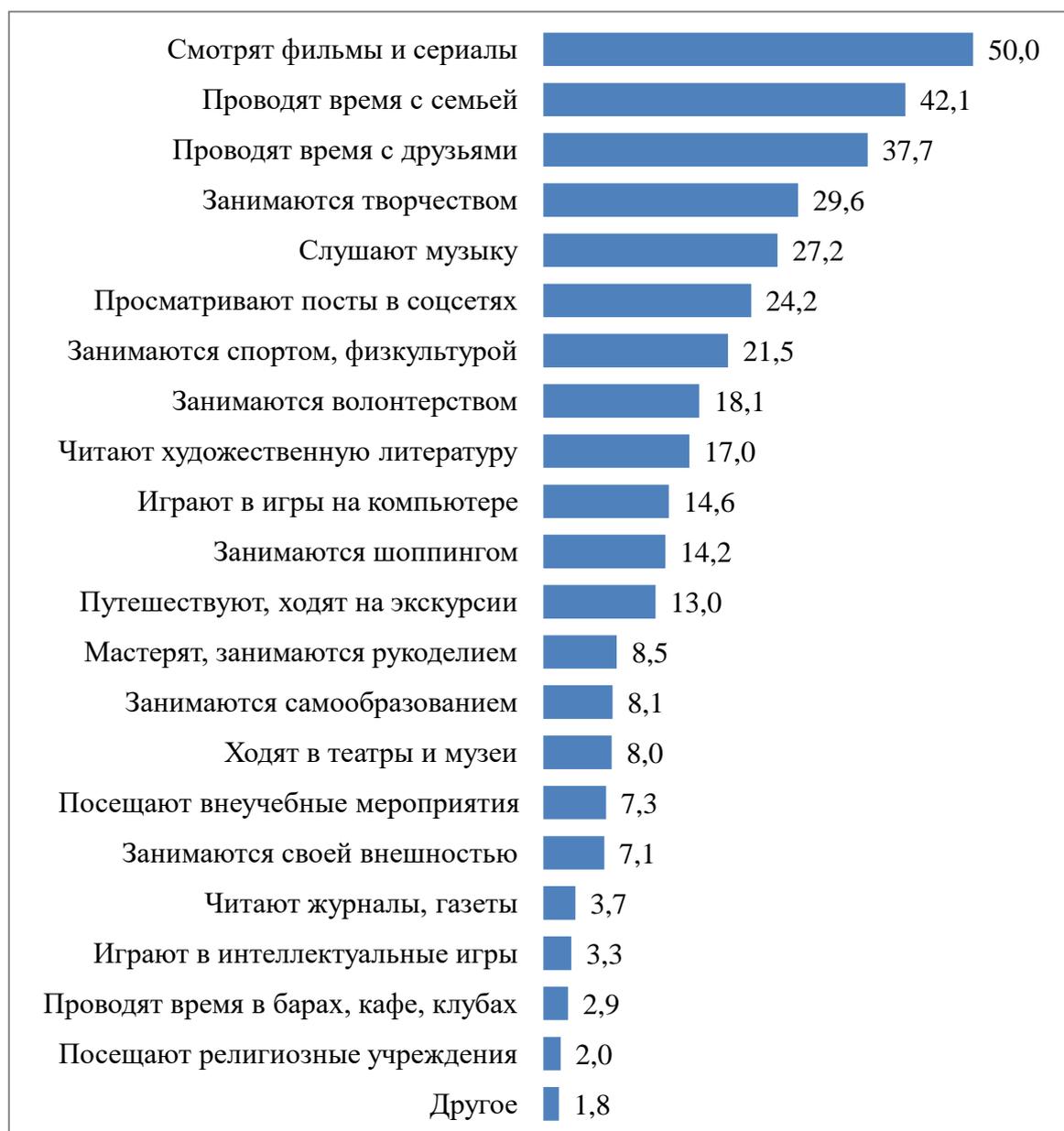


Рис. 19. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Чем Вы любите заниматься в свободное от учебы, работы и домашних дел время?», % от числа опрошенных

При этом большинство опрошенных удовлетворены тем, как они проводят свободное время: по 41-42% дали на соответствующий вопрос анкеты ответы «полностью устраивает» и «скорее устраивает, чем нет». Суммарная доля неудовлетворенных проведением своего досуга составила 15,4% (рис. 20).

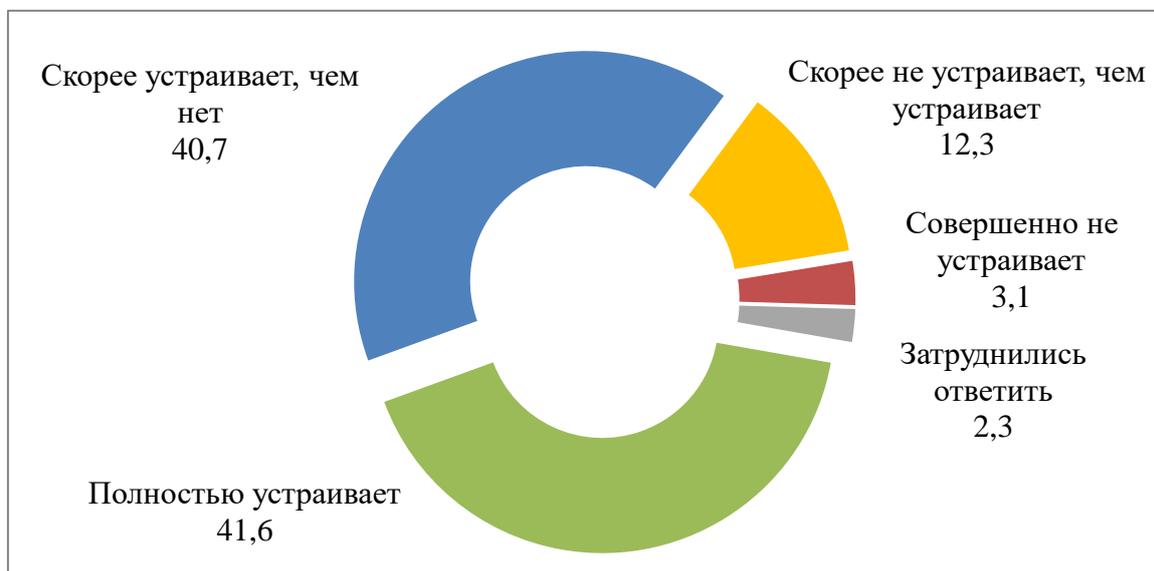


Рис. 20. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вас устраивает или не устраивает то, как Вы проводите свободное время?», % от числа опрошенных

Проведением свободного времени довольны большинство представителей практически всех социально-демографических групп (Прил. 6.2, табл. 22).

Мешает респондентам проводить досуг как, как они хотят, в первую очередь, недостаток средств (61,7%) и свободного времени (56,9%). Кроме того, почти половина опрошенных указала на отсутствие подходящих мест для проведения досуга (рис. 21).

При этом отсутствие досуговой инфраструктуры чаще отмечают мужчины и участники опроса 14-17 лет. Недостаток свободного времени и средств актуальнее для женщин и респондентов от 22 лет и старше (Прил. 6.2, табл. 22).



Рис. 21. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если не устраивает, то что мешает Вам проводить досуг так, как Вы хотите?», % от числа опрошенных

2.6. Удовлетворённость местом жительства и миграционные установки

Отдельный блок вопросов анкеты был посвящён выявлению степени удовлетворённости молодежи местом жительства и выраженностью миграционных установок.

Большинство респондентов испытывают позитивные чувства по отношению к городу / селу, в котором проживают: 37,8% рады проживать в этом населённом пункте, 44,2% – в целом довольны. Только 14% респондентов указали, что им не нравится жить в их городе / селе (**рис. 22**).

Негативные чувства по отношению к месту своего проживания чаще других испытывают школьники 14-17 лет, а также респонденты с хорошим и очень хорошим уровнем материального достатка (**Прил. 6.2, табл. 24**).

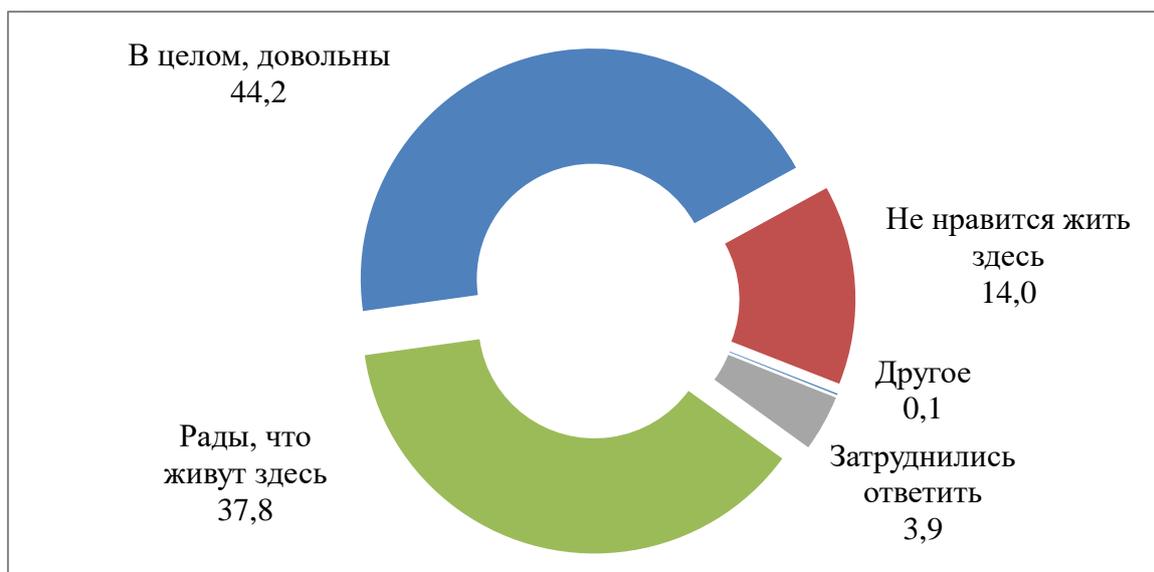


Рис. 22. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете?», % от числа опрошенных

Результатом высокой удовлетворенности молодежи местом своего проживания является слабо выраженные миграционные установки: в общей сложности 72,2% опрошенных не планируют или скорее не планируют переехать из своего населенного пункта в ближайшее время, почти 65% не имеют таких планов и в отдаленном будущем. Собираются сменить место жительства менее четверти респондентов (рис. 23-24).

Среди городов для переезда в ближайшие годы участники опроса чаще всего называли следующие:

- Казань – 48,3%;
- Набережные Челны – 22,0%;
- Москва – 7,7%;
- Санкт-Петербург – 4,6%;
- Другие населенные пункты Республики Татарстан (Альметьевск, Чистополь, Муслимово) – 4,6%;
- Краснодар – 2,3%;
- Ижевск – 1,5%.

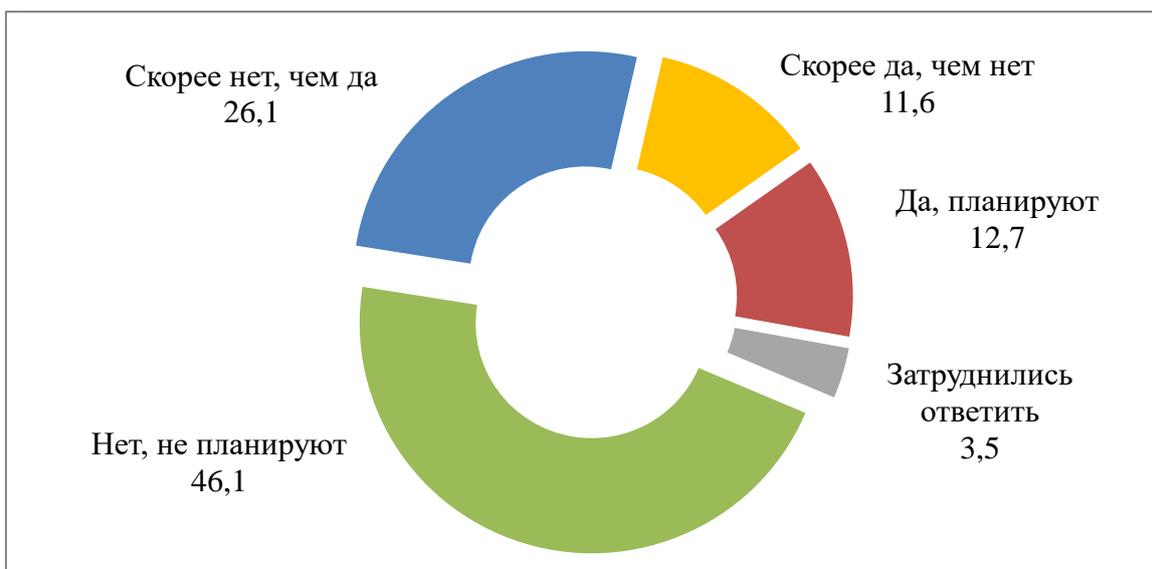


Рис. 23. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас?», % от числа опрошенных

Чаще всего о наличии планов на переезд как в ближайшие годы, так и в отдаленном будущем говорят школьники 14-17 лет, неработающие участники опроса и индивидуальные предприниматели, респонденты с низким уровнем доходов (Прил. 6.2, табл. 25-26).

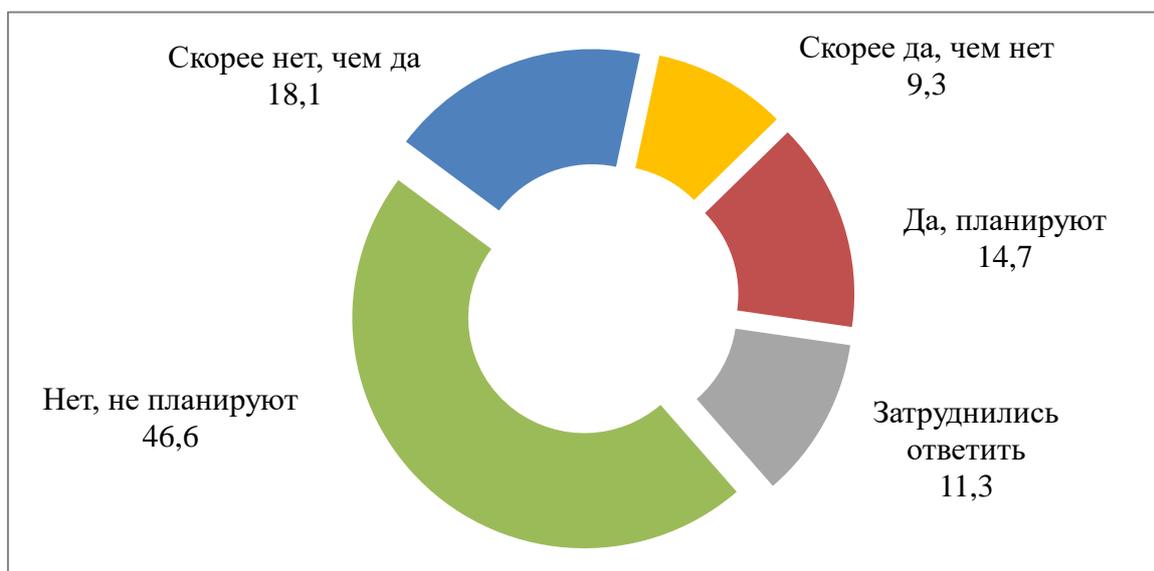


Рис. 24. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Планируете ли Вы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас в отдаленном будущем?», % от числа опрошенных

Конкретизируя планы на переезд в отдаленном будущем, респонденты называли следующие города:

- Казань – 49,2%;
- Набережные Челны – 12,9%;
- Санкт-Петербург – 7,1%;
- Другие населенные пункты Республики Татарстан – 5,8%;
- Сочи – 3,9%;
- Москва и Ростов-на-Дону – по 2,3%.

Наиболее распространенными причинами переезда в другие города и регионы, по мнению опрошенных, являются получение хорошего образования или профессии (62,3%), достижение материального благополучия (61,1%), получение желаемой работы и карьерный рост (56,8%). Около 1/3 респондентов также указывают в качестве возможных причин миграции стремление покинуть родительский дом и жить отдельно и желание более качественно проводить свое свободное время (**рис. 25**).

Следует отметить, что образовательные, карьерные и финансовые перспективы называют в качестве основных причин переезда в другие населенные пункты и регионы представители практически всех социально-демографических групп респондентов (**Прил. 6.2, табл.27**).

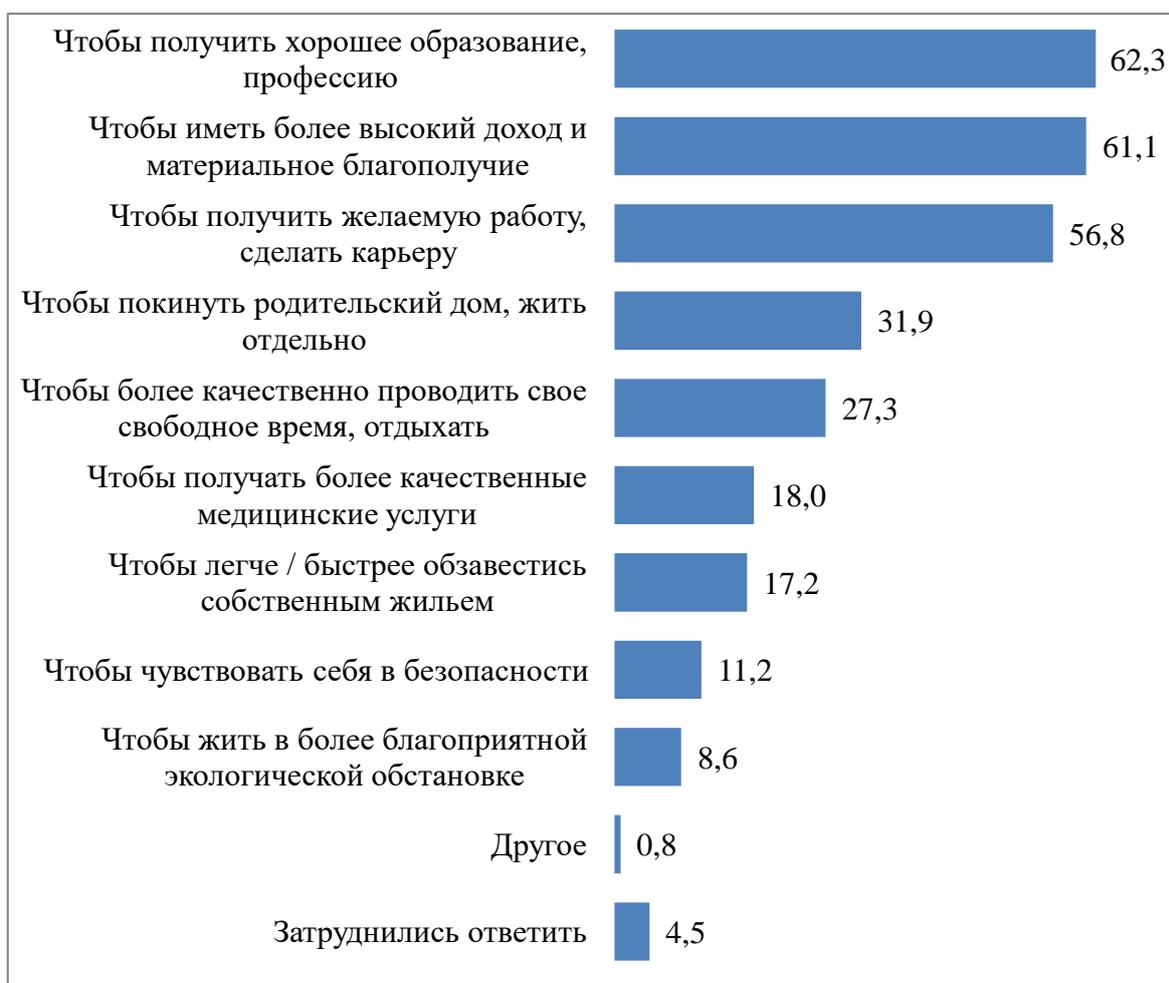


Рис. 25. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, по каким причинам молодежь переезжает в другие населенные пункты и регионы?», % от числа опрошенных

Основной причиной, влияющей на отсутствие у молодежи миграционных установок, респонденты считают привязанность к Родине, к месту проживания родных и близких (51,1%). Еще около 31% указывают на то, что молодым людям нравится жить в своем населённом пункте и на материальные трудности при смене места жительства (рис. 26).

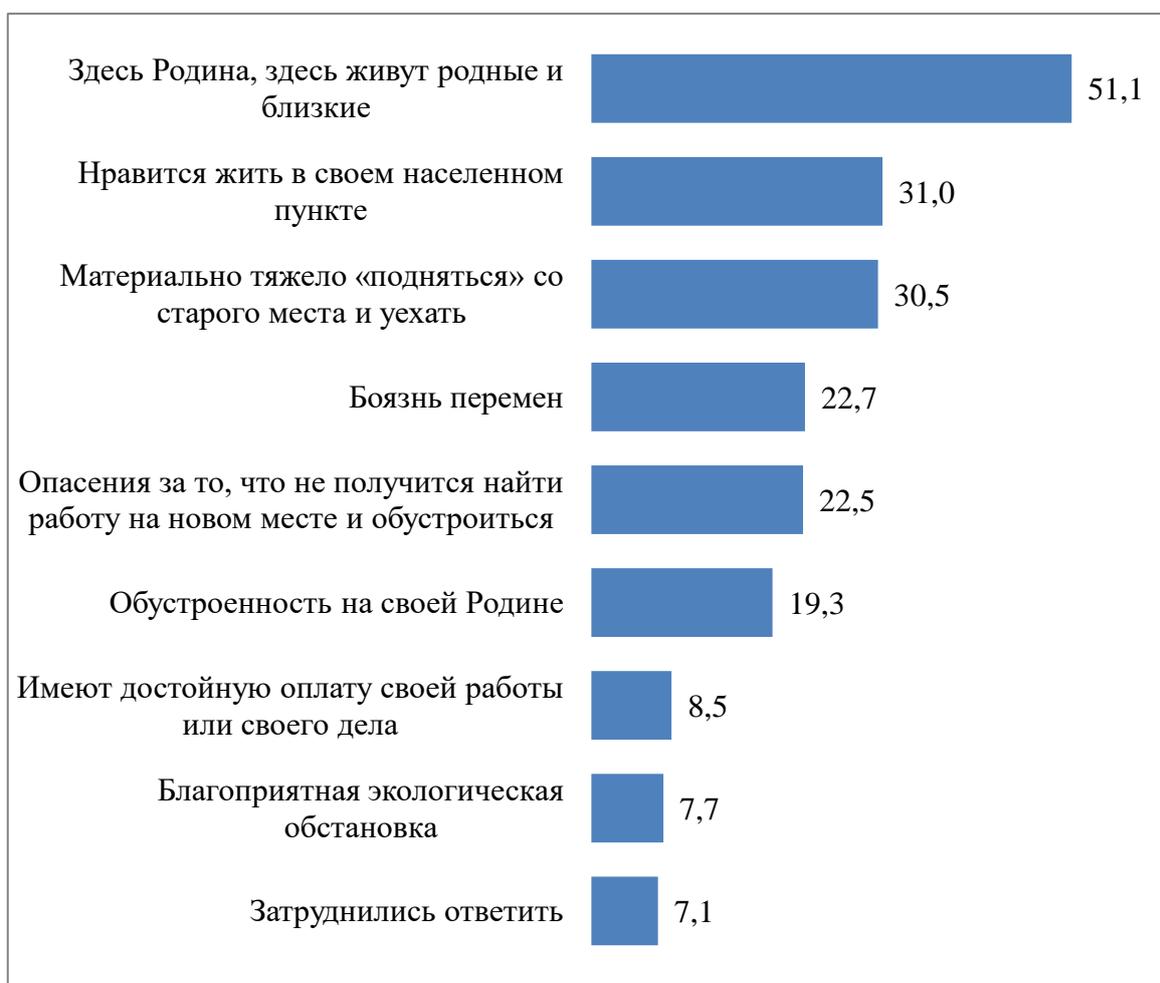


Рис. 26. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие причины влияют на то, что молодежь остается в родном городе / селе?», % от числа опрошенных

2.7. Здоровье и здоровый образ жизни

Анализ отношения молодёжи к здоровью и степени вовлеченности в практики здорового образа жизни был одной из задач исследования.

Как показали полученные результаты, молодые люди в целом высоко оценивают состояние собственного здоровья – 35,4% опрошенных считают его хорошим, 55,2% - удовлетворительным (рис. 27).

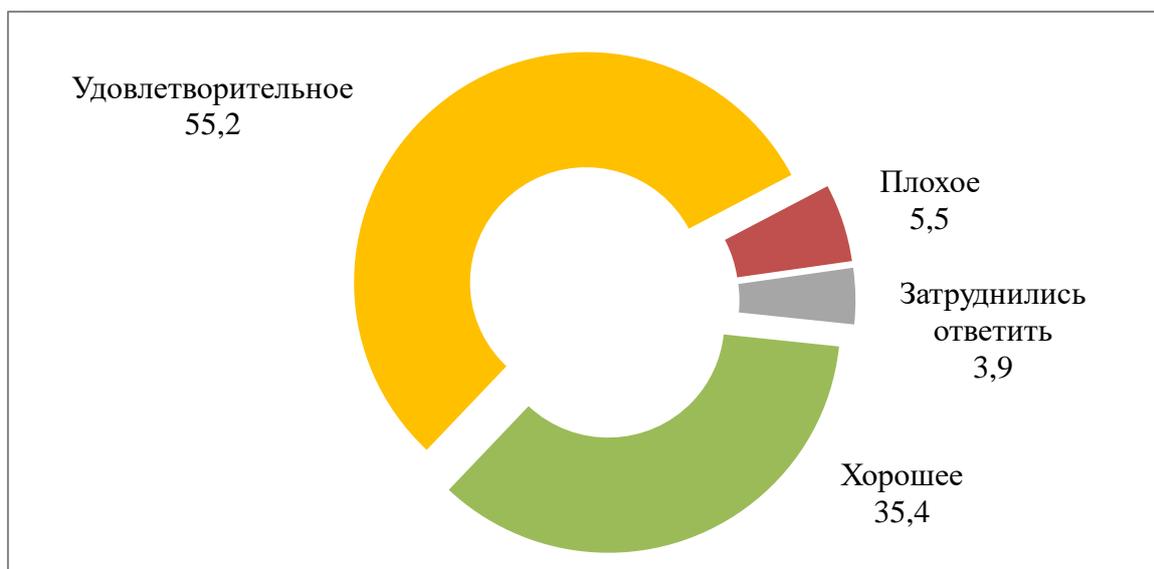


Рис. 27. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете состояние своего здоровья?», % от числа опрошенных

Регулярно занимаются каким-либо видом физической активности 19,2% респондентов. Еще 43,1% занимаются нерегулярно, время от времени. В общей сложности около 38% опрошенных никогда не занимались физкультурой и спортом или занимались раньше, но перестали (**рис. 28**).



Рис. 28. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Занимаетесь ли Вы регулярно каким-либо видом физической активности?», % от числа опрошенных

В занятия физической активностью в большей степени вовлечены мужчины, школьники 14-17 лет, предприниматели, респонденты с низким уровнем материального достатка (Прил. 6.2, табл. 30).

При этом 59% тех, кто не занимается спортом и физической культурой, хотели бы это делать, но у них не хватает свободного времени. Кроме того, по 1/5 респондентов указали на отсутствие спортивных учреждений и спортивных площадок рядом с домом, а также на плохое здоровье (рис. 29).



Рис. 29. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если Вы не занимаетесь спортом, то укажите по каким причинам?», % от числа опрошенных

Молодежь Татарстана в целом негативно относится к курению и употреблению алкогольных напитков. Курение большинство опрошенных считают вредной привычкой, при этом не курят сами 66,1% опрошенных, а 23% подвержены ей. Не считают курение вредной привычкой менее 2% респондентов (рис. 30).

Распределение ответов на этот вопрос в разных социально-демографических группах респондентов представлено в Прил. 6.2, табл. 32.

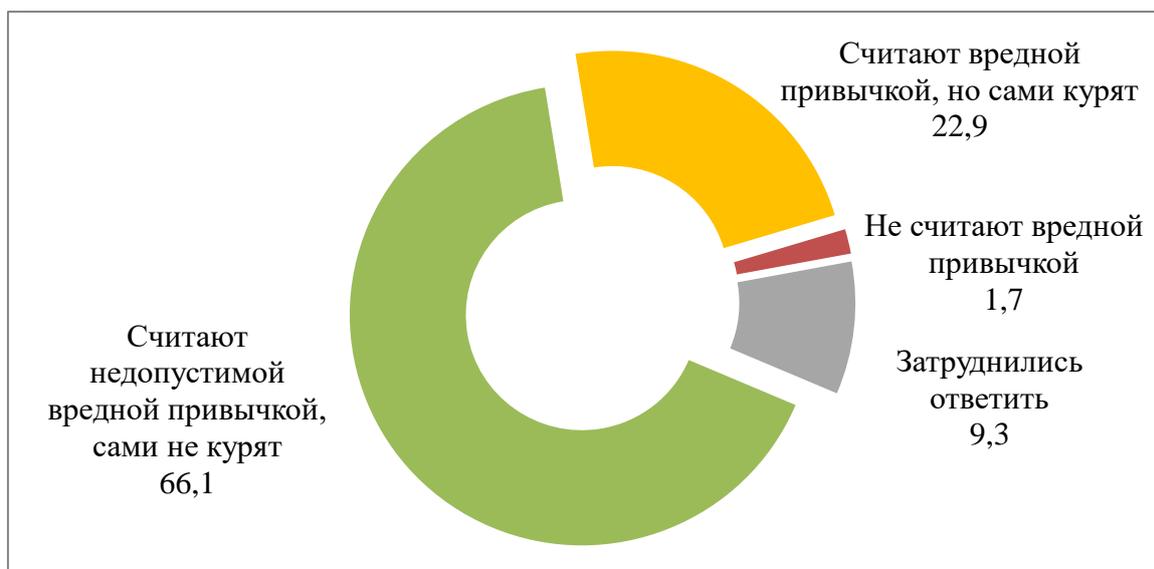


Рис. 30. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как вы относитесь к курению?», % от числа опрошенных

Отношение молодежи к употреблению алкогольных напитков несколько более толерантное. Не употребляют алкоголь, считая это вредной привычкой, 45% респондентов. Еще примерно такое же количество опрошенных считает допустимым употребление слабоалкогольных напитков (12,6%) или умеренное употребление алкоголя в праздники (30,2%). Не считают эту привычку вредной около 4% участников опроса (рис. 31).

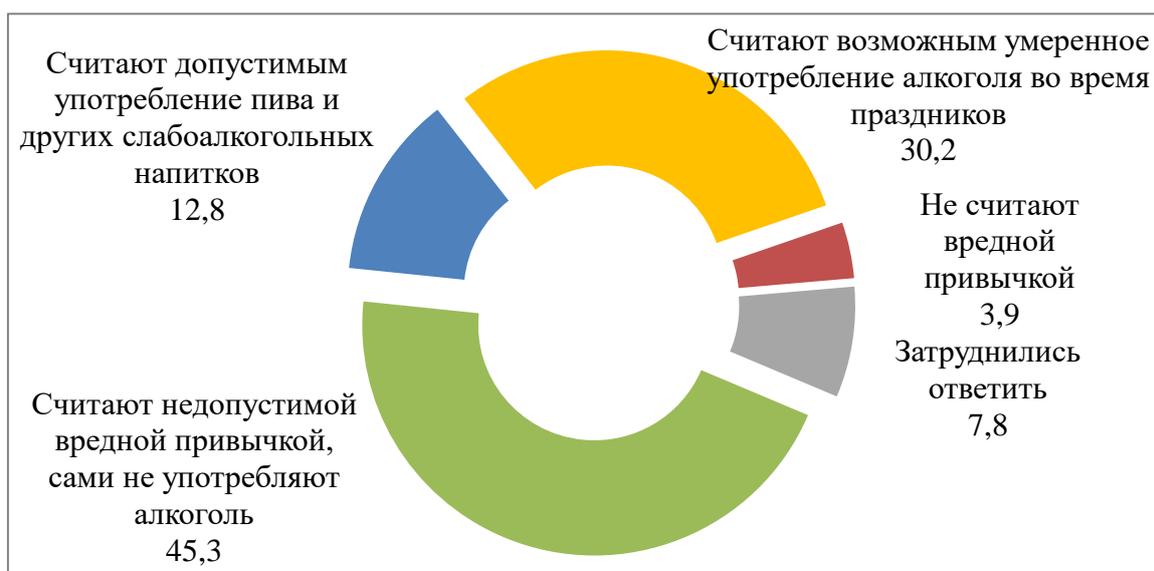


Рис. 31. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как вы относитесь к употреблению алкоголя?», % от числа опрошенных

К числу наиболее распространенных среди молодежи элементов здорового образа жизни можно отнести прогулки на свежем воздухе (60,7%), отказ от курения табака, вейпов и т.п. устройств (44,0%), полноценный сон (31,4%) (рис. 32).

Структура практик ЗОЖ несколько различается в разных социально-демографических группах. Так, женщины чаще мужчин практикуют отказ от курения и употребления алкоголя, а также соблюдают, при необходимости, рекомендации врача. Занятия в спортивных секциях наиболее распространены среди респондентов в возрасте от 14 до 21 года, школьников и студентов. Подробно эти данные представлены в Прил. 6.2, табл. 34.



Рис. 32. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Здоровый образ жизни включает в себя несколько составляющих. Что из перечисленного Вы делаете регулярно?», % от числа опрошенных

2.8. Гражданственность и вовлеченность молодежи в общественную деятельность

Вовлеченность молодежи в общественную деятельность является одним из показателей социального самочувствия. Как свидетельствуют результаты исследования, в общей сложности 56,2% опрошенных интересуются или скорее интересуются политическими событиями, происходящими в России (рис. 33).

Интерес к общественно-политическим событиям заметнее выражен у мужчин, респондентов 27-35 лет, работающих участников опроса (Прил. 6.2, табл. 35).

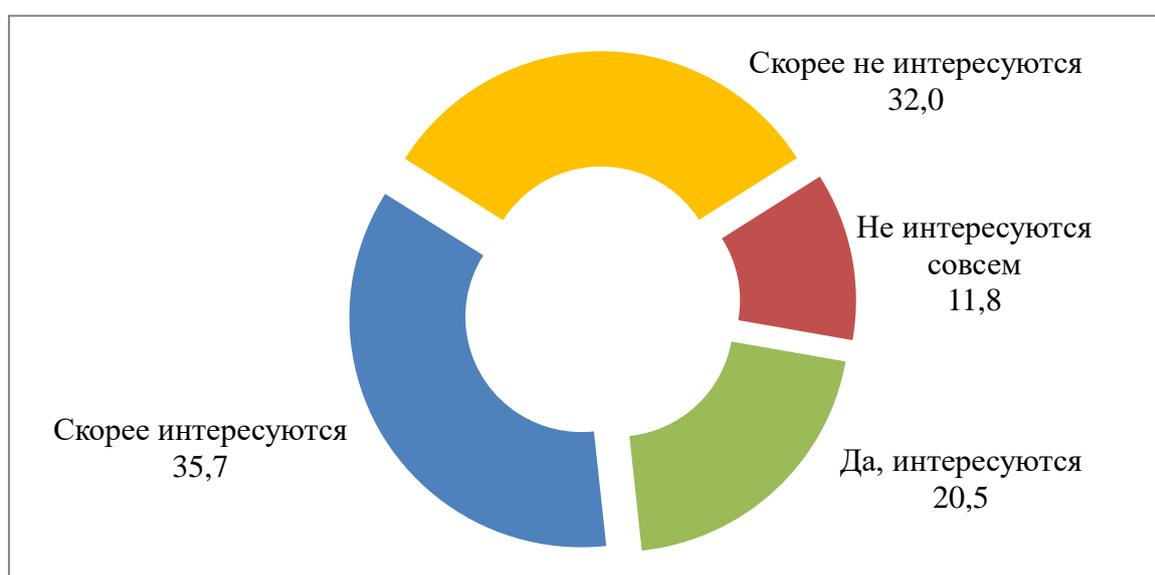


Рис. 33. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Интересуетесь ли Вы политическими событиями, которые происходят в России?», % от числа опрошенных

О мероприятиях в сфере молодежной политики, проводимых в их городе или районе, слышали около 30% респондентов. примерно такое же количество опрошенных принимали в таких мероприятиях участие.

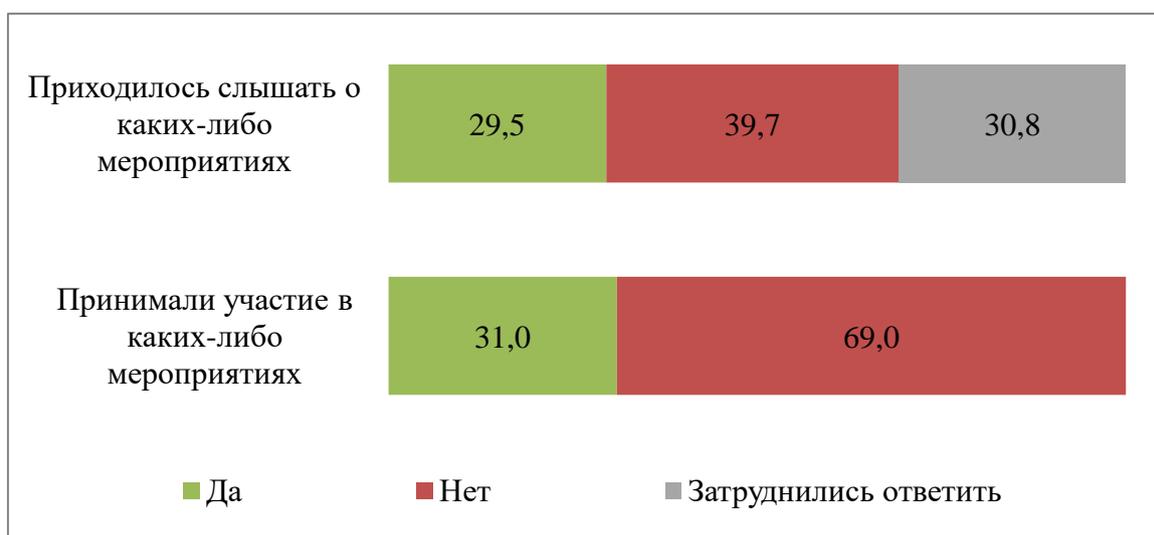


Рис. 34. Распределение ответов респондентов на вопросы: «Приходилось ли Вам в течение последнего года слышать о каких-либо мероприятиях, акциях, программах для молодежи, проводимых в Вашем городе / районе?» / «За последний год Вы принимали или не принимали участие в каких-либо мероприятиях в сфере молодежной политики?»,
% от числа опрошенных

В числе мероприятий, о которых они слышали, участники опроса чаще всего называли День молодежи (23,4%), 12,3% назвали Студенческую весну, 10,4% – льготные ипотечные программы для молодежи. В мероприятиях, посвящённых Дню молодежи, принимали участие 18% респондентов. Полный список ответов респондентов на эти вопросы анкеты представлен в **табл. 2**.

Табл. 2. Мероприятия, акции, программы для молодежи, о которых респонденты слышали и в которых принимали участие, % от числа опрошенных

Варианты ответа	Слышали	Принимали участие
День молодежи	23,4	18,0
Мероприятия, посвященные различным праздникам	14,6	0,0
Студенческая весна	12,3	5,0
Различные конференции («Промолодежь» и др.)	10,7	5,0
Мероприятия, организуемые «Движением Первых»	10,4	5,6
Льготные ипотечные программы для молодежи	10,4	0,0
Форумы («Правый берег», «Смотри», «Алдынгылар Биляр Форум», «Эковолна» и др.)	9,7	24,5
Различные конкурсы	9,1	0,0
КВН (Клуб весёлых и находчивых)	7,8	4,6
Мероприятия, организуемые Молодежным центром	7,8	5,0
Благотворительные акции («Весенняя неделя добра» и др.)	7,5	0,0
Концерты	7,1	5,9
Спортивные и киберспортивные состязания	5,8	7,7
Военно-патриотическая игра «Адмирал»	5,2	1,9
Мастер-классы	5,2	2,5
Мероприятия патриотического характера	5,2	0,0
Волонтеры Победы	3,6	0,0
Акция «Свеча Памяти»	3,2	3,1
Грантовые конкурсы	3,2	0,0
Проект «Семья удивительная галактика»	3,2	3,4
Молодёжная дискотека	2,6	0,0
Автобус «Время молодых»	2,6	0,0
День студента	2,6	0,0
День физкультурника	2,6	0,0
Мероприятия волонтерского центра «Форпост»	0,0	4,6
Мероприятия от университета «Синэнергия»	0,0	3,4
Мероприятия от центра «Навигатор»	0,0	3,1
Митинг День Победы	0,0	3,1
День Первокурсника	0,0	2,5
Программа Кадровый резерв	0,0	2,5
Молодежный фестиваль татарской национальной культуры «Ягымлы яз»	0,0	2,5
Телевизионный молодёжный фестиваль эстрадного искусства «Созвездие Йолдызлык»	0,0	2,5
Слёт вожатых Планерка	0,0	2,5
Премия «Алга! Поехали!»	0,0	2,5
Квесты	0,0	2,5
Цикл мероприятий «Конструктивный диалог»	0,0	2,2
Гранты Росмолодежи	0,0	2,2
Слышали о множестве мероприятий / участвовали во многих мероприятиях	20,5	12,4
Участвовали, но не уточнили где	0,0	14,9
Другое	20,1	8,4

Тем респондентам, которые принимали участие в каких-либо мероприятиях, акциях, программах в сфере молодежной политики, дополнительно был задан вопрос об удовлетворенности качеством их проведения. Из полученных на него ответов следует, что подавляющее большинство участников устраивает качество организации мероприятий: 57,8% опрошенных полностью им удовлетворены, 37,1% – скорее удовлетворены (рис. 35).

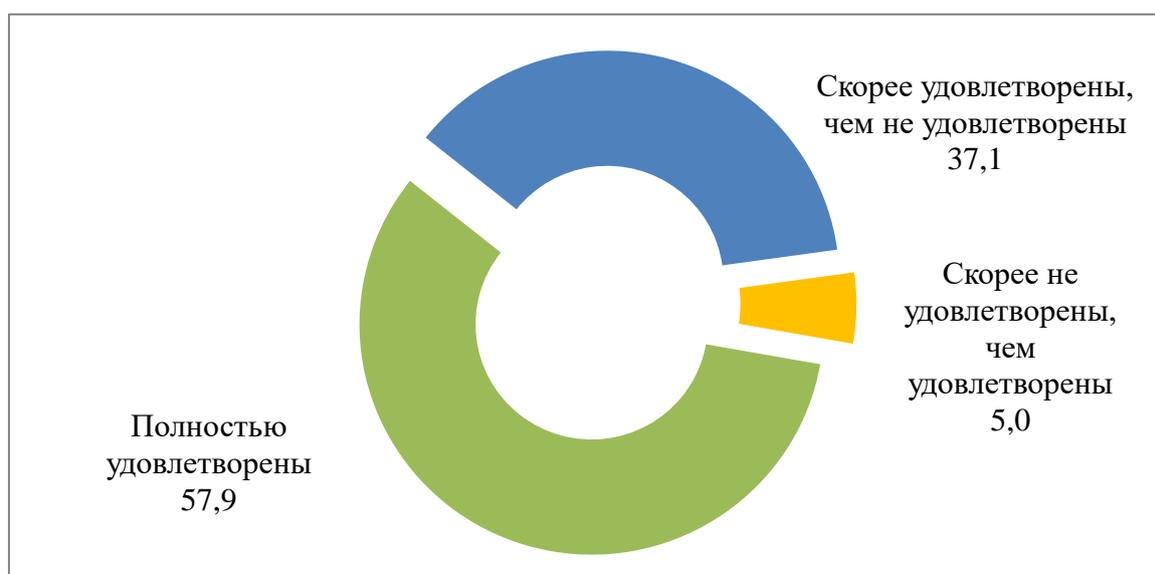


Рис. 35. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если принимали участие, то удовлетворены Вы или нет качеством реализуемых мероприятий?», % от числа опрошенных

Неудовлетворённость качеством проведения мероприятий в сфере молодежной политики выражают мужчины, респонденты 27-35 лет, жители сельских населенных пунктов, работающие участники опроса (Прил. 6.2, табл. 37).

Отказ молодых людей от участия в мероприятиях обусловлен в первую очередь недостатком свободного времени (34,2%) и отсутствием интереса (25,1%). Кроме того, 16-17% респондентов указали на неудобное для них место проведения таких мероприятий и отсутствие подходящей компании для их посещения, а почти 22% затруднились ответить на этот вопрос (рис. 36).



Рис. 36. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если не принимали участие, то почему?», % от числа опрошенных

Самой популярной у молодежи Татарстана формой гражданской активности является участие в сборах гуманитарной помощи для новых регионов России, для участников СВО и т.п. Этой деятельностью за последние 12 месяцев приходилось заниматься 66,2% опрошенных. Об участии в волонтерской деятельности сообщили 62,4% респондентов, в сборе средств на общественно полезные цели – 53,4%. Кроме того, более половины участников опроса принимали участие в собраниях и заседаниях различных обществ, ассоциаций, клубов, участвовали в сборах гуманитарной помощи пострадавшим от стихийных бедствий, участвовали в работе школьного или студенческого актива (**рис. 37**).



Рис. 37. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Приходилось ли Вам за последние 12 месяцев ...», % от числа опрошенных

Социально-демографическая специфика социальной и гражданской активности молодежи отражена в Прил., табл. 39.

Социальная пассивность молодежи, отсутствие активного участия общественной и политической жизни связаны, по мнению респондентов, с тем, что

молодые люди не верят в возможность изменений (42,1%), в целом не интересуются политикой (38,1%), плохо в ней разбираются и не знают, как действуют органы власти (33,8%) (рис. 38).

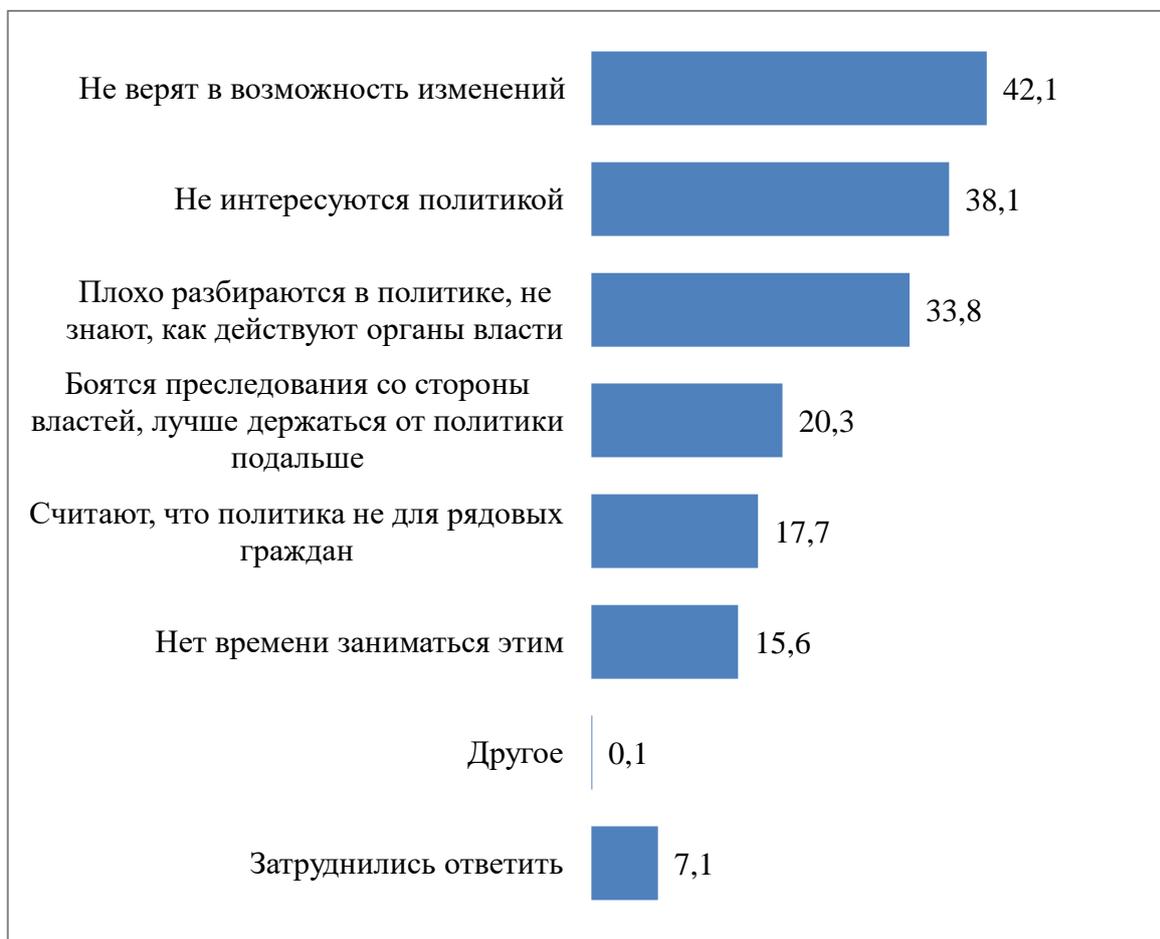


Рис. 38. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, почему молодые люди не принимают активного участия в общественной и политической жизни?», % от числа опрошенных

При этом женщины, респонденты 14-21 года, учащиеся школ и студенты СПО и ВУЗов чаще представителей других социально-демографических групп полагают, что политика не для рядовых граждан. Работающие респонденты 22-26 лет видят причину низкой активности молодежи в недостаточной информированности о политике и функционировании органов власти. Эти и другие данные представлены в Прил. 6.2, табл. 40.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ЭКСПЕРТОВ

В рамках социологического исследования были проведены экспертные интервью, в которых обсуждались восемь основных тем: 1) жизненные цели и планы современной молодёжи; 2) трудоустройство и трудозанятость; 3) миграция; 4) профориентация и образование; 5) информированность молодых людей о программах и мероприятиях государственной молодежной политики; 6) диалог с властью; 7) досуг и свободное время; 8) здоровье и здоровый образ жизни.

3.1. Жизненные цели и планы современной молодёжи

Беседа с экспертами начиналась с вопроса о целях современной молодёжи, о том, что она хочет и о чем мечтает. По мнению экспертов, однозначного ответа здесь нет. Во-первых, согласно федеральному законодательству в молодежную социальную группу входит в достаточно широкий диапазон населения от 14 до 35 лет, и важно понимать, что это совершенно разные поколения, с различными ценностями и целями.

«Мне кажется, что тяжело сейчас делить молодёжь 14-35 лет, потому что это немного разные поколения людей»¹.

«На самом деле молодёжь, она достаточно разная. В общем-то, сложно говорить о молодёжи в целом, есть различные группы молодёжи с совершенно разными целями, разными устремлениями и как-то дать одну общую характеристику, наверное, достаточно сложно».

Те представители молодого поколения, которое учится в школе или вузах, то есть молодёжь от 14 до 22-23 лет больше ориентируются на «здесь и сейчас» и мало задумывается на отдаленную перспективу (о том, что будет через 5-10 лет).

«Вот сегодня мне плохо, я ушёл и меня не волнует, что завтра».

«Важно, как я чувствую себя в моменте, насколько мне классно сейчас, насколько меня устраивает окружение».

¹ Здесь и далее курсивом в рамке приведены оригинальные высказывания экспертов.

Те представители молодёжи, которым 25-35 лет, больше задумываются о стабильности, о хорошей семье, работе, т.е. мыслят более стратегически. В текущем моменте молодёжь хочет получить образование, найти работу, самореализоваться.

«Цель – получить образование, цель найти работу, самореализоваться».

«Если говорить о целях, я думаю, что, в первую очередь, наверное, о самореализации, о нахождении призвания, своего любимого дела».

«Достижение каких-то высот, возможно, в хобби, в профессиональной деятельности, финансовая независимость».

Экспертным сообществом озвучивается мнение, что даже для возрастной категории молодёжи 25-30 лет далеко не на первом месте семья, а больше личное развитие; стремление жить для себя, а не для других и не тратить много усилий для того, чтобы как можно больше для себя получить.

«Что ещё молодёжь сегодня хочет? Получить всё легко. То есть, знаете, такое выражение: «без труда не вытащишь и рыбку из пруда». Это не для нынешней молодёжи, хочется, чтобы было просто и так далее».

По мнению экспертов, молодёжь разных возрастов объединяет такая общая цель, как высокий уровень благополучия и материального достатка, спокойная и обеспеченная жизнь. Это касается как молодёжи, которая находится как в нижней части возрастной границы, так и в верхней.

«Их объединяет, это желание реализоваться, но реализоваться в первую очередь финансово. Если раньше это ещё конкурировало с понятием реализоваться в плане престижа, сейчас, к сожалению, это уже потихоньку сдало обороты, поэтому, в первую очередь, это реализоваться финансово».

«Сейчас преобладает жизненная цель, которая у них выражается в денежном выражении».

«Основными мечтами молодёжи остаются получение высокого дохода, творческой свободы и, как следствие, максимума удовольствий от жизни».

«Современные молодые люди по большей части гедонисты».

Ряд экспертов считает, что многие цели у современной молодёжи не столь кардинально изменились – по-прежнему основными целями являются возможность получить образование, найти себя, самореализоваться, трудоустроиться на хорошую, высокооплачиваемую работу, в перспективе, очевидно, создать семью и приобрести своё собственное жильё.

«Думаю, что жизненные цели наверняка не изменились радикально».

«Возможность обеспечить себя и жильём в том числе, возможность как-то развивать свои хобби, путешествовать».

Современная молодёжь активно стремится к самореализации и поиску смысла жизни через свои жизненные приоритеты и ценности. Молодые люди редко останавливаются на одном узком роде занятий, они стараются пробовать что-то новое. Появляющиеся новые специальности молодёжь осваивает вполне успешно. В целом молодёжь достаточно амбициозна.

Резюмируя, можно сказать, что у современной молодёжи преобладают цели, связанные с финансовой независимостью, карьерой и стремлением к лучшей, удовлетворенной, стабильной жизни. Материальный интерес очень развит, мало кто из молодёжи готов всю жизнь работать на одном предприятии за небольшие деньги.

Некоторые эксперты считают, что современная молодёжь существенно отличается от предыдущих поколений, прежде всего, потому, что она выросла в эпоху цифровизации и ее представителей можно назвать «цифровым поколением».

«Основной составляющей современного молодого поколения – это, безусловно, цифровизация. Не зря это поколение называют цифровым поколением».

«Влияние этой интернет-среды, цифровизации, всех этих новых технологий отличает современную молодёжь от всех других, предыдущих поколений».

Цифровизация также влияет и на выбор целей, связанных с карьерой, трудоустройством, а также коммуникациями. Молодые люди всё меньше стали ориентироваться на выбор трудового пути в производственной сфере, а больше на профессии, связанный с IT-индустрией, цифровыми и интернет-технологиями.

«Молодёжь все в большей степени ориентируется именно не на производственный сектор, а вот на эту цифровизацию, цифровую реальность и на так или иначе, выстраивание активности именно в этой среде».

«Сейчас молодёжь в целом хочет идти по IT-направлению. Это говорит, о том, что молодёжь идёт со временем в ногу».

В то же время ряд экспертов отмечали, что у некоторых школьников старших классов в качестве ближайших целей проявляется стремление заниматься волонтерством, участвовать в мероприятиях, где реализуются их патриотических настроения.

«Как мне кажется, они точно любят страну, в которой находятся, потому что, когда мы ездили в лагерь, там одна из главных, одна из топовых песен прошлого года, позапрошлого года, была песня Газманова «Россия».

«Может таких ребят и не очень много, но они есть такие ребята».

Как отметили эксперты, некоторые молодые люди из более старшей когорты нацелены на внесение вклада в развитие общества.

«Какой-то вклад в развитие общества вносить, может быть, волонтерством заниматься, может быть, какими-то научными открытиями, то есть приносить пользу обществу».

Несколько настораживает тот факт, что никто из экспертов не назвал такие цели молодёжи, как «стремление изменить мир, внедрить что-то новое». Это может свидетельствовать о том, что современное поколение ломает стереотип «молодёжь меняет мир». Она этого не хочет и, как отмечали эксперты, хочет просто жить спокойно и благополучно, ставя перед собой утилитарные цели. В этой связи может просматриваться феномен «маленького человека», свойственный молодёжи, когда молодые люди не верят, что могут на что-то повлиять и чего-то добиться на глобальном уровне, а также кризис креативного мышления, которое, напротив, набирает силы как межстрановое конкурентное преимущество.

«Конечно, хотят люди хорошей обеспеченной жизни. Это какая-то новость? Хотят люди молодые самореализации, хотят любви».

Реализация молодежной политики в Татарстане включает в себя создание условий для развития молодёжи, поддержку их прав и интересов, а также формирование патриотизма и активной гражданской позиции. В республике действуют различные программы, направленные на решение социальных, бытовых и материальных проблем молодёжи, а также на поддержку их участия в общественной жизни и творческой деятельности.

Говоря об условиях для самореализации молодёжи в Республике Татарстан, эксперты в целом отмечают, что все необходимое присутствует и регион является одним из лидеров в стране по поддержке молодёжи в целом и молодёжных инициатив в частности. В республике имеется развитая инфраструктура для развития молодёжных досуговых практик, причем не только в столице, но и в муниципальных образованиях (спортивные центры, центры развития и образования, культуры, творчества и др.)

«Я считаю, что Татарстан на самом деле очень ориентирован на молодёжь, очень развитая республика, в том числе по количеству инфраструктуры, причём не только в Казани, в столице региона, но и в муниципалитетах тоже».

«Есть и инфраструктура образовательная и спортивная, какая-то, возможно культурная, творческая, постоянно появляется что-то новое. В принципе, это все есть в доступе. Самой инфраструктуры, я думаю, хватает».

«Возьмём только наш Мамадышский район, для нашей молодёжи есть целый молодёжный центр, трехэтажное здание плюс подвал более 3000 квадратных метров. Тут есть условия по всем направлениям. Возьмём тот же актовый зал, ...пришёл, посмотрел, организовал мероприятие. Что ещё надо для молодёжи, для того, чтобы самореализацию сделать? Полиграфическая студия, киберспорт, арт-студия, добровольческое направление, бильярдный зал. Все условия созданы, все есть».

Если брать инфраструктуру развития, то как отметили опрошенные эксперты, она развита достаточно хорошо. На сегодняшний день для самореализации имеются все условия, начиная с федерального уровня, заканчивая региональ-

ными направлениями. В настоящий момент в регионе создано огромное количество площадок, которые хорошо разрекламированы среди учащихся школ, колледжей, вузов. Имеется большое число грантов, существует много специализированных лагерей, повсеместно работают оздоровительные лагеря, хорошо организован досуг. Во всех муниципальных районах есть стационарные лагеря.

«Я не назову ни одного района из 45 муниципальных образований, где нет стационарных лагерей, и все развито, все сделано. Это о чем говорит? То, что после учебного процесса наши дети не где попало ходят, а есть определённая подготовленная программа для наших детей, где они могут полностью оздоровиться, получить массу удовольствия».

«Если возьмём только наш лагерь «Кама», он находится в лесу, в замечательном месте, на берегу реки Камы. Когда выходишь в лагерь, течёт река Кама, и уже от одного вида только получаешь удовольствие. И у нас получается лагерь, вместимость 160 человек... да и инфраструктура лагеря очень развита. Мы проводим ряд разных мероприятий, чтобы молодёжь понимала то, что, оказывается, это для них делается».

«Вот у нас лагерь «Интеллект», для одарённых детей».

«Есть также лагерь «Дети Галактики», где находятся дети, поставленные на учет».

В республике существует ряд программ, в которых большой упор делается на развитие патриотизма.

«Сейчас специальная военная операция, без этого момента мы никак не можем, без этого направления мы никак не можем отучиться. Мы должны объяснить молодёжи то, что вот люди там, чтобы мы спокойно здесь отдыхали и люди идут, служат, чтобы мы со спокойной душой получали удовольствие от отдыха в лагере».

Республика оказывает большую помощь в софинансировании, помогает родителям при покупке путёвок.

«У меня только по стационарному лагерю «Кама», мне на летний сезон выделяется 20 миллионов рублей. В том числе мы собираем родительский взнос».

«Путёвка стоит для родителей 3300 рублей, когда сама путёвка стоит 22 тысячи рублей. Остальную часть софинансирования закрывает республика».

Некоторые эксперты отмечали, что в сельской местности условия существенно хуже, чем в больших городах, что, впрочем, характерно для любых регионов России.

«Условия для самореализации развиваются, но не везде равномерно. Конечно, в крупных городах больше возможностей, чем в сельской местности. Не всегда хватает современной инфраструктуры, мест для занятий спортом, творчеством, работой, разнообразных форматов для реализации молодёжных инициатив. В Казани с этим, конечно, ситуация лучше, а вот в небольших населенных пунктах спортивной и развлекательной инфраструктуры уже может быть недостаточно».

Однако, в целом, эксперты убеждены, что в Республике Татарстан инфраструктура для самореализации молодёжи достаточно развита и всего хватает. В этом плане действительно в регионе делается немало. По мнению экспертного сообщества, Татарстан очень ориентирован на молодёжь и крайне развит с точки зрения развлекательной, досуговой и образовательной инфраструктуры, причём не только в Казани, в столице региона, но и во всех муниципальных образованиях.

«По опыту посещения других регионов видим, что молодёжная политика у нас одна из самых развитых на территории Российской Федерации».

«Инфраструктура там образовательная и спортивная, какая-то, возможно культурная, творческая, постоянно появляется что-то новое. В принципе, это все есть в доступе. Самой инфраструктуры, я думаю, хватает. Возможно, хотелось бы больше каких-то мероприятий, мастер-классов на базе этой инфраструктуры».

3.2. Трудоустройство и трудозанятость

По мнению экспертного сообщества, наиболее востребованные рабочие места для молодёжи – это те, которые связаны с IT-технологиями, программированием, сферой услуг, экономикой и медициной. Гораздо в меньшей степени молодёжь ориентируется на промышленность и сельское хозяйство. Модным направлением сейчас стала доставка еды, но это не стратегический интерес, а скорее возможность быстро подзаработать.

«На сегодняшний день молодёжь, как мне кажется, на самом деле очень много работает в сфере услуг, особенно в период обучения, то есть до получения специальности».

«Часто используют доставку еды как старт, возможность заработать деньги на дальнейшее обучение».

Среди выпускников образовательных учреждений среднего профессионального образования востребованы различные рабочие профессии, на которые они обучаются. В качестве вакансий предлагаются те, которые связаны с образованием, торговлей, государственной (муниципальной) службой, социальной сферой, производственным сектором, сельским хозяйством. При этом молодые люди стремятся попасть на те рабочие места, которые высоко оплачиваются. Но главным лидером являются специалисты и рабочие места в сфере IT, хотя актуальны и такие вакансии, как сварщики, электрики, токари и др.

«Там, где высоко оплачивается, но все равно сейчас время показало, что единоличным лидером являются айтишники. Если кто не может войти в эту сферу, то есть не потянет это, значит, и сварщики, и токари, электрики очень востребованы. Скажем так, в любой сфере есть лидеры профессии».

Эксперты акцентируют внимание, что все меньше молодёжи желает идти в сферу производства, работать на производстве, прикладывать какие-то физические усилия. Все больше молодых людей ищут возможности фриланса, свободной занятости и, условно говоря, лёгких заработков.

С экспертным сообществом был обсужден вопрос о трудоустройстве и о том, какие востребованные рабочие места предлагает сама республика. По мнению экспертов, в Татарстане достаточно много разнообразных вакансий, но далеко не все популярны в молодежной среде. Выбор работы во многом определяется условиями труда и зарплатой, а также уровнем подготовки самих выпускников. Наиболее популярными сейчас являются сферы IT-технологий, программирование, блогерство, сфера услуг.

Выбирая сферу постоянной занятости, молодые люди исходят не только из условий работы и зарплаты, но и от того, какой баланс времени у них будет между работой и личной жизнью, поскольку молодёжь, как отметили эксперты, хочет жить сегодняшним днем, а не откладывать какие-то удовольствия «на потом».

«Самое важное, что интересует на сегодняшний день – вообще, в принципе, при выборе профессии, даже места своего рабочего больше всего интересует баланс между работой и своей собственной жизнью, потому что хобби, отдых, путешествия, карьера сегодня становится как бы важным, и молодёжь хочет жить сегодня, а не откладывать какие-то удовольствия на потом».

Еще один важный фактор, который определяет характер выбора работы, связан с достаточной гибкостью молодых людей и их умением перестраиваться. По этой причине многие не хотят работать на одном месте, а хотят попробовать себя в нескольких местах.

«Они хотят попробовать себя в нескольких местах и если не устраивает зарплата, то очень легко мигрируют с одного предприятия, с одной специальности на другую».

Говоря о желании у молодёжи трудиться на рабочих специальностях, мнения экспертов разделились. По мнению одних, некоторые молодые люди с удовольствием идут работать сварщиками, электриками, авторемонтниками. Другие, напротив, отмечают тенденцию нежелания идти на рабочие специальности в сфере производства.

«Это действительно такая опасная тенденция, которую мы наблюдаем, что все меньше молодёжь желает идти в сферу производства, работать на производстве, прикладывать какие-то физические усилия. И все больше вот ищет возможности фриланса, свободной занятости и, условно говоря, лёгких заработков. То есть, эта тенденция, она, конечно, присуща, всем группам молодёжи».

Говоря о способах стимулирования работодателей в трудоустройстве молодёжи на квалифицированные рабочие места, опрошенные эксперты отмечали следующее. В Татарстане имеются программы бесплатного профессионального обучения по рабочим специальностям, т.е. молодой человек может, обучаясь в учебном заведении, параллельно получить дополнительную рабочую профессию на предприятии, прийти уже квалифицированным специалистом, соответственно, он будет более интересен для работодателя, в том числе, может прийти в рамках практики не просто посмотреть, познакомиться с предприятием, а поработать там, как полноценный сотрудник, что дает большой личный опыт. Такой потенциальный сотрудник может прийти уже квалифицированным специалистом с начальным опытом работы на предприятие и будет более интересен для работодателя. Также имеется опыт, когда предприятие трудоустраивает ребят через систему студенческих отрядов, поскольку у них появляется налоговая льгота по отчислениям в пенсионный фонд. Работодатель, в принципе, экономит эти средства, оставляет их у себя и может тратить их на повышение качества работы, на финансовые дополнительные мотивации, на организацию досуга.

В больших корпорациях, таких как «Акбарс», «Сибур», «Татнефть» есть опыт создания своих корпоративных университетов.

«Компании не ждут, что кто-то им принесёт готовых специалистов, а активно обучают сами, предлагают стажировки, дни открытых дверей».

В Татарстане есть республиканский молодёжный проект «Кадровый резерв», который также стимулирует выбор молодёжью квалифицированной управленческой деятельности. Проводятся конкурсы, образовательные программы, где молодые люди получают определенные знания и навыки, которые могут помочь устроиться на государственную гражданскую службу. Далее они

проходят конкурсные процедуры и лучшие отправляются на стажировки в министерство. И есть немало случаев, когда люди трудоустраиваются, а потом доходят до достаточно высоких должностей.

«У нас в Республике Татарстан есть кадровый резерв, т.е. это главный управленческий кадровый резерв, когда выбираются люди на должности уже топ менеджмента государственной гражданской службы».

«Яркий пример молодёжной политики – Софья Мустафина, первый заместитель министра сейчас, она тоже из кадрового резерва правительства Республики Татарстан».

Есть много других проектов, где представители молодёжи взаимодействуют с различными работодателями в плане своего будущего трудоустройства на квалифицированные рабочие места, например, «Лига студентов», «Движение первых», которые также активно помогают при трудоустройстве. Эксперты отмечают активную включенность в этот процесс Министерства по делам молодёжи.

«Там на форум приходит работодатель, ты же можешь с ним познакомиться. Ты же можешь дать своё резюме, и тебя берут в команду. И такие кейсы тоже есть. Опять-таки, это в любом случае зависит от инициативы».

«По десятку тысяч в год трудоустраивают молодых людей, студентов и не только на временную работу, но и в целом, находят им призвание, находят им профессию и так далее».

На вопрос: «Как вы думаете, есть ли желание у молодёжи трудиться на рабочих специальностях и какие существуют меры для привлечения молодёжи вот именно на рабочие специальности?» большинство экспертов ответило, что по их ощущениям на сегодняшний день именно молодёжь идёт на заводы и на рабочие специальности. Но идут прежде всего туда, где выше заработная плата и есть перспектива роста. Но это есть не во всех организациях.

«Даже у нас, в нашем окружении, большое количество активистов из молодёжной политики именно ушли на работу на заводы, трудоустроились. Особенно это касается естественно-научного профиля, не гуманитарного».

В рамках адаптации привлечения студентов на производство, на высококвалифицированные места проводятся профориентационные занятия, экскурсии, которые в ряде случаев способствуют тому, что ребята меняют свое мнение о работе на производстве в позитивную сторону.

«Многие меняют своё мнение и начинают понимать, что производство и рабочие специальности сейчас в стране, в республике на высоком, новом уровне развиваются. То есть это востребовано, это интересно».

По мнению большинства экспертов, заработная плата, на которую ориентируется современная молодёжь – это 100.000 рублей и выше. Более низкие зарплаты, даже на казалось-бы престижных местах не являются привлекательными для многих когорт молодёжи.

«Из министерства труда Республики Татарстан, приходили и предлагали зарплату нашим выпускникам в районе 50-60 тысяч рублей в месяц. И наши выпускники говорят, это низкая оплата труда. Мы не готовы на такую зарплату»

«Они говорят, планка зарплаты для них должна быть от 100 тысяч рублей в месяц сейчас»

«Ну вот, скажем, от 100000 и выше».

«70 тысяч – это вот такая зарплата, ну, нижний потолок, зарплата профессора, да, это считается маленькой зарплатой среди молодёжи».

«Молодёжь считает достойной зарплату от 80 тысяч рублей и выше, плюс важны свободный график, возможность развития и стабильность. Им бывает сложно работать от звонка до звонка, поэтому часто предпочитают уходить во фриланс, самозанятость».

Один из экспертов отметил, что молодёжь не готова идти не только на низкие зарплаты, но и на «тяжелый» график труда. Для многих молодых людей нужен гибкий график, возможность самому выстраивать свой рабочий день, а работа с 8-00 до 17-00 уже считается «тяжелой».

«Тяжёлый график труда, по мнению молодёжи, когда они слышат, что нужно будет работать по пятидневной рабочей неделе, там с 8 утра до 5 вечера. Их уже такой график не устраивает. То есть для них очень важен именно гибкий рабочий график, возможность самому выстраивать свой рабочий день».

«Все больше вот ищет возможности фриланса, свободной занятости и, условно говоря, лёгких заработков. То есть, эта тенденция, она, конечно, присуща, всем группам молодёжи».

На остальных работах, где заработные платы меньше (например, в вузе) пытаются компенсировать ее различными другими льготами – свободным графиком труда, бронью от армии или престижностью должности, ее новизной (например – эйчар).

«Их привлекают на зарплату меньше ста тысяч, но если это компенсируется чем-то другим. Не обязательно свободный график, а именно со статусом. Ну, например, контентмейкеры какие-нибудь, либо пресс-секретари пресс-службы и так далее, с зарплатой 80 тысяч».

Поэтому политика увеличения зарплат является существенной составляющей в деле трудоустройства молодёжи. Кроме того, привлекательной чертой становится инфлюенсерство (влияние на других через организацию своего блога), работа на себя, наличие свободного графика.

В рамках экспертного опроса затрагивался в том числе вопрос, как много в среде предпринимателей молодых людей и в каких формах молодым предпринимателям оказывается государственная поддержка.

По мнению экспертов, молодёжное предпринимательство достаточно развито в республике. В целом их около 30% и большинство выстраивает свой бизнес в сфере услуг и торговли. Многие представители молодёжи ведут свою предпринимательскую деятельность, как самозанятые.

«У молодёжи есть большое желание начать своё дело, но есть некий страх перед тем, чтобы его начать. То есть, количество потенциальных людей, которые могут быть предпринимателями больше, чем реальное».

«Когда я работал, ввёл реестр малого бизнеса, малого и среднего бизнеса, да, было где-то 30% бизнесменов молодёжь была, но они все в основном были, получается, в сфере услуг и торговли».

«Около 30% всех имеющихся бизнесменов и самозанятых, это молодые люди до 35 лет».

В Республике Татарстан проводится работа по молодежному предпринимательству и в сельской местности, поскольку оно рассматривается и как фактор закрепления молодёжи на селе и по мнению ряда экспертов молодёжное предпринимательство – это один из самых лучших и действующих инструментов. С этой целью каждый квартал происходят встречи с руководителями, с главой района, с представителем союза предпринимателей. Ребятам показывают лучшие практики. Показывают и тем, кто еще только обучается и тем, кто приехал в район и пока не знает, как себя реализовать, в каком направлении использовать свои профессиональные навыки и потенциал. И эта работа уже дает определенный эффект.

«В каждом сельском поселении показываем лучшие практики, и в итоге хотя бы единицы, получают тут опыт и начинают в этом направлении развивать свой бизнес».

В Республике Татарстан для молодых предпринимателей есть образовательные программы и мастер-классы, часто проводятся различные мероприятия на стимулирование молодёжного предпринимательства. Со стороны министерства по делам молодёжи осуществляется информационная поддержка о конкурсах, грантах, субсидиях для молодых предпринимателей. Данные инициативы активно поддерживаются, стимулируются, и интерес у молодёжи в этом отношении безусловно есть.

Например, в г. Набережные Челны есть молодежный центр «Заман» – центр работающей молодёжи, координирующий работу молодёжных организа-

ций на предприятиях, в организациях и учреждениях города. Одним из направлений деятельности центра является и развитие молодежного предпринимательства. Так, среди направлений работы центра есть отдельная программа «Молодёжное предпринимательство», в рамках которой любой начинающий предприниматель может получить гранты. Действует центр «Мой бизнес», где реализуются грантовые программы. Работают лагеря для школьных компаний, бизнес-лагеря для студенческой молодёжи, где обучают тому, как составить бизнес-план, как работать с инвесторами и т.п. Есть также программа «Бизнес молодым» совершеннолетние молодые люди могут получить гранты до 500000 рублей. Большое внимание этому направлению уделяет и Общественная палата республики и само Министерство по делам молодёжи. Таким образом в регионе достаточно большое внимание уделяется развитию данного направления.

С экспертами обсуждался вопрос, что можно предложить молодёжи для увеличения привлекательности труда на селе? По их мнению, нужно использовать системно самые разнообразные меры, но главным должно быть улучшения инфраструктуры и условий жизни в сельской местности, а также рост зарплат на селе.

«В малонаселённых пунктах надо больше развивать инфраструктуру, в том числе детские сады, школы, если мы говорим о молодёжи, у которых есть уже семья, дети».

«В сельских поселениях, возможно, тоже какой-то спортивной творческой инфраструктуры, потому что молодёжь ещё, как мне кажется, иногда отталкивает, ну, какое-то, наверное, отсутствие возможностей развития в сельской местности, при том, что в регионе заработные платы на селе действительно очень достойные, особенно в агропромышленном комплексе».

«Я думаю, что можно все решить большими зарплатами, как сейчас вот делают по производству, на заводах и так далее».

«Я не смогу предложить молодому педагогу зарплату от 50-70 тысяч рублей, потому что базовый оклад составляет 22.400. И это без учёта стажа работы, без учёта квалификации, например, да, молодого специалиста. То есть я ему на сегодня могу предложить 22.500, где-то вот такая сумма».

Эксперты считают важным вести целенаправленную работу в том направлении, чтобы молодёжь вернулась в село. Необходимо показывать ребятам передовые производства агрокомплекса, которых достаточно много в Татарстане (например, только в одном из районов имеются различные передовые производства, такие как: «Азбука Сыра», строительные компании, спиртзавод, рыбзавод, «РемАгро», «Родные Места», промышленный парк «Вятка», «Сельхозхимия» и др.). Необходимо по специально утвержденным программам для молодёжи организовывать посещение таких организаций.

«Для того, чтобы население наше возвращалось, мы проводим экскурсии по организациям, предприятиям уже при выборе предметов сдачи государственных экзаменов».

Для тех представителей молодёжи, кто потенциально может прийти в село на бюджетные места – школы, детский сады, больницы – необходимо вводить направление в вузы и ССУЗы по целевым программам, а также реализовывать программы по материальной поддержке, получение жилья.

«Есть и бюджетные структуры, например, образование, культура, спорт, здравоохранение, которые тоже нуждаются в рабочих руках. И в этом направлении мы ведём работу с целевиками. Целевое обучение предоставляем нашим студентам, чтобы обучились по спецнаправлению и вернулись к нам в район работать».

Экспертное сообщество подчеркивает, что необходимо развивать программы по распространению различных льгот для молодёжи, остающейся на селе, выделять бесплатно земельные участки, предоставлять субсидии на приобретение вторичного или на строительство нового жилья.

«Мы предоставляем участки на строительство дома. Безвозмездно.»
«У нас и по линии Министерства по делам молодёжи Республики Татарстан есть программа по поддержке молодых семей, тоже определённые финансовые средства даются. И ежегодно наши молодые семьи получают эту поддержку на покупку жилья».

Эксперты высказывались в том ключе, что сегодня государство стремится всячески поддерживать труд молодёжи на селе как в бюджетной сфере, так и в предпринимательской отрасли. Была высказана мысль, что закрепление молодёжи на селе будет зависеть от того, как много будет рождаться детей, поскольку в селе иногда лучше, чем в городе обеспеченность детскими садами и школами.

В качестве важного фактора, потенциально привлекающего молодёжь на село, называлась и экология – возможность выращивать и потреблять экологически чистые продукты.

По мнению некоторых экспертов, всё больше и больше играет роль пространенность интернета, наличие устойчивой связи. В этих условиях стирается некая грань между городом и деревней особенно для тех молодых людей, кто работает удаленно – у них появляется возможность постоянно находиться в экологически чистых местах, иметь хороший доступ для своих детей в детские сады и школы, но при этом хорошо зарабатывать на удаленной работе.

«Народ потихоньку со временем все-таки начнёт понимать, что в селе тоже вполне жить можно, там все развивается и все появляется и интернет есть и удаленно можно работать».

«Чем больше будет информационная оснащённость сельской местности, тем это в большей степени будет способствовать сохранению молодёжи на селе».

Однако в большей мере возврат молодёжи на село и закрепление там пока касается только той сельской местности, которая расположена относительно недалеко от крупных городов.

«В далёкие села, к сожалению, народ не поедет».

«Если у тебя район хороший и посёлок хороший, благоустроенный, все социальные объекты имеются, хорошо работают, народ, так скажем, добрый, весёлый, не криминальный, то молодёжь поедет».

«Если хорошая доступность мегаполиса, например, мы в ста километрах от Казани живём, нам это все достаточно, и нам комфортно и удобно, в любое время мы по два раза в Казань иногда ездим».

В интервью с экспертами было обращено внимание и на такую форму ориентации молодёжи на работу в селе, как организация агротуризма. Этим, в частности, занимается молодёжное объединение «Артэш». Они стараются развить в этом плане возможности для сельской молодёжи: обучают сельскому предпринимательству, организовали школу гостеприимства в агротуризме.

«Что-то вот из этой серии программа, где можно было получить в том числе грант на развитие вот таких интересных проектов, когда, допустим, туристы могут приехать к вам в село и в рамках какой-то площадки и коз подоить, и коров, и позаниматься там, поковыряться в земле и так далее».

Несмотря на ряд существенных трудностей, с которыми сталкиваются предприниматели, ведущие свой бизнес на селе, один из экспертов отметил, что у некоторых представителей современной молодёжи присутствует готовность рисковать и такая молодёжь тоже может закрепляться в сельской местности.

«Выделялись финансирования на открытие фермерского хозяйства, в том числе молодёжь. Вот, кстати, была чем удивлена, что не боятся, рискуют. Я бы вот не рискнула, потому что жизнь агрария зависит от погоды, которой не всегда можно доверять, да, то есть если засуха, у тебя урожай полетел или там в кармане что-то не получилось, но молодёжь рискует. На селе у нас много таких вот предприятий молодёжных, ну, которые организовала молодёжь, фермерских хозяйств».

Один из экспертов отметил, что для вовлечения молодёжь в сельское предпринимательство необходима не только материальная помощь, но и организация системы наставничества, когда каждый молодой человек мог бы проконсультироваться по любым вопросам, поделиться своими проблемами, получить совет от опытных работников и предпринимателей. Молодым людям нужен человек, который бы на первых порах их сопровождал, заботился, помогал выстроить свою траекторию развития.

«Чтобы начать своё дело им не хватает наставников, тех, которые готовы бы были поделиться с ними проблемами. Нужен на какое-то время человек, которому бы они могли задать вопросы и проконсультироваться, чтобы если будет неудача, они могли спросить, как можно её преодолеть, потому что часто бывает, что-либо они вообще не начинают из-за страха, либо начинают и при малейшей проблеме останавливаются».

«Если бы у молодых предпринимателей был наставник, а не просто какие-то платные семинары проводились, это было бы отлично, потому что для них очень важно это некое сопровождение».

Эксперты подчеркивают, что для закрепления молодёжи на селе было бы полезным вводить дополнительные льготы, например, на предоставление жилья для специалистов, расширять программы «Земский доктор», «Земский учитель». Также можно ввести программу «Сельский предприниматель» в рамках которой молодым людям, открывающим бизнес в селе, будет предоставляться финансовая и консультационная поддержка, доступ к государственным грантам или «Земский специалист» для привлечения молодых специалистов любых профессий. Кроме того, необходимо осуществлять более интенсивную и целенаправленную информационную поддержку, чтобы сориентировать молодёжь о преимуществах и способах закрепления на селе.

«Надо предусматривать единовременные выплаты, упрощенные способы приобретения жилья и сопровождение трудоустройства».

«Можно внести программу «Сельский предприниматель», в рамках которой молодым людям, открывающим бизнес в селе, предоставлять финансовая и консультационная поддержка и доступ к государственным грантам».

«О вакансиях и возможности стажировок на селе надо больше информировать, а то зачастую молодёжь не знает, куда ей податься, чтобы закрепиться на селе».

3.3. Миграция

Обсуждая проблемы миграции, эксперты отметили, что такая проблема в регионе хоть и существует, но она совсем незначительная. Регион, и прежде всего его столица, достаточно развиты и имеют хорошие возможности для самореализации молодёжи как в плане образования, так и в плане трудоустройства и развлечений. По мнению опрошенных, приток молодёжи в республику превышает отток.

«Конечно, движение есть всегда. То есть, обмен энергиями присутствует. Из Казани я не могу сказать, какой отток, но мне кажется, наоборот, приток идёт, потому что город развивается, город растёт».

«В Татарстане, наверное, миграция больше выражается притоком, нежели оттоком молодёжи».

Эксперты отмечают, что незначительный отток из Татарстана наблюдается в такие города, как Москва и Санкт-Петербург. В некоторой степени в качестве миграционного направления присутствуют Новосибирск и Краснодар. Небольшой процент уезжает учиться или жить за границу. Но больше это касается районных других городов, но не самой Казани.

«Я считаю, что здесь как бы процессы и туда, и обратно, это как два переливающихся сосуда. Кто-то уезжает, кто-то наоборот, приезжает».

«Ну, Татарстан один из самых развитых регионов. Если мы смотрим, например, в зависимости от того, с кем мы сравниваем. Конечно, из Татарстана уезжают в Москву, в Питер; либо в Новосибирск в крупные научные центры, да, такое допустимо. Но опять-таки из тех же соседей: Чувашии, Мари-Эл приезжают в Татарстан, потому что для них это в любом случае уровень выше, то есть здесь на удержание работает опять-таки только перспектива».

«Что касается других муниципальных образований, отток в большей степени, конечно же, там, где нет учреждения, хотя бы ссуза или вуза».

Основные причины миграции среди молодых людей связаны либо с отсутствием возможностей в родном городе или селе получить соответствующее об-

разование, либо с недостатком перспектив найти работу по определенной специальности и с соответствующим уровне заработной платы. Имеется незначительное количество молодых людей, которые переезжают из-за климатических условий, а также с надеждой войти в другую социальную среду или найти новый круг знакомств.

«Мигрируют чаще всего в крупные города, так как там все развито гораздо больше. И для общения тоже, найти друзей, завести семью. Это тоже важно для молодого человека».

«Основные причины миграции среди молодых людей, являются: учёба, работа, отсутствие возможностей в родном городе или селе и конечно низкие зарплаты. Любому человеку всегда ищет, где лучше, удобнее, комфортнее, где больше возможностей развить свои способности и заработать больше».

При этом многие молодые люди, заканчивая вузы в той же Казани часто имеют цель вернуться в свой родной город или село.

«Когда к нам приходят ребята на проекты, мы говорим, ты где учишься? Я учусь в Челнах. А откуда ты? Ну, условно, я из Актаныша. И как, какие планы? Вернусь в своё муниципальное образование».

«Конечно, есть такие, которые возвращаются в свою малую родину, они её любят и хотят делать её лучше. Прямо с такими словами: Я приеду и буду дальше развивать свой город, своё село, свою деревню, свой ПГТ».

Важно отметить, что в других районах Татарстана достаточно развита образовательная инфраструктура и молодёжь учится в тех городах, где и проживает.

«У нас очень много, действительно, спасибо республике, много в разных муниципальных образованиях, где есть эти учреждения, и Челны, и Альметьевск, и Елабуга, и Нижнекамск. То есть в целом эта сетка, она развивается и расширяется. Конечно же, прямо в каждом муниципальном образовании этого не будет. Но вот эта зональность, она присутствует».

«Это значит все-таки, что не только крупные города притягивают, но и небольшие населённые пункты».

Эксперты отметили, что из республики зачастую уезжает именно самая талантливая молодёжь. Это связано с введением системы ЕГЭ, которая способствовала тому, что, получив высокие баллы по результатам экзаменов, человек автоматически рассылает заявления по многим вузам, в том числе и столичным – Москва, Санкт-Петербург.

«Соответственно, эта самая талантливая молодёжь с высокими баллами ЕГЭ, она регулярно уезжала из республики и поступала в столичные вузы. И уже в дальнейшем оставалась там».

«Сейчас эта тенденция, она тоже присутствует. Мы с этим сталкиваемся, когда у нас самые талантливые выпускники бакалавриата уже не ориентированы оставаться у нас в Казанском университете, а уезжают в Москву, Санкт-Петербург или даже, до сих пор, некоторые уезжают за границу, поступают в магистратуру».

По мнению экспертов, руководство республики относится к миграции молодёжи в Москву, в Петербург достаточно болезненно и старается предпринимать определенные усилия, для того, чтобы они возвращались обратно в республику, хотя эксперты считают это невыполнимой задачей. Тем не менее, в последние годы в Татарстане предпринимаются активные действия для сохранения талантливой молодёжи. Например, в Казанском университете несколько лет действует программа, что поступающие в университет выпускники, имеющие 100 баллов за ЕГЭ, получают существенные премии и повышенную стипендию.

«У нас есть программа когда поступающие в университет стобальники по ЕГЭ, получают существенные премии, по-моему, 300 тысяч разовая премия, и потом они ещё получают повышенную стипендию».

«Эти меры, они действительно способствуют тому, что, во-первых, сохраняются наши выпускники, уже не уезжают там в Москву, Санкт-Петербург и плюс к нам приезжают из других регионов талантливые выпускники тоже с высокими баллами ЕГЭ».

Кроме того, под Казанью создан город спутник Иннополис, который является своеобразным центром для IT-специалистов, а также для всего, что связано с IT-индустрией, с искусственным интеллектом, где идет преподавание на английском языке, что, по мнению экспертного сообщества, несколько сглаживает миграционную ситуацию и даёт творческим людям закрепляться.

«Даёт такой небольшой, но обратный миграционный поток в республику, так сказать, творческой молодёжи».

Некоторые эксперты отметили, что миграционные намерения у молодёжи достаточно высокие, но большинство молодых людей мало что предпринимают, чтобы эти намерения воплотились в реальность. В итоге получается, что процент реальных мигрантов совсем небольшой.

«Когда спрашиваешь молодёжь, о каких-то миграционных намерениях, у них намерения очень высокие, но при этом, когда задаёшь вопрос, а что вы реально предпринимаете для того, чтобы там переехать в другой город или там даже в другую страну? Оказывается, что, в общем то ничего не предпринимают, только сидят и мечтают об этом».

«Конечно, гораздо меньший процент молодёжи действительно предпринимает усилия и делает что-то для того, чтобы мигрировать и внутри страны, и за рубежом».

Если анализировать основы миграционных настроений молодёжи, то они разнятся, в зависимости от того о какой молодёжи идет речь – об учащийся или работающей. Что касается учащейся молодёжи, то в основном она едет в Москву и Санкт-Петербург. И не только потому, что там лучше или многообразней выбор образовательного учреждения (в Татарстане огромное количество учебных заведений и разнообразие специальностей), но и потому, что там можно завести интересные и полезные связи, которые нет возможности завести в Казани.

«Обучаясь 4 или 2 года даже в магистратуре МГИМО или МГУ, можно познакомиться с такими людьми на студенческой скамье, с которыми в Казани не познакомишься».

«Это не только транслятор знаний, но и определённый элитный клуб».

«Казанский национальный исследовательский технологический университет или Технический университет, бывший КАИ, даже Федеральный университет, не могут обеспечить того, так сказать, той атмосферы, которую, допустим, дают МГИМО или Санкт-Петербургский университет. А последние не могут обеспечить того, что дает Гарвард».

Если говорить о работающей молодёжи, то главные причины здесь заработная плата, перспективы на работе, жилищные условия. Есть также общая тенденция перетока молодёжи из малых городов или поселков в более крупные.

«Что касается работающей молодёжи, то одна из важных причин, наверное, заработная плата, перспективы на работе, жилищные условия».

«Молодёжь из сел стремится в районные центры, из городов небольших стремится в Казань, из Казани стремится в Москву, Петербург».

Еще немаловажным фактором, который в последние годы стал весьма актуальным и играет значимую роль в миграции молодёжи является цифровизация жизни и появление больших возможностей в удаленной работе. Но это обоюдонаправленные процессы. С одной стороны, это способствует миграции молодёжи. Например, выпускник может оставаться работать в Татарстане или другом регионе, а едет жить, например, в Краснодарский край или вообще, другую страну с более благоприятным и мягким климатом.

«Это вот опять современные тренды молодёжи, то, что климат, например, в стороне Краснодара лучше, поэтому народ туда переезжает. ...Молодёжь сегодня живёт для себя, как я уже говорил, и им проще переехать, чем пережить 4-5 месяцев холодов. А так я думаю, что миграция в регионе, она практически на нуле, потому что здесь есть все, работать есть возможность, отдыхать возможность есть».

«Если профессиональная деятельность реализуется через интернет-пространство, не предполагает привязки к какому-то физическому месту работы. Это, безусловно, является способствующим фактором для миграции».

С другой стороны, возможность удаленной работы позволяет выпускнику оставаться на своей малой родине, в каком-нибудь городке или поселке Татарстана, а работать в столице своей республики или других регионов.

Одной из причин миграции молодёжи из сельской местности является более низкий уровень жизни, ограниченность доступности инфраструктуры и, как следствие, невозможность в полной мере самореализации в творческой, общественной, профессиональной сферах жизнедеятельности.

По мнению экспертного сообщества, миграция наиболее активна из сельской местности в города, что во многом связано с нежеланием молодёжи трудиться на земле, заниматься тяжёлым физическим трудом. Но при этом, опять-таки, исследования показывают, что чем больше виртуализация и цифровизация проникают в сельскую местность, тем больше становится молодёжи, которая предпочитает оставаться в родных сёлах. При этом она хочет реализовывать себя не в сельском хозяйстве, не на сельскохозяйственном производстве, а именно через какие-то цифровые практики.

«Эта тенденция тоже есть. И на самом деле, проникновение интернета, цифровой среды в село, является одним из факторов, способствующих сохранению молодёжи именно на селе. Но пока это не такая уж сильная тенденция, конечно и на самом деле миграционный поток молодёжи из сел в города, он продолжает быть таким достаточно активным».

Среди экспертов были и другие мнения, в частности о том, что молодое население сельской местности является наиболее стабильным по своему составу – около 80% сельской молодёжи не планируют никуда уезжать. Важным сдерживающим фактором в развитии миграции молодёжи выступает неготовность к переезду: молодёжь испытывает тревогу, сталкиваясь с материальными и жизненными трудностями на новом месте, а также этнические и патриотические мотивы – для жителей сел определенную роль играет чувство «малой родины», продолжение семейных традиций, соблюдение традиционных устоев, поддержка ближайшего окружения. Однако среди молодёжи немало и тех, кто все-таки стремится покинуть родное село и перебраться в город.

«Так как мы сельский район, мы сталкивались с такой проблемой. Любому молодому человеку нужна хорошая заработная плата и нужно хорошее рабочее место. Естественно, молодой человек, после завершения учебного процесса, он же учится в больших городах, и он видит, как живёт большой город».

Чтобы удерживать молодёжь на селе необходимо автоматизировать этот труд. Основными мерами снижения оттока молодёжи из республики также могут быть специальные программы по трудоустройству, большой выбор высокооплачиваемых рабочих мест, предоставление различных льгот (например, выдача субсидий для приобретения жилья, льготные ипотеки).

«Для снижения оттока молодёжи должны быть программы по трудоустройству, ну и субсидии должны быть на жилье, льготная ипотека».

По мнению экспертов отток из республики все-таки есть, но он минимальный и до конца это побороть невозможно. Можно только открывать новые возможности в республике, как, например, город-спутник Иннополис.

«Я думаю, что из Татарстана отток молодёжи почти, ну, не то чтобы почти нет, он минимальный».

«Все равно миграция есть, она существует, да, то есть как и отток есть, так и приток. Ну здесь, о чем мы можем говорить? Если человек хочет, он должен пытаться реализовать свою мечту. Конечно, если человек настроен переехать, он переедет в любом случае. Другой вопрос, что может быть через какое-то время там у него не получится и он вернется назад».

3.4. Профориентация и образование

Обсуждая тему о профориентационной работе с молодёжью, эксперты подчеркивали, что она начинается ещё со школы, со старших классов. В нее входят и проведение классных часов о каких-то профессиях, встречи и прямые диалоги с представителями различных профессий, с представителями крупных работодателей в школах, экскурсии. Также в Татарстане существуют профильные классы:

физико-математические, медицинские, инженерные, агроклассы с более глубоким погружением именно в профессию той или иной отрасли. Если говорить о студентах ссузов и вузов, то здесь профориентация больше связана уже с выбранной профессией. Здесь очень много проводится встреч с ребятами, экскурсий, мастер классов, каких-то тренингов, чтобы молодой человек больше понимал, на кого он учится, чем предстоит ему заниматься в жизни именно по выбранной профессии. Существуют стажировки на предприятиях, а также встречи с официальными представителями компаний.

«Проводятся стажировки на предприятиях, встречи с представителями компаний, особенно, если вуз или ссуз является таким, как опорным, наверное, что ли, для предприятия».

«Тожe очень много проводится встреч с ребятами, экскурсий, мастер-классов, каких-то тренингов, чтобы молодой человек больше понимал, на кого он учится, чем предстоит ему заниматься в жизни именно по выбранной профессии. Например, если я учусь на бетонщика в колледже, то вот я ещё дополнительно могу получить специальность ещё арматурищика и, в общем-то, закрывать больше задач и, соответственно, становиться более конкурентоспособным, более высокооплачиваемым специалистом».

Эксперты отмечали, что в Татарстане выстроена система тесного взаимодействия между образовательными организациями и ведомствами, а также заводами и предприятиями. На сегодняшний день для молодёжи очень популярным направлением являются стажировки, особенно когда молодой человек не просто приходит на практику, а получает трудоустройство. Очень важно вовлечение в профориентационную работу именно работодателей. Большую роль в этом играет мэрия города Казани, Министерство образования и науки республики Татарстан.

«На сегодняшний день для молодёжи мы проводим большое количество мероприятий. Именно ярмарка стажировок, ярмарка вакансий, которые проходят по всем направлениям одновременно».

«Важным и популярным направлением являются стажировки, особенно когда ты не просто приходишь на практику, а когда именно с трудоустройством».

«Для работающей молодёжи самое эффективное – это живые встречи и стажировки. Молодёжи важен пример – какой-то живой харизматичный лидер, за которым можно пойти, а также возможность попробовать себя в различных специальностях, приобрести опыт».

«Здесь флагманом является, я считаю, мэрия города Казани, они продумывают интересные программы стажировок».

«Много профориентационной работы, этому внимание огромное уделяет и Министерство образования и науки республики Татарстан».

Интересный мотивационный эффект дают встречи выпускников школ разных поколений, когда к школьникам приходят те, кто уже работает и достиг каких-то успехов.

«Встреча с выпускниками... когда кто-то достиг каких-то успехов и делится этим, допустим, с учениками школы, которую он закончил. То есть сегодня это тоже такая мотивационная штука».

Для проведения профориентационной работы в ряде сельскохозяйственных районах, в каждой школе открываются агроклассы, устанавливаются связи с вузами, например, с аграрным университетом города Казани, ветеринарным университетом, академиям города Казани. В школы приезжают преподаватели, рассказывают о профессии, обучают агрономии, пчеловодству, ветеринарии.

«К нам из вузов приезжают преподаватели, рассказывают о профессии, обучают агрономии, пчеловодству, ветеринарии. Плюс к этому с главой района каждый год мы по 5 по 6 вузов города Казани, и ссузов, и вузов посещаем, встречаемся там со студентами, общаемся, показываем свой район, его возможности, какие условия. То есть вот такой положительный симбиоз вузов, района и школ».

Для тех, кто выбирает свой будущий профессиональный путь, имеются такие площадки, как экспо-выставки, когда предприятия могут на одной большой площадке показать молодым людям на конкретных примерах, с чем они столкнутся в той или иной профессии.

«Например, у нас есть Экспо-Кама, такая платформа, где проходят эти выставки, и непосредственно на самом предприятии посмотреть, с чем ты столкнёшься вообще».

Ряд форм профориентационной работы вызвали сомнение и подверглись некоторому скепсису со стороны экспертов. К ним относятся создание рекрутингового центра или межведомственной комиссии по вопросам профессиональной ориентации. По мнению экспертов, проводить данную работу в таких формах – это некоторое отступление к формам бюрократизма.

«Ну вот, допустим, создаётся в республике, в Казани рекрутинговый центр, создаётся межведомственная комиссия по вопросам профессиональной ориентации. ...Мне кажется, это такие в значительной степени бюрократические формы. Вот не знаю, к чему это приведёт».

«Есть проблема – создадим комиссию; есть такая большая проблема – создадим межведомственную комиссию – чистая бюрократия».

Некоторые эксперты обратили внимание на то, что с современной молодёжью надо вести профориентационную работу языком молодёжи и средствами, которыми имеют у них популярность и которыми они активно пользуются. К ним относятся интернет-пространство и социальные сети. Но особенно важно, как неоднократно говорили эксперты – погружать молодёжь в реальную деятельность. И такая работа активно ведётся, о чем говорят сами эксперты и приводят

конкретные примеры. Особенно активно здесь ведут работу Министерство по делам молодёжи и «Движение первых».

«В первую очередь надо идти в те же самые социальные сети, тоже интернет-пространство и выстраивать диалог с молодёжью именно там».

«Что наши молодёжные лидеры в республике достаточно активно в этом плане работают. Скажем, министр по делам молодёжи Садыков Ренат Наильевич, потом у нас есть Сулейманов Тимур Джавдетович, он лидер «Движения Первых» в Республике Татарстан, они достаточно активно взаимодействуют с молодёжью именно в виртуальном пространстве. У них есть свои каналы в сети Телеграм и каналы в сети Вконтакте, где с ними, где они ведут живой диалог с молодёжью...».

«Министерство по делам молодёжи Республики Татарстан, оно тоже очень активно в целом с молодёжью работу ведёт. У них очень активная страничка во Вконтакте, в том же Телеграм».

Интересными для молодёжи являются мероприятия, которые проходят в соревновательном масштабе. Такими, например, являются конкурсы профессионального мастерства «WorldSkills», цель которых – повышение престижа рабочих профессий и стандартов профессиональной подготовки, а также популяризация рабочих специальностей через проведение соревнований по всему миру и в том числе в Татарстане. Также в качестве примера профориентационной работы, один из экспертов привел проект «Работай в Челнах». Это экскурсии по предприятиям города, в которых принимают участие 25 предприятий, готовые встречать молодых ребят, показывать особенности профессии, привлекательность, в том числе сложности профессии, чтобы молодые люди понимали, трезво оценивали, соизмеряли свои потребности с теми условиями, которые могут быть им предоставлены по окончании учебного заведения.

Эксперты также рассказали про интересный проект, связанный с профдиагностикой, когда в летний период для старшеклассников предприятия предоставляют возможность попробовать себя в конкретной профессии.

«Допустим, вот я мечтаю быть ветеринаром, мы ему подыскивали рабочее место помощника ветеринара. Пусть ему 14 лет, но предприятия соглашались на это. Поработал месяц, говорит, нет, я не ветеринар. Я, скорее всего, хочу быть учительницей – на тебе лагерь, значит, попробуй себя. Я хочу быть там чиновником, с мэрией еле договорились, походил, походил неделю, говорит, что-то такая тоска. Нет, я не хочу быть чиновником. То есть, ну вот такие какие-то моменты, которые позволяли пощупать, что ли, будущее».

В профориентационной работе в Татарстане используются и такие нестандартные уникальные формы, которые дает, например особая экономическая зона Алабуга, где существует образовательный кластер «Алабуга-политех». Там, в частности, имеется возможность для ребят, уже начиная с первого курса и учиться, и зарабатывать. Это является и частью его учебы и, своего рода, профориентацией, вхождением в профессию, получением профессионального опыта.

«Пока бы он учился в школе, он бы узнавал о профессии только по телевизору, по чтению, либо по экскурсиям, а тут (в Алабуге) у него уже прикладная деятельность. То есть он может тут поработать, там поработать, наглядно все это. Это, я считаю, что самый успешный кейс в России, который наглядно показывает, как эффективно профориентация работает».

3.5. Информированность о программах и мероприятиях государственной молодежной политики

Обсуждая вопрос об активности молодёжи в различных молодёжных организациях, от участников исследования были получены разные ответы. Одни эксперты считают, что такая активность достаточно низкая.

«Нет, не вступают, нужно завлекать молодёжь для вступления в молодёжные организации. По собственной инициативе мало кто ищет подобные виды деятельности и приходит сам. Чаще нужно больше информировать молодёжь, приходит в учебные заведения и разговаривать».

«Обычно если человек активен, он активен с самой школьной скамьи. То есть, если он уже проявил себя активным, скажем так, школьником, дальше он так и будет идти по, как говорится, общественной линии».

Некоторые эксперты приводили данные, которые доказывают, что сегодня подавляющее количество молодёжи (около 70%) не проявляется активной социальной или гражданской позиции.

«Профессор приезжала в коллегия министерства молодёжи. Это в 2019 году. И она нам научно обоснованно доказала, что на сегодняшний день 70% молодёжи демотивированы, они не мотивированы. Ты организуешь мероприятие, приглашаешь, они не придут, они не будут участвовать. Ещё 8%, им ничего не надо говорить, они сами придут, тебе помогут, даже сами организуют. Ещё 12%, та категория молодёжи – если пригласишь, они придут, если не приглашать, они не придут».

«То есть наша главная задача: это 70%, которые демотивированы, то есть, им безразлично все. Надо снижать показатель с 70 до 50 процентов и мы в основном делаем очень много».

Другая часть экспертов отметила, что такая активность достаточно высока, особенно среди студенческой молодёжи.

«Что касается участников, то есть студентов этой активной молодёжи, как мы называем, конечно, здесь проблема нет с этим. Абсолютно видно, что ряды и молодёжных организаций, и проектов, они полны».

«В Татарстане тоже очень большой пул молодёжных организаций, они очень востребованы среди молодёжи. То есть, это в первую очередь, наверное, волонтерство».

Активность молодёжи проявляется в таких организациях, как «Движение первых», «Лига студентов», строительные отряды, различные творческие объединения, молодежные фестивали, добровольческие и экологические организации, волонтерство, всевозможные движения КВН, организация «Форпост», «Академия творческой молодёжи», «Молодёжная организация Республики Татарстан», объединяющая одарённых детей и подростков.

«Я считаю, что молодёжь Татарстана, она очень активна. ...Молодёжь, которая учится в школе, учащиеся из «Движения Первых». Дальше, у нас есть, в области молодёжной политики, большая организация «Лига студентов», которая объединяет все вузы Республики Татарстан. ...Очень развиты строительные отряды, и они объединяют только в нашем вузе более полутора тысяч человек. Потом, если смотреть, у нас очень сильное и объединяет десятки тысяч, это творческое направление и фестивальное направление. Также отдельное внимание, конечно, спорт и здоровый образ жизни».

Эксперты считают, что развивать активность молодёжи можно и нужно. И для этого есть все условия. Например, по мнению экспертного сообщества «Движение Первых» активно зашло в школы и в школах в различные мероприятия вовлекается всё большее число учащихся. Действует группа активистов. Уже не первый год летом на базе детских лагерей функционируют специализированные смены, в том числе есть и специализированные смены «Движение Первых». Имеются смены творческой молодёжи, где, соответственно, молодые люди, чтобы попасть в этот лагерь, посылают заявку-портфолио, пишут о своей творческой направленности. Есть смены, связанные с экологическим движением, спортивные смены. Принять участие в этих сменах могут все желающие, а не только активисты. Созданы совет молодёжных предпринимателей, совет молодых учителей, молодая гвардия, аграрное молодёжное движение, молодёжный парламент. Имеются организации, пропагандирующие здоровый образ жизни, организации, направленные на патриотизм, организации, занимающиеся трудоустройством молодёжи.

«У нас 12 молодёжных направлений, в зависимости от вызова молодёжи: это совет молодёжных предпринимателей, совет молодых учителей, молодая гвардия, аграрное молодёжное движение, молодёжный парламент и так далее».

В студенческой среде функционируют студенческие активы вузов, региональные студенческие активы. Кроме того, развивается направление, которое свя-

зано ветеранами СВО, где молодые люди собирают посылки, пишут письма военнослужащим. Это первая достаточно массовая организация, которая существует Республике Татарстан, есть добровольческий центр. Работа ведется системно.

«Ребята с удовольствием посылки собирают и письма пишут. Это первая, массовая такая, наверное, организация, которая у нас существует, и добровольческий центр есть в Республике Татарстан. Это системная работа, она не сама по себе».

В Республике Татарстан функционирует массовое общественное движение «Форпост». Это центр добровольных студенческих формирований, которые объединяют около 15.000 участников, 81 службу безопасности, рабочие отряды. Это ребята, которые работают по профилактике правонарушений с трудными подростками, по антитеррору, обеспечивают безопасность на различных мероприятиях, в колледжах.

Среди наименее охваченных категорий молодёжи общественными организациями можно выделить работающую молодёжь, молодые семьи, а также те, кто не интересуется политикой и общественной жизнью.

«Меньше всего не охвачена работающая молодёжь, молодые семьи и те, кто не интересуется общественной жизнью. Но с этими сложно что-то сделать, так как стремление к активной общественной жизни либо есть, либо нет».

Среди наименее активных эксперты отметили молодых людей, проживающих в сельской местности, так как они больше удалены от городов, меньше информированы и включены в общественную жизнь. В эту же группу можно включить студентов ряда специальностей, которые в силу специфики учебы очень заняты, а также молодёжь, которую можно отнести к категории неблагополучной.

«В сельской местности немножко ниже информированность о каких-то вот таких возможностях, опять-таки, удалённость от городов в муниципалитетах, где развиты молодёжные организации, развита молодёжная политика».

«Студенты медицинских профилей, у которых высокая занятость по учёбе, то есть сильный недостаток свободного времени. И поэтому просто, наверное, иногда не хватает сил и времени на какое-то ещё дополнительное развитие, в том числе, молодёжную политику».

Также слабо охвачена общественными организациями молодёжь из маргинальных кругов. Но, по мнению ряда экспертов, в республике созданы все необходимые условия для вовлечения практически любой молодёжи, по крайней мере, чтобы любой желающий молодой человек так или иначе вовлекался в эту работу.

В отношении того, насколько активно молодёжь пользуется программами государственной молодёжной политики у экспертов также имеются разные точки зрения. Одни считают, что участников таких программ не очень много, поскольку они не так активно освещаются.

«Программы для молодёжи освещаются в незначительной мере, поэтому участников программ не так много. Это связано с отсутствием привлекательности подачи, непонятным языком, перегруженной или формальной информацией. Также отсутствует активное продвижение через популярные молодёжные платформы и медиа».

Однако, по мнению других экспертов много молодых людей пользуются различными программами, такими как «жильё молодым», «ипотека для молодых», помощь многодетным, программа помощи студентам «транспортный грант», поддержка молодых ученых.

«Ну, как правило, это, соответственно, поддержка грантовая, по линии Росмолодёжи, и по линии нашей республики».

«Вот, то есть, где твой проект может быть, скажем так, поддержан, и ты можешь его реализовать на территории республики Татарстан. Если говорить о социальной поддержке, т.е. это обеспечение жильём молодых семей».

Основными каналами коммуникации, через которые молодёжь информируется о мероприятиях и программах ГМП, можно назвать социальные сети и мессенджеры («В контакте», Telegram, WhatsApp), официальные каналы (аккаунты в соцсетях) и источники Министерства по делам молодёжи, сайты молодёжных организаций, активно используются биллборды. Кроме того, для распространения информации используются непосредственно сами массовые мероприятия, молодёжный контент распространяется в том числе через образовательную систему, клубы, волонтеров. Эффективность же зависит, прежде всего, от того, насколько интересно эта информация подается.

«Эффективность всегда разная, если подаётся интересно и доступно, то работает. Это творческий процесс в какой-то мере».

«Мне кажется, что информированность достаточная, особенно среди молодёжи, которая следит за соцсетями молодёжных организаций».

«Я вот по Казани катаюсь, я понимаю, что на билбордах постоянно есть какая-то информация для молодёжи, то про ипотеку скажут, то скажут про транспортный грант. То скажут, что волонтеры наше все, и там есть определённая информация. То есть это же все время на глазах, и потихоньку народ туда заходит, смотрит, изучает».

«Через сайты, возможно, в том числе молодёжных организаций, сайты ведомств, через СМИ в том числе, через приглашения на какие-то там эфиры, либо интервью в материалах от представителей молодёжных организаций, представителей министерства, ну, и в рамках каких-то форумов. То есть, например, в рамках крупных праздников, как День молодёжи тоже выставляется большое количество площадок и молодёжных организаций и работодателей, активно работающих с молодёжью».

Используются и нестандартные каналы коммуникации. Например, наклейка афиш и распространение информации через места скопления молодёжи, например, кофейни.

«У нас был такой опыт, честно говоря, мы пошли клеить афишу в кофейню. Ну, они же там сидят. В 22 году, мы впервые попробовали заколлаборироваться с кофейней тогда ещё был «Кофлекс», по-моему. Делали брендированные стаканчики, это была акция приурочена ко дню мира».

Если есть необходимость донести какую-то новость, поставить какие-нибудь задачи, все это достаточно оперативно появляется в социальных сетях всех учреждений молодёжной политики в Республике. Этот процесс осуществляется на достаточно высоком уровне, особенно в сравнении с другими российскими городами. Таким образом, в Республике Татарстан активно продвигается молодёжный контент через различные коммуникационные каналы, ведётся общественная работа с молодёжью; органы власти – это задача номер один уже в течение многих лет – стараются быть открытыми, доступными для молодых людей, конструктивно с ними общаться.

3.6. Диалог с властью

По отношению молодёжи к власти эксперты разошлись во мнениях. Среди молодёжи есть те, кто доволен властью, а есть те – кто не доволен. Но в целом эксперты сошлись во мнении, что молодёжь в целом лояльна к власти и многие из ее представителей достаточно политически активны. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что публикации в СМИ или публикации в социальных сетях, по которым видно количество просмотров, количество охватов, набирают достаточно большие масштабы, тиражируются, транслируются среди молодёжи и активно обсуждаются.

«Конечно, было и есть, что есть люди, которые чем-то недовольны и непонятно, по какой причине, не могут аргументировать, это вот это важный аспект».

«В целом, как мне кажется, недоверие складывается в непонимании там определённых каких-то механизмов, или я не понимаю должность человека, чем он занимается».

«Молодёжь Татарстана, в принципе, достаточно политичная, их сложно назвать аполитичными. Вопрос в том, что не все готовы, то есть все имеют какое-то своё мнение, следят за ситуацией в мире, в республике, в стране».

«Настрой, наверное, к политике именно Татарстана можно охарактеризовать как положительный».

«В Татарстане к власти положительное отношение, потому что все делается для народа. И это не только слова. То есть это и для молодёжи максимальное количество финансов выделяется на образование, на улучшение инфраструктуры, на досуг молодёжи».

«Сейчас уже более политичны, то есть интересуются состоянием дел. Даже вот эти выборы, они все показывают, явки и так далее. Начало 21 века, немножко там были колебания, так скажем».

Однако были и другие, противоположные мнения, согласно которым современная молодёжь в целом аполитична, но они в экспертной среде представлены фрагментарно.

«Молодёжь в целом аполитична, но есть и активисты. Часто есть недоверие или безразличие, но интерес растёт».

Большинство экспертов считают, что доступ к власти у молодёжи есть и они могут обратиться к властям со своими инициативами, поделиться своим мнением о решении каких-либо проблем в республике. В регионе делается всё для открытости и доступности власти. Используются не только личные встречи, но и комментарии в социальных сетях. Эти каналы хорошо работают. Ответное сообщение человек получает буквально в течение часа. а потом ему высылают ответ уже по факту выполненного запроса. Это все вызывает доверие у молодых людей к органам власти.

«У нас каждый министр выступает в прямом эфире, выступает и рассказывает. И есть часы приёма граждан».

«Наше министерство, как мне кажется, супер открыто, они действительно выслушают каждого».

«Если брат, например, Министерство молодёжи, то же самое, могу ошибиться, один или два дня в неделю выделяются приёмные часы у самого министра, у заместителей министра».

«Каждый человек может написать о своей позиции, о том, что его не устраивает, что, допустим, не убраны дороги, не вывезен мусор, не в таком там пригодном состоянии парк».

«Через соцсети, допустим, можно написать проблемы города, проблемы вуза, проблемы, которые у молодого человека и когда он обязательно получает обратный ответ».

Вместе с тем, были и иные мнения, в которых отмечались некоторые трудности в коммуникации власти с молодёжью. Эти трудности скорее психологического характера, потому что это всегда диалог нижестоящих и вышестоящих, а не диалог равноправных субъектов.

«Другое дело, что это всегда диалог все-таки нижестоящих и вышестоящих. Вот в чем дело. Это не диалог равных субъектов. Вот в чем проблема».

Кроме того, в ситуациях, когда власть может получить негативное мнение (обратную связь) от общества, она не склонна организовывать открытый диалог. В качестве примера была приведена ситуация, когда организовывались публичные общественные слушания по таким вопросам, например, как перезонирование земельных участков, общественных пространств, строительства мусоросжигательного завода или организации свалки. После ряда неприятных инцидентов, связанных с провалом строительства мусоросжигательного завода, такие публичные слушания де факто отменили.

«Где-то возможности диалога есть, а где-то возможности диалога прекращаются там, где власти могут получить для себя такие неприятные результаты, где жители, скажем, могут сказать им нет, а так, пожалуйста, вот, допустим, есть программа по устройству дворов».

«Ну, там молодые семьи, конечно, тоже могут сказать, что нужно какие-то детские площадки, это, в общем, делается».

Тем не менее, по основным вопросам диалог власти с молодёжью налажен. Молодые люди могут обратиться с инициативой и это всегда приветствуется. Обратиться к властям можно через молодёжные группы, советы, платформы обратной связи, социальные сети. Всегда есть соответствующие разделы на всех платформах, есть часы приема. Особенно открыто в плане построения диалога Министерство по делам молодёжи Республики Татарстан.

«Оно всегда открыто, потому что министр и его замы всегда принимают. Не только по вторникам, в любое удобное время все равно организуют открытые спич-сессии, встречи с молодыми, куда можно просто в общественное пространство прийти, если заранее ты это знаешь, и поболтать. Ну вот это же классно, задать свой вопрос, решить свою проблему».

«Мы каждый квартал собираем молодёжь, не по принуждению, а именно через рекламу, приходит глава, начальник отдела, разные ведомства. Записываем их, протоколы делаем. И на следующей встрече уже мы докладываем, что сделано, что не сделано».

Таким образом, в Татарстане ведется системная, целенаправленная работа, благодаря которой система диалога власти с молодёжью достаточно успешно выстроена. Однако такой формат взаимодействия случился не сразу, а складывался годами.

3.7. Досуг и свободное время

При обсуждении вопроса о досуге и свободном времени молодёжи, эксперты рассказали о том, что делается в республике в этом направлении. В Татарстане уже давно ведется системная работа и создана одна из лучших в стране материальных баз, позволяющая разнообразить досуг для молодёжи. Практически в каждом районе имеется ледовый дворец, бассейн, универсальный спортивный зал, молодежный центр, подростковые клубы. Причем, большинство из них строились не по указанию сверху, а с учетом мнения и пожеланий молодёжи.

«Очень мало районов осталось, где ледовых дворцов и бассейнов нет. У нас в республике практически почти стопроцентно этим обеспечены. Вот у нас полностью район укомплектован».

«Задача Рауса – чтоб в каждом районе должен был быть подростковый клуб, молодёжный центр, сеть подростковых клубов, молодёжных центров, форпостов. В каждом районе должен быть ледовый дворец, бассейн и универсальный спортивный зал. Практически все это есть».

«Мы сначала собираем молодёжь в гостях, говорим, вот давайте, надо составить концепцию по капремонту объектов молодёжной политики. Что и как вы хотите видеть?».

«Если мы говорим про инфраструктуру, то сегодня это не только молодёжные центры, спортшколы, музыкальные школы, культурные центры, дома культуры и так далее. Это все есть, этого всего очень много, и оно всегда ремонтируется, улучшается и так далее».

«По инфраструктуре проблем у нас, ну, в регионе, по крайней мере, точно не наблюдается. У нас сейчас уже в каждом, практически даже отдалённом от Республики Татарстан муниципальном образовании, как правило, есть и спортивные объекты, и кинотеатры, вот, и возможность заниматься как на свежем воздухе, так и в закрытом помещении».

В регионе создаются новые общественные пространства. Действует большая программа переустройства парков. Это происходит не только в Казани, но и в других крупных городах, райцентрах и в этом отношении очень много всего создано.

«Ну, создаются определённые, скажем, там, пространства для паркура, создаются возможности для диалога».

«Вот недавно, месяц назад, у нас есть здесь парк классный, называется Чёрное озеро. У нас был вечер стендапа, где, кроме приглашённых гостей, со сцены выступали чиновники со стендапом. Ну то есть вот оно, близость народа к власти».

Помимо этого, в республике развивается программа «Наш двор», когда в обычных городских дворах, создается инфраструктура для молодёжи, устанавливаются спортивные площадки. Строятся развлекательные и досуговые центры, где тоже молодёжь может себя реализовать.

Благодаря большому количеству общественных пространств постоянно организуются какие-то мероприятия: кинопоказы, различные активности, интеллектуальные вечера, вечера музыки, много разных спортивных мероприятий.

«Казань на летнее время вообще превращается как будто в город бесплатных концертов, тебе не надо круглый год платить деньги за билет. А просто можно узнать расписание мероприятий и ходить на них. Гастрофестивалей очень много, фестиваль воздушных змей, фестиваль этно-игр».

«У нас только за лето проходит здесь порядка 10-15 разных таких, знаете, полумарафонов, велопробежек. Ну то есть активно спортивные вещи, направленные на популяризацию спорта».

«У нас создано множество таких вот площадок для молодёжи, ну, скажем, у нас есть молодёжный парк Урам, который вообще лучшей считается в стране площадкой для активных видов спорта, для скейтинга, роликов. Он находится прямо в центре Казани. Несколько лет назад был построен за республиканский счёт. То есть, это такой вообще парк, где молодые люди могут проявлять самые разные именно спортивные активности».

«Мне кажется, что изобилие всего есть в Казани. Есть один самый крупный экстрим парк Урам России чего только стоит».

В Татарстане была реализована программа модернизации детских оздоровительных лагерей и сейчас это абсолютно удобные комфортабельные лагеря, куда любой желающий ребёнок может попасть. Причём республика софинансирует стоимость отдыха в них.

Работа по досугу молодёжи очень четко распланирована по каждому месяцу. Например, в январе проходят массовые соревнования по национальной борьбе с большим охватом по разным категориям. В феврале день влюблённых, а также главный фестиваль креативных санок это «Сани Fest». И так каждый месяц.

Несмотря на обилие досуговых объектов, некоторые эксперты отметили, что есть объекты, которые можно было бы еще построить. Например, не хватает пространств для свободного общения, коворкингов, современных арт- и спорт-зон, особенно в малых населённых пунктах. Возможно не хватает каких-то узко-специализированных объектов, например, студии звуко- и видео-записи.

«Возможно, не хватает более каких-то узкоспециализированных объектов, то есть, например, студии звукозаписи, студии видеозаписи, возможно, каких-то, может быть, кинозалов, где можно провести свои показы. И если найти площадку для проведения какой-то лекции, либо найти коворкинг, где поработать просто, то найти, например, студию, где можно записать свою песню, уже становится немножко сложнее, особенно если мы говорим о какой-то бесплатной либо льготной основе».

От молодёжи регулярно поступают предложения по улучшению и разнообразию досуга. Наиболее часто звучат идеи создания кинотеатров, клубов по интересам, настольных игр, музыкальных зон и открытых пространств для общения. Также, молодёжь предлагает обустроить уютные уличные пространства-небольшие скверы с лавочками, фонариками, бесплатным Wi-Fi и возможностью зарядки для телефона. Еще есть несколько популярных идей, например: открытые вечера на свежем воздухе, кулинарная пятница, флешмобы, поэтическая пятиминутка.

3.8. Здоровье и здоровый образ жизни

Говоря о здоровом образе жизни, эксперты отметили, что в последнее время наметился существенный рост привычек молодёжи к ЗОЖ-практикам. И это активно стимулируется. Так, в муниципальных образованиях создаются фитнес-клубы, которых стало достаточно много. Более того, в некоторых деревнях присутствуют фитнес-залы, где есть возможность прийти подросткам и позаниматься. И это все востребовано молодым поколением.

«Исследования наши показывают и наблюдения просто такие обыденные показывают, что на самом деле современная молодёжь, она больше ориентирована на здоровый образ жизни, нежели, допустим, лет 20 назад».

Эксперты отмечают, что сейчас среди современной молодёжи вообще здоровый образ жизни очень популярен, он активно транслируется и блогерами, в том числе и на уровне молодёжной политики, на уровне молодёжных организаций: популяризируется спорт, здоровое питание, акции, флешмобы, направленные на здоровый образ жизни. В соцсетях это тоже активно тиражируется.

«За счёт популяризации здорового образа жизни теми же отдельными блогерами, да, в различных социальных сетях, это действительно среди молодёжи стало модно. Стало модно правильно питаться, отказываться от курения, от алкоголя. Вот эта вот тенденция, на мой взгляд, она очень позитивная».

«Даже можно посмотреть вот у нас в Казани, опять-таки, я говорила, есть множество спортивных центров, различных спортивных клубов, и они действительно востребованы, там большое количество молодёжи. Даже если прийти в тренажёрный зал, у нас большие тренажёрные залы, они всегда, в общем то, заняты, забиты, они не пустуют. И там, естественно, основную часть составляет молодёжь».

Конечно, нельзя сказать, что ЗОЖ-практики охватили всю молодёжь, однако в качестве тенденции ориентации на здоровый образ жизни они имеют достаточно широкие масштабы.

«То есть понемногу количество приверженцев ЗОЖ растёт, но, опять-таки, я думаю, здесь не перепрыгнешь... По каким-то внешним наблюдениям, я могу сказать, что меньше стало пьющих, меньше стало курящих».

«Есть, например, такая в Казани небольшая любительская организация – Независимое общество трезвости, сохранившееся ещё с конца восьмидесятых годов. Ну, там такая старая интеллигенция, в принципе, есть, но это люди, работавшие в вузах. Они работают среди молодёжи, они пропагандируют это».

Для популяризации ЗОЖ в Татарстане существует движение TIMERMAN, в рамках которого организуются спортивные события столице Татарстана – легкоатлетические забеги, Казанский марафон В столице проводится Всероссийский полумарафон «ЗаБег.РФ», Казанский триатлон, легкоатлетический забег «Ночная Казань», Казанский национальный полумарафон.

«У нас десятый год в республике существует такое движение – Тиммерман. Это организация, которая делает массовые забеги для всех слоёв населения. Начинают они в мае казанским марафоном, потом летом, и марафоны, полумарафоны, и велогонки, и плавание в открытой воде, и ориентирование. И все это по всей республике вот так катится».

«Ну, посмотрите на казанский марафон. Пришло 34 тысячи человек вышло на старт. 34 тысячи – это какие колоссальные цифры»

«На сегодняшний день большая часть молодёжи – она бегаёт, она занимается йогой, она использует всю эту инфраструктуру».

«Среди молодёжи идеи ЗОЖ популярны. Проходят марафоны, спортивные акции, мероприятия ко Дню здоровья, различные игры».

«Популярны челенджи и ретриты направленные не только на физическое, но и на ментальное здоровье».

По мнению экспертов, среди молодёжи наблюдается тренд на здоровый образ жизни, потому что это модно. А если это модно, это автоматически переходит на большую часть молодёжи. У молодёжи сегодня модно по утрам начинать с йоги, утро начинать с утренней пробежки, а заканчивать – вечерней пробежкой, потреблять здоровую пищу. Сегодня подобные поведенческие практики становятся модными и популярными в молодежной среде, а потому они активно распространяются.

Таким образом физическая активность молодёжи Республики Татарстан очень высокая, хотя и ограничивается низкой мотивацией среди некоторых молодых людей, занятостью более старшей молодёжи, работой и семейной жизнью или учебной.

«Всегда есть недовольные, потому что хочется заниматься одним видом спорта, а это нужно ехать через половину города. Или, допустим, неудобное время для занятий и так далее. То есть, такого, наверное, не может быть, чтобы вот совершенно под боком и в удобное время и так далее. Но кто хочет, тот этим занимается».

Обсуждая вопрос о распространенности вредных привычек среди молодёжи, эксперты отметили, что такая проблема существует, но за последние годы она несколько видоизменилась.

«Когда-то сигареты были в моде. Сейчас никто особо не курит их. Когда-то кальяны были у нас в моде, потом электронки пошли. У каждого времени свои недостатки и негативы, так скажем».

«Алкоголизм популярен, но не в том виде, какой он был. Вот ещё раз говорю, сейчас народ просто выпивает, а тогда, извините за выражение, бухал».

Наиболее распространенными сейчас вредными привычками стали вейпы.

«Если говорить о негативных тенденциях, на мой взгляд, самой опасной тенденцией является употребление вейпов, электронных сигарет. Потому, что несмотря на ориентацию на здоровый образ жизни, в достаточно большом слое молодёжи присутствует мнение, что электронные сигареты – это такое баблство, оно безвредное, такие сигареты гораздо менее вредные, чем обычные сигареты, хотя исследования показывают, что с точностью до наоборот».

Детям доступны энергетики, доступно пиво, практически в каждом доме присутствует алкомаркет, хотя с этим в регионе активно ведется борьба.

«Вот сейчас мэр ведёт активную борьбу и Раис, целый ряд указов изданы, которые запрещают торговлю в жилых домах. Эти алкомаркеты, все эти ночные и дневные, законные и незаконные. Это торговля подпольная, нелегальная, в табачных киосках никотиновыми пластинками, которые дети с разными ароматами, с разными вкусами употребляют».

Было отмечено, что одной из проблем является расхождение в цифрах между официальной статистикой в использовании вредных психоактивных веществ и реальным положением вещей.

«Если смотреть неофициальную статистику, да, потому что официальная, она несколько иная. По распространению психоактивных веществ, у нас на сегодняшний день на учёте, например, в городе стоит всего шесть подростков. Латентных, да, кто не выявлен, гораздо больше, естественно».

Опрошенные нами эксперты отмечают, что в республике проводится большая работа, направленная на минимизацию потребления психоактивных веществ. Это и социально-психологическое тестирование, просветительская работа для ребят, адресная работа с родителями, индивидуальное взаимодействие со всеми группами риска. Изготавливаются буклеты, стенды, баннеры; в лифтах домов размещена информация о вреде употребления психоактивных веществ. Проводятся мероприятия, игры, чтобы отвлечь молодёжь от вредных привычек.

«Через занятость в вечернее время работами, интересными играми, познавательными мероприятиями мы просто стараемся вот отвлечь от таких вредных привычек».

«Вредные привычки распространены среди молодёжи: вейпы, курение, алкоголь. Особо опасны – это вейпы и энергетики среди подростков. Существуют меры такие как: информирование и запреты на законодательном уровне. Ну и профилактика обязательно нужна, но не в форме скучных лекций. Молодёжи нужно больше рассказывать об этом и о том, как вести себя в сложных ситуациях».

Особенно важной линией работы по профилактике вредных привычек, по мнению экспертного сообщества, должна быть работа с родителями. Причём она должна быть качественной и наглядной. Важно отметить, что необходимо налаживать систему реабилитационных центров.

«Самые эффективные меры, это только работа в семье. То есть, если, как правило, начинается с семьи»

«Не просто пришёл, лекцию рассказал, ...чтобы родитель понимал, что с ребёнком происходит что-то не то, а не потом, когда он уже два года употребляет».

«Ну и, конечно, система реабилитационных центров для подростков, она не развита от слова совсем. Именно в государственном».

Эксперты призывают, что надо использовать возможности лидеров мнений, например блогеров, которые могут общаться с молодёжью на их языке. И больше заниматься мерами предотвращения.

«Молодёжь прислушивается к мнению известных блогеров, которые становятся кумирами молодёжи. Вот, значит, надо работать через вот эту систему, через этих же блогеров, чтобы именно популяризировали здоровый образ жизни, говорили о вреде вот тех же вейпов, тех же электронных сигарет, там, алкоголя и так далее».

По мнению экспертов больший акцент необходимо делать не на самую вредную привычку, а смещать его на ЗОЖ, на то, как правильно питаться, на то, как проводить время без вредных привычек.

«Запрещать, наверное, что-то не имеет большого смысла. Надо показывать альтернативы, направлять в правильное русло».

IV. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

По результатам социологического исследования в среде учащейся и рабочей молодежи Республики Татарстан (количественного опроса молодёжи и качественного опроса экспертного сообщества) можно сделать *следующие выводы*.

1. Для молодежи Республики Татарстан характерна достаточно высокая удовлетворенность жизнью и оптимистичные оценки своего будущего: более 92% респондентов целом удовлетворены своей жизнью, а 61% опрошенных ожидают улучшения ситуации в ближайшей перспективе.

2. Говоря о жизненных целях и ценностях молодёжи, представителей этой социальной группы в зависимости от их стратегических ориентиров условно можно разделить на 2 когорты. Молодёжь, которая обучается в школах и ВУЗах (ориентировочно в возрастном диапазоне от 14 до 25 лет, как правило, она не имеет постоянной работы и еще не обременена собственной семьёй), в первую очередь, ориентируется на цели, которые можно достигнуть «здесь» и «сейчас». Молодые люди, которым более 25 лет, мыслят более «стратегически» и стремятся к стабильности, созданию семьи, получению хорошей работы. Общее, что объединяет две молодежные группы – это акцент на хорошем материальном достатке и их социализация в условиях цифровизации. Это «цифровое» поколение, которое имеет соответствующие ориентиры как в области работы, так и проведении досуга.

3. Основными точками социальной напряженности в молодежной среде являются проблемы с жильем, трудоустройством и уровнем оплаты труда, отсутствием перспектив и возможностей. Употребление алкоголя и наркотических веществ, как показали результаты количественного опроса, не являются актуальными для молодежи Татарстана проблемами: почти половина респондентов считает, что проблема наркомании в их городе или селе распространена не больше, чем везде или не распространена совсем. Межнациональные и межконфессиональные отношения в Республике Татарстан сегодня также не вызывают беспокойства: их состояние в целом положительно оценивают 79% и 71% опрошенных соответственно.

4. Результаты исследования иллюстрируют отсутствие выраженных протестных настроений в молодежной среде: молодёжь Республики Татарстан в целом не испытывает существенной социальной напряженности и не видит поводов для массовых выступлений в регионе. Акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод 2/3 респондентов считают маловероятными. Протестный потенциал молодёжи также незначительный: если массовые протестные выступления всё же состоятся, принять в них участие готовы лишь около 10% респондентов.

5. Для развития и самореализации молодёжи в Татарстане созданы все необходимые условия. В республике действуют различные программы, направленные на решение социальных, бытовых и материальных проблем молодёжи, а также на поддержку их участия в общественной жизни и творческой деятельности. В этом отношении Татарстан занимает лидирующие позиции среди других субъектов РФ. Кроме того, в регионе имеется развитая инфраструктура для занятий молодёжи (спортивные центры, центры развития и образования, культуры, творчества и др.), причем не только в столице, но и в муниципальных образованиях.

6. Молодежь региона достаточно высоко оценивает качество образования в учебных заведениях Республики Татарстан. Результаты социологического опроса свидетельствуют, что школьное образование в целом положительно оценивают почти 78% респондентов, среднее образование – 75%, высшее – 69% респондентов. Самые высокие оценки получило дополнительное образование в республике: суммарная доля положительных оценок составила почти 87%.

Следствием высоких оценок качества образования можно считать тот факт, что респонденты чаще всего связывают свои образовательные планы с Республикой Татарстан: 64% опрошенных (из числа намеревающихся продолжить образование) собираются учиться на территории региона. Однако профессиональные и карьерные перспективы в своих населенных пунктах участники опроса оценивают неоднозначно: около половины опрошенных ожидают сложностей и затруднений в поиске работы, которая их устроит и даст возможности для карьерного роста и продвижения по службе.

7. Результаты экспертного опроса позволяют заключить, что в плане трудоустройства молодёжи в республике имеется множество вакансий в самых разнообразных сферах: образовании, социальной и производственной сферах, сельском хозяйстве, торговле, государственном (муниципальном) управлении. При этом молодые люди предпочитают те рабочие места, которые высоко оплачиваются: современная молодёжь ориентируется на нижнюю границу заработной платы от 100 тыс. рублей. Меньший уровень зарплаты, даже на престижных вакансиях, не является привлекательным для многих молодёжных когорт.

Кроме оплаты труда для современной молодёжи важен и баланс времени между работой и личной жизнью. Выбирая между этими двумя аспектами, молодёжь отдаёт предпочтение личной жизни и комфортному досугу. В этой связи всё более популярной становится занятость на фрилансе, удаленная работа или работа с гибким графиком, который определяется исходя из предпочтений самого молодого человека.

8. Наиболее востребованными местами работы, о которых мечтают молодые люди, являются сфера ИТ-технологий, сфера услуг, блоггерство, а для начинающих трудовую деятельность – подработка в качестве курьеров по доставке еды. В свою очередь, работа на производстве не является особенно желаемой. Однако для тех представителей молодёжи, кто все-таки ориентирован на занятость в производственной сфере и готовится к ней в средних специальных учебных заведениях, весьма популярными вакансиями являются вакансии сварщика, электрика, авторемонтника. Менее всего современная молодёжь ориентирована на работу в сельском хозяйстве.

9. В Татарстане выстроена достаточная системная работа по профориентации молодёжи, которая начинается с самого младшего возраста и продолжается вплоть до окончания средних специальных и высших учебных заведений. Данная работа реализуется в рамках государственно-частного партнерства. В ней используются самые разнообразные методы: экскурсии, мастер-классы, стажировки, образовательные программы. Для развития бизнеса среди молодёжи активно привлекается грантовая поддержка как в городах, так и в сельской местности.

Интересными профориентационными формами для молодёжи являются мероприятия, которые проходят в соревновательном масштабе, например, конкурсы профессионального мастерства «WorldSkills», цель которых – повышение престижа рабочих профессий и стандартов профессиональной подготовки, а также популяризация рабочих специальностей через проведение соревнований.

10. Большинство представителей работающей молодёжи Республики Татарстан трудоустроены по полученной в учебном заведении специальности / профессии или по смежному профессиональному направлению. При этом 3/4 опрошенных в целом довольны своей работой. Главными факторами удовлетворённости работой являются коллектив, территориальное расположение места работы и условия труда. Главной причиной неудовлетворенности для 93% респондентов является заработная плата. Кроме того, более половины опрошенных указали на отсутствие возможности улучшить жилищные условия и отсутствие карьерных перспектив. Большинство участников опроса не имеют существенных опасений относительно потери работы: лишь 16% полагают, что найти новую будет практически невозможно.

11. Основными формами проведения досуга для молодых людей являются просмотр фильмов и сериалов (50%), время с семьёй (42%) и друзьями (38%). При этом более 80% респондентов в целом удовлетворены тем, как они проводят свободное время. Мешает участникам опроса проводить досуг так, как они хотят, в первую очередь, недостаток средств (62%) и свободного времени (57%). Кроме того, почти половина опрошенных указала на отсутствие подходящих мест для проведения свободного времени.

В плане организации досуга молодёжи в Татарстане уже много лет ведется системная работа и создана одна из лучших в стране материальная база, позволяющая сделать досуг максимально комфортным для молодого поколения. Практически в каждом районе республики имеется ледовый дворец, бассейн, универсальный спортивный зал, молодежный центр, подростковые клубы. Причем, большинство из них строились не по указанию сверху, а с учетом мнения самих молодых людей.

12. Большинство респондентов испытывают позитивные чувства по отношению к населённому пункту, в котором они проживают. Только 14% опрошенных указали, что им не нравится жить в их городе / селе. Результатом высокой удовлетворенности молодежи местом своего проживания являются слабо выраженные миграционные установки: 72% опрошенных в целом не планируют переехать из своего населенного пункта в ближайшее время, почти 65% не имеют таких планов и в отдаленном будущем. Собираются сменить место жительства менее 1/4 респондентов. Среди городов для переезда участники опроса чаще всего называли Казань и Набережные Челны.

Наиболее распространенными причинами переезда в другие города и регионы, по мнению опрошенных, являются получение хорошего образования или профессии, достижение материального благополучия, получение желаемой работы и карьерный рост. При этом многие представители молодёжи, получив высшее образование в столичных ВУЗах республики, часто возвращаются в свой родной город или село.

13. По мнению экспертного сообщества, приток молодёжи в республику превышает её отток в другие регионы, что говорит о положительном сальдо миграции молодого поколения и является позитивным сигналом для органов власти. Незначительный отток из Татарстана фиксируется в такие города как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск и Краснодар. Однако это больше касается районных городов республики, но не самой Казани. К сожалению, зачастую уезжает именно талантливая молодёжь, что связано с введением системы ЕГЭ, когда, имея высокие баллы по ЕГЭ, потенциальные абитуриенты получили возможность направить свои заявления в ведущие столичные ВУЗы.

Важно отметить, что всё большую роль в плане миграции начинает играть фактор цифровизации и появления больших возможностей в удаленной работе, однако это обоюдонаправленный процесс. С одной стороны, это способствует миграции молодёжи, а с другой стороны, возможность удаленной работы позволяет выпускнику оставаться на своей малой родине, работая при этом в столичных компаниях или других регионах России дистанционно.

14. Молодые люди в целом высоко оценивают состояние собственного здоровья. Более 60% опрошенных регулярно или время от времени занимаются тем или иным видом физической активности. При этом 59% тех, кто не занимается спортом и физической культурой, хотели бы это делать, но у них не хватает свободного времени. Кроме того, по 1/5 респондентов указали на отсутствие спортивных учреждений и спортивных площадок рядом с домом, а также на плохое здоровье.

15. Курение большинство опрошенных считают вредной привычкой, при этом не курят сами 66% опрошенных, а 23% подвержены ей. Отношение молодежи к употреблению алкогольных напитков несколько более толерантное. Не употребляют алкоголь, считая это вредной привычкой, 45% респондентов. Еще примерно такое же количество опрошенных считает допустимым употребление слабоалкогольных напитков (13%) или умеренное употребление алкоголя в праздники (30%).

16. Представители экспертного сообщества подчеркивают, что в последнее время в Республике Татарстан наметился существенный рост привычек к здоровому образу жизни. Сегодня тенденция ЗОЖ стала модной среди молодого поколения, она активно транслируется блогерским сообществом, в том числе на уровне молодежной политики, молодежных организаций, активно тиражируется в социальных сетях. Пока нельзя сказать, что идеи ЗОЖ охватили всю молодежь, но это стало уже устойчивым вектором развития.

17. Для популяризации ЗОЖ в Татарстане существует движение TIMERMAN, в рамках которого организуются спортивные события столице региона – легкоатлетические забеги, Казанский марафон В Казани проводится Всероссийский полумарафон «ЗаБег.РФ», Казанский триатлон, легкоатлетический забег «Ночная Казань», Казанский национальный полумарафон.

Тем не менее, эксперты говорят о наличии проблемы определенной распространенности вредных привычек, хотя за последние годы она видоизменилась. Уменьшилось курение сигарет и употребление алкоголя, однако масштабно распространилось вейперство (употребление электронных сигарет и курительных смесей) и потребление энергетиков.

18. Как свидетельствуют результаты количественного исследования, в общей сложности 56% опрошенных интересуются или скорее интересуются политическими событиями, происходящими в России. О мероприятиях в сфере молодежной политики, проводимых в их городе или районе, слышали около 30% респондентов. Примерно такое же количество опрошенных принимали в таких мероприятиях участие. В числе мероприятий, о которых они слышали, участники опроса чаще всего называли День молодежи, Студенческую весну, льготные ипотечные программы для молодежи. Подавляющее большинство респондентов, которые принимали участие в каких-либо мероприятиях, акциях, программах в сфере молодежной политики, удовлетворено качеством организации и проведения мероприятий.

19. Экспертное сообщество подчёркивает, что по основным вопросам диалог власти с молодёжным сообществом налажен. Молодые люди могут обратиться в органы государственной (муниципальной) власти со своими инициативами и это всегда приветствуется. Направить обращение можно через различные молодёжные группы, советы, платформы обратной связи, социальные сети.

20. Основными каналами коммуникации, через которые молодёжь получает информацию о мероприятиях и программах государственной молодежной политики, можно назвать социальные сети (прежде всего, «В контакте» и Telegram, WhatsApp,), официальные аккаунты регионального Министерства по делам молодёжи, сайты молодёжных организаций. Кроме того, активно используются билборды, распространяется информация непосредственно на самих массовых мероприятиях, через образовательную систему, клубы, посредством волонтеров. Эффективность же такой работы, прежде всего, зависит от того, насколько интересно эта информация подается.

V. РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Поскольку одной из наиболее актуальных проблем молодёжь Республики Татарстан считает недоступность жилья, целесообразно разрабатывать жилищные программы, предусматривающие меры по удержанию цен на жильё и льготные ипотечные программы для молодежи.

2. Для улучшения профессиональных и карьерных перспектив молодёжи в городах и районах республики можно рекомендовать расширять количество направлений и профилей подготовки в учреждениях профессионального образования, усиливать связь профессионального образования с локальными рынками труда через содействие трудоустройству выпускников учебных заведений высшего и среднего профессионального образования, рассмотреть возможность адресного рекрутирования работников из числа местных жителей.

3. Важным направлением работы органов власти всех уровней должно стать повышение привлекательности рабочих профессий и занятости на сельских территориях. С этой целью видится целесообразным не только информационная поддержка подобной инициативы, но и внедрение различных льгот для молодёжи, решившей посвятить себя производству или сельскому хозяйству. Одними из самых эффективных могут стать меры финансового характера: полная (частичная) компенсация оплаты образования в специализированных учебных заведениях, бесплатные профстажировки и различные курсы повышения квалификации, бесплатное предоставление ведомственного жилья, льготные ипотечные программы, денежные выплаты при непрерывном производственном трудовом стаже не менее 5 лет и др. Для закрепления молодёжи на селе также было бы полезным вводить дополнительные бонусы, например, на предоставление жилья для специалистов, расширение программы «Земский доктор», «Земский учитель».

4. Необходимо поддерживать и продолжать развивать практики закрепления молодёжи на работе в сельской местности – начиная от показа передовых производств в агрокомплексах, заканчивая строительством разветвленной инфраструктуры на селе – детских садов, школ, больниц, спортивных комплексов.

Кроме того, республиканским властям важно всячески поддерживать труд молодёжи как в бюджетной сфере, так и в предпринимательском секторе. Кроме того, для большего вовлечения молодёжь в сельское предпринимательство необходимо не только оказывать материальную помощь начинающим бизнесменам и агрофермерам, но и организовывать систему наставничества, когда каждый молодой человек мог бы проконсультироваться по любым вопросам, поделиться своими проблемами, получить совет от опытных работников и предпринимателей.

5. Принимать меры по повышению уровня жизни в регионе в целом через программы поддержки предпринимательства (малого и среднего бизнеса, социального предпринимательства), создание рабочих мест, поддержку студентов и молодых семей.

6. Организовывать культурно-досуговые мероприятия, направленные на раскрытие потенциала подростков и молодых людей, развивать в населённых пунктах Республики Татарстан досуговую и спортивную инфраструктуру, обеспечивающую широкий доступ молодёжи к местам для занятий спортом и проведения досуга.

7. В качестве предложений по улучшению досуга от молодёжи региона поступили такие предложения как: увеличение числа пространств для свободного общения, коворкингов, современных арт- и спорт-зон особенно в малонаселённых пунктах. Также заметна нехватка узкоспециализированных объектов, например, студии звуко- и видео-записи, высказывались предложения по созданию кинотеатров, клубов по интересам, настольных игр, музыкальных зон, уличных пространств с бесплатной Wi-Fi-зоной и возможностью зарядки для телефонов.

8. Продолжать работу по профилактике курения и употребления алкогольных напитков, акцентируя внимание на негативных последствиях употребления слабоалкогольных напитков и умеренного употребления алкоголя (в том числе посредством привлечения к данной медиа-компании популярных в молодёжной среде блогеров). В плане профилактики необходимо усилить работу с родителями молодых людей, которая должна быть качественной и наглядной. Важно налаживать систему реабилитационных центров.

VI. ПРИЛОЖЕНИЯ

6.1. Инструментарий исследования

6.1.1. Анкета для количественного опроса

1. Ваш пол?

- 1) Мужской
- 2) Женский

2. Ваш возраст _____ (полных лет)?

3. Ваша национальность? (один ответ)

- 1) Татарин (татарка)
- 2) Русский (русская)
- 3) Башкир (башкирка)
- 4) Чуваш (чувашка)
- 5) Удмурт (удмуртка)
- 6) Другая национальность (*напишите*) _____

4. В каком городе / районе Вы проживаете? (один ответ)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1) Казань | 24) Камско-Устьинский район |
| 2) Набережные Челны | 25) Кукморский район |
| 3) Агрызский район | 26) Лаишевский район |
| 4) Азнакаево, Азнакаевский район | 27) Лениногорск, Лениногорский район |
| 5) Аксубаевский район | 28) Мамадышский район |
| 6) Актанышский район | 29) Менделеевский район |
| 7) Алексеевский район | 30) Мензелинский район |
| 8) Алькеевский район | 31) Муслюмовский район |
| 9) Альметьевск, Альметьев. район | 32) Нижнекамск, Нижнекамский район |
| 10) Апастовский район | 33) Новошешминский район |
| 11) Арский район | 34) Нурлат, Нурлатский район |
| 12) Атнинский район | 35) Пестречинский район |
| 13) Бавлы, Бавлинский район | 36) Рыбно-Слободский район |
| 14) Балтасинский район | 37) Сабинский район |
| 15) Бугульма, Бугульминский район | 38) Сармановский район |
| 16) Буинск, Буинский район | 39) Спасский район |
| 17) Верхнеуслонский район | 40) Тетюшский район |
| 18) Высокогорский район | 41) Тукаевский район |
| 19) Дрожжановский район | 42) Тюлячинский район |
| 20) Елабуга, Елабужский район | 43) Черемшанский район |
| 21) Заинск, Заинский район | 44) Чистополь, Чистопольский район |
| 22) Зеленодольск, Зеленодол. район | 45) Ютазинский район |
| 23) Кайбицкий район | |

5. Населенный пункт Вашего проживания? (один ответ)

- 1) Городской
- 2) Сельский

6. Укажите Ваш основной вид деятельности в настоящее время (один ответ)

- 1) Учусь в школе → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 9
- 2) Учусь в колледже, техникуме, училище → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 9
- 3) Учусь в вузе → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 9
- 4) Работаю
- 5) Занимаюсь бизнесом
- 6) Не учусь и не работаю
- 7) Другое (напишите) _____

7. Какое у Вас образование? (один ответ)

- 1) Основное общее (9 классов средней школы)
- 2) Общее среднее (11 классов средней школы)
- 3) Среднее профессиональное (училище, колледж, техникум)
- 4) Высшее

8. Вы трудоустроены, официально работаете? (один ответ)

- 1) Нет, не работаю и не подрабатываю
- 2) Не работаю постоянно, но время от времени подрабатываю
- 3) Да, я работаю по найму
- 4) Да, я являюсь индивидуальным предпринимателем
- 5) Да, я являюсь официально зарегистрированным самозанятым

МАТЕРИАЛЬНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЖИЗНЬЮ

9. Удовлетворены ли Вы своей жизнью в целом? (один ответ)

- 1) Да, удовлетворен(а)
- 2) Вполне удовлетворен(а)
- 3) Совсем не удовлетворен(а)
- 4) Нет, не удовлетворен(а)
- 5) Затрудняюсь ответить

10. К какой из следующих групп населения Вы могли бы отнести свою семью? (один ответ)

- 1) Денег не хватает даже на еду
- 2) На еду денег хватает, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно
- 3) Денег хватает на еду и одежду, на более крупные покупки (холодильник, телевизор) не хватает
- 4) Денег хватает на товары длительного пользования и отдых, но покупка автомобиля недоступна
- 5) Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры / дома недоступна
- 6) Денег достаточно, чтобы купить все, что считаем нужным

11. Как Вы думаете, какой будет Ваша жизнь в ближайшие годы: улучшится, ухудшится или останется без изменений? (один ответ)

- 1) Скорее улучшится
- 2) Ничего не изменится
- 3) Скорее ухудшится
- 4) Затрудняюсь ответить

ТОЧКИ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ

12. Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодёжи Республики Татарстан? (не более 3 ответов)

- 1) Недостаточно учебных заведений высшего образования
- 2) Бедность, нехватка средств на необходимое
- 3) Проблема одиночества, разобщенности
- 4) Отсутствие уверенности в будущем, перспектив и возможностей
- 5) Недоступность жилья
- 6) Распространение алкоголизма, наркомании
- 7) Плохое состояние здоровья
- 8) Высокая преступность среди молодёжи
- 9) Отсутствие высокооплачиваемых рабочих мест, проблемы трудоустройства
- 10) Недостаточные возможности для досуга
- 11) Другое (напишите) _____

13. Насколько безопасно вы чувствуете себя в своем городе / селе? (один ответ)

- 1) В полной безопасности
- 2) В относительной безопасности
- 3) Скорее небезопасно
- 4) Совсем небезопасно
- 5) Затрудняюсь ответить

14. Как Вы считаете, насколько распространена в Вашем городе / районе проблема наркомании? (один ответ)

- 1) Широко распространена
- 2) Распространена, но не больше, чем везде
- 3) Распространена меньше, чем везде
- 4) Совсем не распространена
- 5) Затрудняюсь ответить

15. Как бы Вы оценили состояние межнациональных отношений в Республике Татарстан в настоящее время? (один ответ)

- 1) Положительно
- 2) Скорее положительно
- 3) Скорее отрицательно
- 4) Отрицательно
- 5) Затрудняюсь ответить

16. Как бы Вы оценили состояние межконфессиональных отношений в Республике Татарстан в настоящее время? (один ответ)

- 1) Положительно
- 2) Скорее положительно
- 3) Скорее отрицательно
- 4) Отрицательно
- 5) Затрудняюсь ответить

17. Как Вы думаете, насколько вероятны сейчас в Вашем городе массовые акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод? (один ответ)

- 1) Вполне возможны
- 2) Маловероятны
- 3) Затрудняюсь ответить

18. Если такого рода массовые выступления протеста состоятся, Вы лично примете в них участие или нет? (один ответ)

- 1) Скорее всего, приму
- 2) Скорее всего, не приму
- 3) Затрудняюсь ответить

ОБРАЗОВАНИЕ

Как бы Вы оценили качество образования в учебных заведениях Республики Татарстан? (один ответ по каждой строке)

	Очень хорошее	Скорее хорошее	Скорее плохое	Очень плохое	Затруд. оценить / не посещал
19. Школьное образование	1	2	3	4	5
20. Среднее профессиональное образование (профессиональные училища, колледжи, техникумы)	1	2	3	4	5
21. Высшее образование (университеты, институты, академии)	1	2	3	4	5
22. Дополнительное образование (центры творчества, кружки и др.)	1	2	3	4	5

ВОПРОСЫ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ШКОЛ, УЧРЕЖДЕНИЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, СТУДЕНТОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

23. Вы планируете или не планируете продолжить получение образования после окончания учебного заведения, в котором учитесь сейчас? (один ответ)

- 1) Да, планирую
- 2) Нет, не планирую → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 25
- 3) Затрудняюсь ответить / еще не решил → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 25

24. Вы планируете продолжить обучение в Республике Татарстан или в другом регионе?

- 1) Планирую продолжать учиться в Республике Татарстан
- 2) Планирую уехать в другой регион (напишите, куда именно) _____
- 3) Затрудняюсь ответить / еще не решил(а)

25. Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая бы Вас устроила? (один ответ)

- 1) Очень легко
- 2) Скорее легко
- 3) Скорее сложно
- 4) Очень сложно, практически невозможно
- 5) Затрудняюсь ответить

26. Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая давала бы Вам возможности для карьерного роста, повышения по службе? (один ответ)

- 1) Очень легко
- 2) Скорее легко
- 3) Скорее сложно
- 4) Очень сложно, практически невозможно
- 5) Затрудняюсь ответить

ТРУДОУСТРОЙСТВО И ЗАНЯТОСТЬ

27. Вы в настоящее время работаете по полученной специальности / профессии? (один ответ)

- 1) Да, работаю по полученной специальности / профессии
- 2) Да, работаю по смежной специальности / профессии
- 3) Нет, я работаю по совершенно другой специальности / профессии

28. Вас устраивает Ваша нынешняя работа?

- 1) Да
- 2) Нет → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 30
- 3) Затрудняюсь ответить → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 30

29. Что именно Вас в первую очередь устраивает в вашей работе? (не более 3 ответов)

- 1) Условия труда
- 2) Работа по моей специальности
- 3) Есть перспективы карьерного роста
- 4) Хорошая оплата труда
- 5) Социальный пакет
- 6) Территориальное расположение место работы
- 7) Коллектив
- 8) Стабильная работа
- 9) Руководство
- 10) Есть перспективы улучшить свои жилищные условия
- 11) Другое (напишите) _____

30. Если Вас не устраивает работа, то по каким причинам? (не более 3 ответов)

- 1) Низкая зарплата
- 2) Нет возможности улучшить жилищные условия
- 3) Отсутствие карьерных перспектив
- 4) Малый объем социального пакета
- 5) Территориальное расположение место работы
- 6) Работа не моей специальности
- 7) Неудобный режим работы
- 8) Условия труда
- 9) Коллектив
- 10) Руководство
- 11) Здоровье не позволяет
- 12) Другое (напишите) _____

31. Если Вы вдруг потеряете работу, легко ли Вам будет найти равноценную работу?

(один ответ)

- 1) Смогу найти работу даже лучше, чем нынешняя работа
- 2) Легко смогу найти равноценную работу
- 3) С небольшими усилиями, но я найду себе равноценную работу
- 4) Думаю, что это практически невозможно
- 5) Затрудняюсь ответить

ДОСУГ

32. Чем Вы любите заниматься в свободное от учебы, работы и домашних дел время?

(любое количество ответов)

- 1) Слушаю музыку
- 2) Провожу время с семьей
- 3) Смотрю фильмы и сериалы
- 4) Провожу время с друзьями
- 5) Занимаюсь шоппингом, хожу по магазинам
- 6) Занимаюсь спортом, физкультурой
- 7) Читаю художественную литературу
- 8) Занимаюсь творчеством (пишу, рисую, выступаю на сцене и т.д.)
- 9) Провожу время в барах, кафе, клубах
- 10) Играю в игры на компьютере / приставке
- 11) Читаю журналы, газеты
- 12) Хожу в театры и музеи
- 13) Посещаю религиозные учреждения (церковь, мечеть, синагогу и т.п.)
- 14) Путешествую, хожу на экскурсии, в походы
- 15) Мастерю, занимаюсь рукоделием
- 16) Занимаюсь волонтерством, работаю в общественных организациях
- 17) Занимаюсь своей внешностью (посещаю салоны красоты, СПА и т.д.)
- 18) Просматриваю посты, фотографии и видео в социальных сетях
- 19) Занимаюсь самообразованием (читаю специализированную литературу, слушаю лекции)
- 20) Посещаю внеучебные мероприятия, организованные в школе, вузе, колледже
- 21) Играю в интеллектуальные игры
- 22) Другое *(напишите)* _____

33. Вас устраивает или не устраивает то, как Вы проводите свободное время? *(один ответ)*

- | | |
|---|--------------------------|
| 1) Полностью устраивает | → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 35 |
| 2) Скорее устраивает, чем нет | → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 35 |
| 3) Скорее не устраивает, чем устраивает | |
| 4) Совершенно не устраивает | |
| 5) Затрудняюсь ответить | |

34. Если не устраивает, то что мешает Вам проводить досуг так, как Вы хотите? *(не более 3 ответов)*

- 1) Отсутствие подходящих мест проведения досуга
- 2) Недостаток свободного времени
- 3) Отсутствие друзей, единомышленников, разделяющих мои предпочтения
- 4) Отсутствие желания что-то менять, лень
- 5) Недостаток средств
- 6) Состояние здоровья
- 7) Другое *(напишите)* _____

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ МЕСТОМ ЖИТЕЛЬСТВА И МИГРАЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ

35. Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете? (один ответ)

- 1) Я рад, что живу здесь
- 2) В целом, я доволен
- 3) Мне не нравится жить здесь
- 4) Другое (напишите) _____
- 5) Затрудняюсь ответить

36. Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас? (один ответ)

- 1) Нет, не планирую → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 38
- 2) Скорее нет, чем да → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 38
- 3) Скорее да, чем нет
- 4) Да, планирую
- 5) Затрудняюсь ответить

37. Если планируете, то укажите, куда именно _____

38. Планируете ли Вы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас в отдаленном будущем? (один ответ)

- 1) Нет, не планирую → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 40
- 2) Скорее нет, чем да → ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 40
- 3) Скорее да, чем нет
- 4) Да, планирую
- 5) Затрудняюсь ответить

39. Если планируете, то укажите, куда именно _____

40. Как Вы считаете, по каким причинам молодёжь переезжает в другие населенные пункты и регионы? (не более 3 ответов)

- 1) Чтобы получить хорошее образование, профессию
- 2) Чтобы легче / быстрее обзавестись собственным жильем
- 3) Чтобы покинуть родительский дом, жить отдельно
- 4) Чтобы иметь более высокий доход и материальное благополучие
- 5) Чтобы более качественно проводить свое свободное время, отдыхать
- 6) Чтобы получать более качественные медицинские услуги
- 7) Чтобы получить желаемую работу, сделать карьеру
- 8) Чтобы жить в более благоприятной экологической обстановке
- 9) Чтобы чувствовать себя в безопасности, не беспокоиться за сохранность жизни, здоровья, имущества
- 10) Другое (напишите) _____
- 11) Затрудняюсь ответить

41. Какие причины влияют на то, что молодёжь остается в родном городе / селе? (не более 3 ответов)

- 1) Здесь Родина, здесь живут родные и близкие
- 2) Материально тяжело «подняться» со старого места и уехать
- 3) Опасения за то, что не получится найти работу на новом месте и обустроиться
- 4) Боязнь перемен

- 5) Обустроенность на своей Родине (решенный жилищный вопрос, социальные связи и т.п.)
- 6) Имеют достойную оплату своей работы или своего дела
- 7) Нравится жить в своем населенном пункте
- 8) Благоприятная экологическая обстановка
- 9) Другая причина (*напишите, какая именно*) _____
- 10) Затрудняюсь ответить

ЗДОРОВЬЕ И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

42. Как Вы оцениваете состояние своего здоровья? (один ответ)

- 1) Хорошее
- 2) Удовлетворительное
- 3) Плохое
- 4) Затрудняюсь ответить

43. Занимаетесь ли Вы регулярно каким-либо видом физической активности? (один ответ)

- 1) Нет, никогда ничем не занимался(лась)
- 2) Сейчас не занимаюсь, раньше занимался(лась) регулярно
- 3) Занимаюсь время от времени / нерегулярно
→ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 35
- 4) Занимаюсь регулярно
→ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 45

44. Если Вы не занимаетесь спортом, то укажите по каким причинам? (любое количество ответов)

- 1) Хотелось бы заниматься, но нет времени на занятия спортом
- 2) Состояние здоровья не позволяет заниматься спортом
- 3) Нет необходимости в этом, мне это не нужно
- 4) Спортивные учреждения расположены далеко от дома, нет площадок рядом с домом
- 5) Нет денег на занятия спортом
- 6) Другое (*напишите*) _____

45. Как вы относитесь к курению? (один ответ)

- 1) Считаю недопустимой вредной привычкой, сам(а) не курю
- 2) Считаю вредной привычкой, но сам(а) курю
- 3) Не считаю вредной привычкой
- 4) Затрудняюсь ответить

46. Как вы относитесь к употреблению алкоголя? (один ответ)

- 1) Считаю недопустимой вредной привычкой, сам(а) не употребляю алкоголь
- 2) Считаю допустимым употребление пива и других слабоалкогольных напитков
- 3) Считаю возможным умеренное употребление алкоголя во время праздников
- 4) Не считаю вредной привычкой
- 5) Затрудняюсь ответить

47. Здоровый образ жизни включает в себя несколько составляющих. Что из перечисленного Вы делаете регулярно? (любое количество ответов)

- 1) Провожу время на свежем воздухе (гуляю, занимаюсь бегом, катаюсь на лыжах, велосипеде и т.д.)

- 2) Занимаюсь в фитнес-клубе, тренажерном зале, бассейне
- 3) Занимаюсь в спортивной секции
- 4) Тренируюсь дома
- 5) Сплю не менее 8 часов в сутки
- 6) Придерживаюсь принципов здорового питания
- 7) Ограничиваю время, проводимое за компьютером, ноутбуком, планшетом
- 8) Соблюдаю режим дня
- 9) Соблюдаю рекомендации врача, если в них есть необходимость
- 10) Не курю, не использую вейп и другие подобные устройства
- 11) Не употребляю алкоголь
- 12) Другие составляющие ЗОЖ (*напишите, какие именно*) _____

ГРАЖДАНСТВЕННОСТЬ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

48. Интересуетесь ли Вы политическими событиями, которые происходят в России?

- 1) Да, интересуюсь
- 2) Скорее интересуюсь
- 3) Скорее не интересуюсь
- 4) Не интересуюсь совсем

49. Приходилось ли Вам в течение последнего года слышать о каких-либо мероприятиях, акциях, программах для молодёжи, проводимых в Вашем городе / районе?

- 1) Да (*напишите, о каких именно*) _____
- 2) Нет
- 3) Затрудняюсь ответить

50. За последний год Вы принимали или не принимали участие в каких-либо мероприятиях в сфере молодежной политики?

- 1) Да (*напишите, в каких именно*) _____
- 2) Нет

→ ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ № 52

51. Если принимали участие, то удовлетворены Вы или нет качеством реализуемых мероприятий? (*один ответ*)

- 1) Полностью удовлетворен(а)
- 2) Скорее удовлетворен(а), чем не удовлетворен(а)
- 3) Скорее не удовлетворен(а), чем удовлетворен(а)
- 4) Полностью не удовлетворен(а)
- 5) Затрудняюсь ответить

52. Если не принимали участие, то почему? (*любое количество ответов*)

- 1) Мероприятия, которые проводят в городе для молодёжи, скучные
- 2) Мне не интересно
- 3) Нет креатива при организации таких мероприятий
- 4) Неудобное время проведения
- 5) Неудобное место проведения
- 6) Отсутствие зрелищности таких мероприятий
- 7) Отсутствие информационного сопровождения мероприятий, мало информации
- 8) Отсутствие подходящей компании для посещения таких мероприятий
- 9) Отсутствие свободного времени
- 10) Плохое материальное обеспечение таких мероприятий
- 11) Считаю публичные мероприятия небезопасными

12) Другое (напишите) _____

13) Затрудняюсь ответить

Приходилось ли Вам за последние 12 месяцев ... (один ответ по каждой строке)

	Приходи- лось	Не приходи- лось
53. Заниматься волонтерской деятельностью	1	2
54. Участвовать в сборах гуманитарной помощи пострадавшим от стихийных бедствий	1	2
55. Участвовать в работе школьного / студенческого актива		
56. Участвовать в сборах гуманитарной помощи для новых регионов России, для участников СВО и т.п.	1	2
57. Жертвовать деньги на общественно полезные цели	1	2
58. Подавать милостыню	1	2
59. Принимать участие в собрании / заседании какого-либо общества / ассоциации / клуба и т.п.	1	2
60. Подписывать коллективные обращения, петиции	1	2
61. Участвовать в митинге, шествии, пикете, забастовке	1	2
62. Обращаться с запросами в исполнительные органы власти	1	2
63. Обращаться с запросами в законодательные органы власти	1	2
64. Обращаться в прокуратуру, в суд	1	2
65. Другое (напишите)	1	2

66. Как Вы думаете, почему молодые люди не принимают активного участия в общественной и политической жизни? (не более 3 ответов)

- 1) Считают, что политика не для рядовых граждан
- 2) Плохо разбираются в политике, не знают, как действуют органы власти
- 3) Нет времени заниматься этим
- 4) Не верят в возможность изменений
- 5) Не интересуются политикой
- 6) Боятся преследования со стороны властей, лучше держаться от политики подальше
- 7) Другое (напишите) _____
- 8) Затрудняюсь ответить

6.1.2. Гайд полуформализованного интервью

1. Жизненные цели и планы

- 1) Какие жизненные цели преобладают у современной молодёжи?
- 2) Что молодёжь хочет? О чем мечтают молодые люди?
- 3) Достаточно ли развиты условия для самореализации молодёжи в республике / муниципалитетах? Всего ли хватает (инфраструктура, разнообразие и т.п.)?

2. Трудоустройство и трудовая занятость

- 1) Какие востребованные рабочие места предлагает молодёжи республика / муниципалитеты сразу после окончания обучения в вузе / в техникуме / в училище (по полученной специальности)?
- 2) В каких сферах основном работает молодёжь?
- 3) Какое представление у молодёжи о достойной заработной плате и о приемлемых условиях труда?
- 4) Есть ли желание у молодёжи трудиться на рабочих специальностях?
- 5) Есть ли способы, меры, влияющие на стимулирование работодателей в трудоустройстве молодёжи на квалифицированные рабочие места?
- 6) Как много в среде предпринимателей молодых людей? Можно ли говорить о молодежном предпринимательстве? В каких формах молодым предпринимателям оказывается государственная поддержка?
- 7) Что можно предложить для увеличения привлекательности труда на селе?

3. Миграция

- 1) Каковы основные причины миграции среди молодых людей (учащиеся и работающие)?
- 2) Что лежит в основе миграционных настроений молодёжи?
- 3) Что предпринимается для снижения оттока молодёжи?

4. Профориентация и образование

- 1) Как осуществляется профориентационная работа для молодёжи (в разрезе для учащейся молодёжи и для работающей)? Какие формы профориентации наиболее эффективны?
- 2) Какую альтернативу нынешней модели профориентационной работы вы бы могли предложить?

5. Информированность о программах и мероприятиях государственной молодежной политики (ГМП)

- 1) Активно ли молодёжь вступает в молодежные организации? В какие именно?
- 2) Какие категории молодёжи не охвачены молодежными общественными организациями? Кто они?
- 3) Активно ли молодёжь пользуется программами ГМП? Кто и какими чаще всего?
- 4) Через какие каналы коммуникации молодёжь информируется о мерах и программы ГМП? Назовите конкретные источники. Дайте оценку эффективности такой коммуникации

6. Диалог с властью

- 1) Молодёжь аполитична или нет? Что думают молодые люди о власти имущих?
- 2) Настроен ли диалог между властью и молодёжью (общественные собрания, социальные сети)?

- 3) Могут ли молодые люди обратиться к властям со своими инициативами, поделиться своим мнением о решении каких-либо проблем в республике / муниципалитете?

7. Досуг и свободное время

- 1) Что делается в республике / в муниципалитетах для организации досуга разных групп молодёжи (школьники, студенты и работающая молодёжь)?
- 2) Каких объектов молодежной инфраструктуры молодёжи хватает / не хватает?
- 3) Поступают ли от молодёжи какие-то предложения по разнообразию досуга? Какие приходят к вам на ум?

8. Здоровье и здоровый образ жизни

- 1) Насколько распространены среди молодёжи идеи ЗОЖ? Какие программы / мероприятия по распространению принципов ЗОЖ существуют? Работают ли они? Если нет, то почему?
- 2) Достаточен ли уровень физической активности молодёжи? Что мешает / препятствует занятиям спортом?
- 3) Насколько распространены вредные привычки среди молодёжи? Какие из них представляют наибольшую опасность? Существуют ли эффективные меры борьбы с ними?

6.2. Вспомогательные статистические таблицы

Табл. 1. Удовлетворенность жизнью в целом
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Удовлетворены	Вполне удовлетворены	Не удовлетворены	Затруднились ответить
Мужчины	45,9	46,9	3,9	3,3
Женщины	49,7	42,5	5,0	2,8
14-17 лет	56,0	30,3	13,7	0,0
18-21 лет	68,6	30,8	0,0	0,6
22-26 лет	38,6	53,8	0,0	7,6
27-35 лет	42,2	50,4	4,3	3,1
Жители городов	48,3	43,9	4,6	3,2
Жители сельских населенных пунктов	46,1	47,5	3,7	2,7
Учащиеся школы	53,8	26,5	19,7	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	63,1	34,2	0,0	2,7
Работают	40,6	52,9	2,6	3,9
Занимаются бизнесом	77,1	17,1	2,9	2,9
Другой род деятельности	23,5	47,1	29,4	0,0
Основное общее образование	0,0	94,7	5,3	0,0
Общее среднее образование	46,2	53,8	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	44,2	35,9	14,1	5,8
Высшее образование	42,8	53,9	0,0	3,3
Не работают, но подрабатывают	57,9	42,1	0,0	0,0
Работают по найму	39,7	52,6	3,6	4,1
Индивидуальные предприниматели	33,3	60,6	3,0	3,1
Самозанятые	77,5	22,5	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	32,8	36,1	18,0	13,1
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	53,9	40,7	2,7	2,7
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	28,4	65,9	5,7	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	46,9	36,5	0,0	16,6
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	69,3	27,6	3,1	0,0

Табл. 2. Распределение ответов на вопрос: «К какой из следующих групп населения Вы могли бы отнести свою семью?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Денег хватает только на продукты	Денег хватает на продукты и одежду, на крупные покупки не хватает	Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным
Мужчины	4,6	27,4	35,1	8,9	24,0
Женщины	7,0	29,5	27,8	9,5	26,2
14-17 лет	4,6	23,4	16,0	5,1	50,9
18-21 лет	3,1	17,6	19,5	10,1	49,7
22-26 лет	14,2	28,4	33,0	10,7	13,7
27-35 лет	3,9	33,6	39,8	9,8	12,9
Жители городов	7,0	29,9	28,2	10,2	24,7
Жители сельских населенных пунктов	1,4	23,3	43,8	5,5	26,0
Учащиеся школы	6,8	23,1	21,4	0,9	47,8
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	5,0	16,7	12,6	12,2	53,5
Работают	5,5	33,9	39,9	10,3	10,4
Занимаются бизнесом	5,7	28,6	22,9	2,9	39,9
Другой род деятельности	23,5	11,8	41,2	0,0	23,5
Основное общее образование	0,0	5,3	57,9	36,8	0,0
Общее среднее образование	0,0	23,1	7,7	0,0	69,2
Среднее профессиональное образование	18,6	35,3	36,5	1,3	8,3
Высшее образование	2,5	33,7	39,9	11,4	12,5
Не работают, но подрабатывают	0,0	63,2	0,0	36,8	0,0
Работают по найму	5,2	34,0	41,8	8,5	10,5
Индивидуальные предприниматели	3,0	6,1	24,2	27,3	39,4
Самозанятые	22,5	27,5	27,5	0,0	22,5

Табл. 3. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, какой будет Ваша жизнь в ближайшие годы: улучшится, ухудшится или останется без изменений?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Скорее улучшится	Ничего не изменится	Скорее ухудшится	Загруднились ответить
Мужчины	57,9	26,1	3,7	12,3
Женщины	64,4	10,7	8,0	16,9
14-17 лет	69,7	6,3	8,6	15,4
18-21 лет	73,6	13,2	4,4	8,8
22-26 лет	51,3	26,9	3,6	18,2
27-35 лет	58,2	20,7	6,3	14,8
Жители городов	61,0	18,6	5,9	14,5
Жители сельских населенных пунктов	61,6	17,4	5,5	15,5
Учащиеся школы	70,9	6,8	9,4	12,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	68,0	11,7	4,1	16,2
Работают	56,4	23,9	5,4	14,3
Занимаются бизнесом	82,9	2,9	0,0	14,2
Другой род деятельности	41,2	0,0	35,3	23,5
Основное общее образование	63,2	36,8	0,0	0,0
Общее среднее образование	61,5	15,4	0,0	23,1
Среднее профессиональное образование	65,4	11,5	7,1	16,0
Высшее образование	54,7	25,2	5,8	14,3
Не работают, но подрабатывают	63,2	36,8	0,0	0,0
Работают по найму	56,2	23,9	5,4	14,5
Индивидуальные предприниматели	66,7	0,0	24,2	9,1
Самозанятые	65,0	10,0	0,0	25,0
Денег хватает только на продукты	41,0	13,1	0,0	45,9
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	58,9	23,6	10,4	7,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	50,6	25,3	9,1	15,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	79,2	7,3	0,0	13,5
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	75,1	8,8	0,0	16,1

Табл. 4. Распределение ответов на вопрос: «Какие проблемы Вы считаете наиболее актуальными для молодёжи Республики Татарстан?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Недостаточно учебных заведений высшего образования	Бедность, нехватка средств на необходимое	Проблема одиночества, разобщенности	Отсутствие уверенности в будущем, перспектив и возможностей	Недоступность жилья	Распространение алкоголизма, наркомании	Плохое состояние здоровья	Высокая преступность среди молодёжи	Отсутствие высокооплачиваемых рабочих мест, проблемы трудоустройства	Недостаточные возможности для досуга	Другое
Мужчины	8,7	26,8	23,6	37,5	50,6	12,9	8,3	3,3	36,9	5,6	1,4
Женщины	9,3	35,6	10,7	29,9	50,9	18,3	6,1	3,8	42,9	5,1	0,8
14-17 лет	17,1	45,1	6,3	28,0	26,3	21,7	1,1	10,3	42,9	5,7	1,7
18-21 лет	11,9	25,8	12,6	28,3	32,1	18,9	6,3	0,0	37,7	10,7	3,1
22-26 лет	14,7	32,5	9,6	45,2	55,3	17,3	6,1	0,0	49,2	7,1	0,0
27-35 лет	3,1	27,7	25,0	32,8	63,1	11,9	10,0	3,7	35,9	2,9	0,6
Жители городов	10,8	32,2	13,1	35,1	48,2	15,3	8,4	3,3	40,3	6,2	1,0
Жители сельских населенных пунктов	2,3	27,9	32,0	28,3	60,3	16,9	2,7	4,6	38,4	2,3	1,4
Учащиеся школы	20,5	47,9	6,8	33,3	17,9	15,4	1,7	15,4	34,2	2,6	2,6
Студенты учреждений СПО и ВУ-Зов	13,1	30,6	12,2	22,1	35,1	22,5	6,3	0,0	39,6	12,6	1,8
Работают	6,0	30,5	21,6	39,1	60,7	12,3	8,7	2,9	37,1	3,5	0,3
Занимаются бизнесом	5,7	8,6	2,9	8,6	54,3	25,7	2,9	0,0	85,7	2,9	2,9
Другой род деятельности	0,0	0,0	5,9	29,4	88,2	35,3	5,9	0,0	94,1	5,9	5,9
Основное общее образование	0,0	57,9	10,5	52,6	52,6	0,0	0,0	0,0	15,8	0,0	5,3
Общее среднее образование	7,7	7,7	7,7	30,8	23,1	15,4	0,0	0,0	46,2	7,7	7,7
Среднее профессиональное	16,0	19,9	14,1	50,0	48,7	17,9	4,5	0,0	48,7	3,8	0,6
Высшее образование	2,9	30,8	22,9	33,1	66,1	12,6	10,1	3,7	39,3	3,5	0,2
Не работают, но подрабатывают	0,0	0,0	5,3	42,1	0,0	0,0	0,0	0,0	63,2	0,0	0,0

Социально-демографические группы респондентов	Недостаточно учебных заведений высшего образования	Бедность, нехватка средств на необходимое	Проблема одиночества, разобщенности	Отсутствие уверенности в будущем, перспектив и возможностей	Недоступность жилья	Распространение алкоголизма, наркомании	Плохое состояние здоровья	Высокая преступность среди молодёжи	Отсутствие высокооплачиваемых рабочих мест, проблемы трудоустройства	Недостаточные возможности для досуга	Другое
Работают по найму	5,9	30,2	22,9	38,1	64,4	12,4	9,6	3,1	36,4	4,1	0,3
Индивидуальные предприниматели	6,1	9,1	3,0	6,1	54,5	24,2	0,0	0,0	87,9	0,0	6,1
Самозанятые	7,5	35,0	2,5	50,0	45,0	27,5	0,0	0,0	60,0	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	0,0	54,1	0,0	16,4	70,5	11,5	11,5	0,0	31,1	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	15,5	34,0	10,1	24,9	62,0	13,1	0,0	0,0	30,0	3,4	0,3
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	2,1	26,2	26,2	52,1	55,2	17,1	15,2	8,2	45,4	4,9	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	8,3	43,8	22,9	36,5	37,5	9,4	8,3	0,0	43,8	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	12,6	24,5	15,3	23,4	32,6	19,9	3,8	3,8	44,8	11,5	3,8

Табл. 5. Распределение ответов на вопрос: «Насколько безопасно вы чувствуете себя в своем городе / селе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	В полной безопасности	В относительной безопасности	Скорее небезопасно	Совсем небезопасно	Затруднились ответить
Мужчины	39,4	53,7	2,7	2,3	1,9
Женщины	35,8	54,1	4,2	1,3	4,6
14-17 лет	44,6	42,3	9,1	1,7	2,3
18-21 лет	48,4	43,4	1,3	4,4	2,5
22-26 лет	36,5	52,8	3,0	4,1	3,6
27-35 лет	32,2	61,5	2,3	0,2	3,8
Жители городов	37,1	54,1	3,5	1,9	3,4
Жители сельских населенных пунктов	39,3	53,0	3,2	1,4	3,1
Учащиеся школы	48,7	37,6	13,7	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	45,9	45,9	0,5	4,5	3,2
Работают	30,5	62,0	2,9	1,4	3,2
Занимаются бизнесом	82,9	17,1	0,0	0,0	0,0
Другой род деятельности	29,4	35,3	0,0	0,0	35,3
Основное общее образование	36,8	21,1	36,8	5,3	0,0
Общее среднее образование	61,5	38,5	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное	39,7	44,9	0,0	5,1	10,3
Высшее образование	30,2	65,3	2,3	0,0	2,2
Не работают, но подрабатывают	0,0	5,3	94,7	0,0	0,0
Работают по найму	30,2	66,5	0,2	0,2	2,9
Индивидуальные предприниматели	69,7	6,1	0,0	0,0	24,2
Самозанятые	62,5	15,0	0,0	20,0	2,5
Денег хватает только на продукты	24,6	42,6	0,0	16,4	16,4
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	39,1	50,8	4,4	2,7	3,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	23,2	69,5	2,4	0,3	4,6
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	16,7	76,0	7,3	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	64,8	32,2	3,0	0,0	0,0

Табл. 6. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, насколько распространена в Вашем городе / районе проблема наркомании?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Широко распространена	Распространена, но не более, чем везде	Распространена меньше, чем везде	Совсем не распространена	Затруднились ответить
Мужчины	3,7	25,3	21,0	27,8	22,2
Женщины	2,5	24,0	20,2	25,9	27,4
14-17 лет	2,3	32,6	10,9	35,4	18,8
18-21 лет	5,7	9,4	24,5	32,7	27,7
22-26 лет	3,6	35,5	20,8	25,4	14,7
27-35 лет	2,3	22,5	22,7	22,7	29,8
Жители городов	3,8	26,2	19,7	26,5	23,8
Жители сельских населенных пунктов	0,5	18,7	24,2	28,3	28,3
Учащиеся школы	3,4	41,9	0,0	44,4	10,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	4,5	12,2	23,0	29,7	30,6
Работают	2,6	26,4	24,8	21,9	24,3
Занимаются бизнесом	2,9	11,4	2,9	51,4	31,4
Другой род деятельности	0,0	29,4	5,9	5,9	58,8
Основное общее образование	0,0	52,6	10,5	26,3	10,6
Общее среднее образование	15,4	7,7	7,7	46,2	23,0
Среднее профессиональное	1,3	21,8	35,9	26,3	14,7
Высшее образование	2,7	26,4	20,3	21,3	29,3
Не работают, но подрабатывают	0,0	36,8	63,2	0,0	0,0
Работают по найму	2,8	26,5	22,2	22,5	26,0
Индивидуальные предприниматели	0,0	6,1	3,0	36,4	54,5
Самозанятые	2,5	25,0	37,5	30,0	5,0
Денег хватает только на продукты	0,0	47,5	27,9	11,5	13,1
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	3,0	24,6	22,9	35,4	14,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	0,0	26,2	27,1	22,9	23,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	11,5	25,0	20,8	13,5	29,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	4,6	17,2	8,0	30,7	39,5

Табл. 7. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы оценили состояние межнациональных отношений в Республике Татарстан в настоящее время?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Положительно	Скорее положительно	Скорее отрицательно	Отрицательно	Затруднились ответить
Мужчины	36,9	48,5	1,4	2,1	11,1
Женщины	28,4	44,2	2,3	1,5	23,6
14-17 лет	29,1	46,3	0,0	4,6	20,0
18-21 лет	54,7	24,5	1,3	0,0	19,5
22-26 лет	33,0	40,6	4,1	0,0	22,3
27-35 лет	26,8	55,3	1,8	2,1	14,0
Жители городов	32,5	45,5	1,9	2,3	17,8
Жители сельских населенных пунктов	32,9	49,3	1,4	0,0	16,4
Учащиеся школы	33,3	41,0	0,0	6,8	18,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	48,2	32,0	0,9	0,0	18,9
Работают	26,7	52,5	2,6	1,7	16,5
Занимаются бизнесом	57,1	37,1	0,0	0,0	5,8
Другой род деятельности	0,0	52,9	0,0	0,0	47,1
Основное общее образование	21,1	57,9	5,3	0,0	15,7
Общее среднее образование	92,3	7,7	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	38,5	32,1	5,1	0,0	24,3
Высшее образование	22,9	58,5	1,6	2,1	14,9
Не работают, но подрабатывают	0,0	94,7	0,0	0,0	5,3
Работают по найму	26,3	53,9	1,5	1,8	16,5
Индивидуальные предприниматели	33,3	33,3	0,0	0,0	33,4
Самозанятые	55,0	12,5	20,0	0,0	12,5
Денег хватает только на продукты	36,1	31,1	16,4	0,0	16,4
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	29,3	51,5	2,7	0,0	16,5
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	25,0	57,6	0,3	2,4	14,7
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	33,3	45,8	0,0	11,5	9,4
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	44,8	29,9	0,0	0,0	25,3

Табл. 8. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы оценили состояние межконфессиональных отношений в Республике Татарстан в настоящее время?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Положительно	Скорее положительно	Скорее отрицательно	Отрицательно	Затруднились ответить
Мужчины	35,5	44,6	2,9	0,8	16,2
Женщины	20,2	41,3	2,5	1,3	34,7
14-17 лет	30,3	39,4	6,3	0,0	24,0
18-21 лет	39,0	25,8	3,1	1,3	30,8
22-26 лет	28,9	37,1	0,0	4,1	29,9
27-35 лет	23,0	51,8	2,3	0,2	22,7
Жители городов	27,3	42,4	2,7	1,3	26,3
Жители сельских населенных пунктов	29,7	45,2	2,7	0,0	22,4
Учащиеся школы	35,9	41,0	6,8	0,0	16,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	35,6	26,6	3,6	0,9	33,3
Работают	24,2	49,7	1,8	1,4	22,9
Занимаются бизнесом	31,4	31,4	0,0	0,0	37,2
Другой род деятельности	0,0	35,3	0,0	0,0	64,7
Основное общее образование	5,3	63,2	0,0	5,3	26,2
Общее среднее образование	69,2	30,8	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	25,6	37,8	0,0	5,1	31,5
Высшее образование	23,1	51,6	2,3	0,0	23,0
Не работают, но подрабатывают	0,0	36,8	0,0	0,0	63,2
Работают по найму	25,2	50,7	2,0	0,2	21,9
Индивидуальные предприниматели	6,1	30,3	0,0	0,0	63,6
Самозанятые	32,5	35,0	0,0	20,0	12,5
Денег хватает только на продукты	24,6	31,1	0,0	16,4	27,9
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	25,3	46,5	2,7	0,0	25,5
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	27,7	57,9	0,3	0,3	13,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	5,2	43,8	11,5	0,0	39,5
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	39,8	22,6	3,1	0,0	34,5

Табл. 9. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, насколько вероятны сейчас в Вашем городе массовые акции протеста против падения уровня жизни, несправедливых действий властей, в защиту своих прав и свобод?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Вполне возможны	Маловероятны	Затруднились ответить
Мужчины	16,6	66,8	16,6
Женщины	8,0	66,5	25,5
14-17 лет	21,1	64,0	14,9
18-21 лет	15,1	59,1	25,8
22-26 лет	11,2	66,5	22,3
27-35 лет	8,8	69,9	21,3
Жители городов	14,0	65,2	20,8
Жители сельских населенных пунктов	5,9	72,1	22,0
Учащиеся школы	22,2	64,1	13,7
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	16,2	57,7	26,1
Работают	10,1	69,5	20,4
Занимаются бизнесом	0,0	91,4	8,6
Другой род деятельности	0,0	41,2	58,8
Основное общее образование	5,3	63,2	31,5
Общее среднее образование	0,0	69,2	30,8
Среднее профессиональное образование	8,3	82,7	9,0
Высшее образование	10,1	66,3	23,6
Не работают, но подрабатывают	0,0	42,1	57,9
Работают по найму	8,2	72,1	19,7
Индивидуальные предприниматели	24,2	48,5	27,3
Самозанятые	20,0	67,5	12,5
Денег хватает только на продукты	29,5	70,5	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	9,1	67,7	23,2
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	9,5	73,2	17,3
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	22,9	47,9	29,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	11,5	63,2	25,3

Табл. 10. Распределение ответов на вопрос: «Если такого рода массовые выступления протеста состоятся, Вы лично примете в них участие или нет?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Скорее всего, примут	Скорее всего, не примут	Затруднились ответить
Мужчины	12,2	65,4	22,4
Женщины	9,0	70,7	20,3
14-17 лет	20,6	52,6	26,8
18-21 лет	15,7	54,1	30,2
22-26 лет	11,7	69,5	18,8
27-35 лет	5,1	77,1	17,8
Жители городов	11,9	67,2	20,9
Жители сельских населенных пунктов	5,5	71,2	23,3
Учащиеся школы	26,5	53,0	20,5
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	13,1	50,9	36,0
Работают	6,6	77,1	16,3
Занимаются бизнесом	5,7	60,0	34,3
Другой род деятельности	29,4	64,7	5,9
Основное общее образование	5,3	94,7	0,0
Общее среднее образование	0,0	76,9	23,1
Среднее профессиональное образование	16,0	66,7	17,3
Высшее образование	4,7	78,1	17,2
Не работают, но подрабатывают	0,0	42,1	57,9
Работают по найму	6,5	79,2	14,3
Индивидуальные предприниматели	6,1	39,4	54,5
Самозанятые	20,0	72,5	7,5
Денег хватает только на продукты	31,1	68,9	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	4,7	72,1	23,2
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	9,5	77,7	12,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	0,0	60,4	39,6
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	17,6	54,0	28,4

Табл. 11. Оценка качества образования в учебных заведениях Республики Татарстан в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Очень хорошее	Скорее хорошее	Скорее плохое	Очень плохое	Затруднились ответить
ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ					
Мужчины	19,1	57,3	20,5	1,0	2,1
Женщины	15,8	63,4	14,9	1,7	4,2
14-17 лет	20,6	58,3	14,9	6,2	0,0
18-21 лет	34,6	56,6	5,7	1,9	1,2
22-26 лет	7,1	72,1	16,8	0,0	4,0
27-35 лет	15,0	57,8	22,7	0,0	4,5
Жители городов	17,4	60,7	17,7	1,7	2,5
Жители сельских населенных пунктов	17,8	59,4	17,4	0,0	5,4
Учащиеся школы	12,8	71,8	6,8	8,6	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	35,6	50,9	11,7	0,9	0,9
Работают	9,8	62,3	23,0	0,2	4,7
Занимаются бизнесом	57,1	42,9	0,0	0,0	0,0
Другой род деятельности	23,5	70,6	0,0	5,9	0,0
Основное общее образование	10,5	73,7	10,5	5,3	0,0
Общее среднее образование	23,1	76,9	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное	18,6	78,8	1,9	0,7	0,0
Высшее образование	10,5	55,4	28,1	0,0	6,0
Не работают, но подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	11,9	58,7	24,2	0,2	5,0
Индивидуальные предприниматели	36,4	60,6	0,0	3,0	0,0
Самозанятые	7,5	87,5	5,0	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	0,0	86,9	13,1	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	15,5	57,6	24,2	2,7	0,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	11,9	59,5	20,4	1,8	6,4
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	6,3	61,5	32,2	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	34,9	58,2	2,3	0,0	4,6
СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ					
Мужчины	31,5	42,5	12,7	0,0	13,3
Женщины	29,0	46,9	10,1	0,0	14,0
14-17 лет	37,1	32,0	17,7	0,0	13,2
18-21 лет	45,3	45,3	6,9	0,0	2,5
22-26 лет	31,5	37,6	10,7	0,0	20,2
27-35 лет	22,7	51,6	10,9	0,0	14,8
Жители городов	30,5	44,8	11,4	0,0	13,3
Жители сельских населенных пунктов	29,2	44,3	11,4	0,0	15,1
Учащиеся школы	27,4	32,5	22,2	0,0	17,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	50,5	39,6	7,7	0,0	2,2
Работают	21,9	49,8	10,4	0,0	17,9

Социально-демографические группы респондентов	Оценки				Загруднились ответить
	Очень хорошее	Скорее хорошее	Скорее плохое	Очень плохое	
Занимаются бизнесом	65,7	28,6	5,7	0,0	0,0
Другой род деятельности	29,4	29,4	35,3	0,0	5,9
Основное общее образование	26,3	68,4	0,0	0,0	5,3
Общее среднее образование	61,5	38,5	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	35,9	46,2	12,2	0,0	5,7
Высшее образование	19,8	48,4	11,0	0,0	20,8
Не работают, но подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	22,2	48,5	10,6	0,0	18,7
Индивидуальные предприниматели	66,7	0,0	30,3	0,0	3,0
Самозанятые	32,5	60,0	2,5	0,0	5,0
Денег хватает только на продукты	11,5	45,9	0,0	0,0	42,6
Денег хватает на приобретение продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	26,3	47,1	12,8	0,0	13,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	16,8	57,0	13,1	0,0	13,1
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	37,5	36,5	6,3	0,0	19,7
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	53,3	29,1	12,3	0,0	5,3

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Мужчины	23,9	45,2	13,1	1,5	16,3
Женщины	21,7	47,4	12,0	1,7	17,2
14-17 лет	33,1	36,0	13,1	6,3	11,5
18-21 лет	45,9	35,2	5,7	1,9	11,3
22-26 лет	22,3	48,7	14,7	1,0	13,3
27-35 лет	12,3	52,3	13,7	0,2	21,5
Жители городов	24,0	45,6	13,5	1,8	15,1
Жители сельских населенных пунктов	18,3	48,9	9,1	0,9	22,8
Учащиеся школы	35,0	29,1	12,8	6,0	17,1
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	44,6	36,9	6,3	3,2	9,0
Работают	12,1	54,4	15,6	0,2	17,7
Занимаются бизнесом	40,0	28,6	0,0	5,7	25,7
Другой род деятельности	29,4	11,8	0,0	0,0	58,8
Основное общее образование	15,8	78,9	0,0	0,0	5,3
Общее среднее образование	53,8	38,5	7,7	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	21,8	26,3	14,1	0,6	37,2
Высшее образование	10,5	59,3	15,3	0,4	14,5
Не работают, но подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	12,4	52,1	16,3	0,2	19,0
Индивидуальные предприниматели	39,4	30,3	0,0	6,1	24,2
Самозанятые	22,5	47,5	5,0	0,0	25,0
Денег хватает только на продукты	11,5	11,5	29,5	0,0	47,5
Денег хватает на приобретение продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	13,8	58,9	13,5	0,0	13,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	16,2	53,0	8,5	1,8	20,5

Социально-демографические группы респондентов	Оценки				Загрудились ответить
	Очень хорошее	Скорее хорошее	Скорее плохое	Очень плохое	
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	15,6	69,8	8,3	3,1	3,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	46,7	23,0	14,2	3,1	13,0

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Мужчины	32,6	53,7	8,3	0,0	5,4
Женщины	41,7	45,3	7,8	0,0	5,2
14-17 лет	44,0	43,4	12,6	0,0	0,0
18-21 лет	53,5	41,5	1,3	0,0	3,7
22-26 лет	42,6	51,3	2,0	0,0	4,1
27-35 лет	27,7	53,3	10,9	0,0	8,1
Жители городов	40,8	46,6	7,5	0,0	5,1
Жители сельских населенных пунктов	23,7	60,3	10,0	0,0	6,0
Учащиеся школы	40,2	45,3	14,5	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	54,5	38,3	4,5	0,0	2,7
Работают	28,8	54,9	8,7	0,0	7,6
Занимаются бизнесом	65,7	34,3	0,0	0,0	0,0
Другой род деятельности	52,9	47,1	0,0	0,0	0,0
Основное общее образование	31,6	68,4	0,0	0,0	0,0
Общее среднее образование	69,2	30,8	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	60,3	27,6	12,1	0,0	0,0
Высшее образование	21,5	61,6	7,4	0,0	9,5
Не работают, но подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	27,8	55,1	9,2	0,0	7,9
Индивидуальные предприниматели	63,6	36,4	0,0	0,0	0,0
Самозанятые	72,5	25,0	2,5	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	59,0	24,6	16,4	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	31,3	62,0	6,7	0,0	0,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	23,2	56,7	8,2	0,0	11,9
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	49,0	47,9	3,1	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	52,1	32,6	9,2	0,0	6,1

Табл. 12. Распределение ответов на вопрос: «Вы планируете или не планируете продолжить получение образования после окончания учебного заведения, в котором учитесь сейчас?» в различных социально-демографических группах респондентов, %

Социально-демографические группы респондентов	Да, планирую	Нет, не планирую	Затруднились ответить
Мужчины	60,3	19,5	20,2
Женщины	52,7	17,0	30,3
14-17 лет	63,0	12,7	24,3
18-21 лет	54,2	23,2	22,6
22-26 лет	20,0	35,0	45,0
27-35 лет	50,0	0,0	50,0
Жители городов	56,6	17,6	25,8
Жители сельских населенных пунктов	56,7	21,7	21,6
Учащиеся школы	72,6	4,3	23,1
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	48,2	25,7	26,1
Денег хватает только на продукты	57,9	26,3	15,8
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	43,8	35,9	20,3
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	77,4	0,0	22,6
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	64,3	14,3	21,4
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	53,7	17,1	29,2

Табл. 13. Распределение ответов на вопрос: «Вы планируете продолжить обучение в Республике Татарстан или в другом регионе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Продолжат учиться в Республике Татарстан	Уедут в другой регион	Затруднились ответить
Мужчины	68,3	0,7	31,0
Женщины	59,1	4,3	36,6
14-17 лет	77,1	0,0	22,9
18-21 лет	52,7	3,6	43,7
22-26 лет	36,4	0,0	63,6
27-35 лет	0,0	100,0	0,0
Жители городов	65,2	2,4	32,4
Жители сельских населенных пунктов	59,6	2,1	38,3
Учащиеся школы	90,0	0,0	10,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	50,0	3,7	46,3
Денег хватает только на продукты	68,8	0,0	31,2
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	41,2	0,0	58,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	90,2	9,8	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	81,8	0,0	18,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	61,3	1,6	37,1

Табл. 14. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая бы Вас устроила?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Очень легко	Скорее легко	Скорее сложно	Очень сложно, практически невозможно	Затруднились ответить
Мужчины	13,8	36,8	37,4	6,9	5,1
Женщины	7,3	21,8	44,8	10,9	15,2
14-17 лет	6,4	26,6	45,7	11,6	9,7
18-21 лет	16,2	36,6	34,5	3,5	9,2
22-26 лет	10,0	10,0	45,0	15,0	20,0
27-35 лет	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Жители городов	11,5	28,7	40,1	9,3	10,4
Жители сельских населенных пунктов	6,7	33,3	45,0	6,7	8,3
Учащиеся школы	0,9	27,4	48,7	14,5	8,5
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	15,8	30,6	36,9	5,9	10,8
Денег хватает только на продукты	0,0	0,0	89,5	0,0	10,5
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	0,0	28,1	60,9	0,0	11,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	0,0	45,3	52,8	0,0	1,9
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	7,1	28,6	50,0	14,3	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	19,4	28,6	23,4	14,9	13,7

Табл. 15. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, легко или сложно найти в Вашем городе / районе работу по Вашей специальности / будущей специальности, которая давала бы Вам возможности для карьерного роста, повышения по службе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Очень легко	Скорее легко	Скорее сложно	Очень сложно, практически невозможно	Затруднились ответить
Мужчины	13,2	39,1	29,9	10,3	7,5
Женщины	6,7	13,3	46,7	13,9	19,4
14-17 лет	5,8	23,1	42,8	16,2	12,1
18-21 лет	15,5	33,8	33,1	5,6	12,0
22-26 лет	10,0	10,0	30,0	15,0	35,0
27-35 лет	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0
Жители городов	10,8	27,2	35,1	12,9	14,0
Жители сельских населенных пунктов	6,7	23,3	51,7	8,3	10,0
Учащиеся школы	0,9	23,1	40,2	21,4	14,4
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	14,9	28,4	36,9	7,2	12,6
Денег хватает только на продукты	0,0	0,0	89,5	0,0	10,5
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	0,0	31,3	56,3	1,6	10,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	0,0	26,4	41,5	11,3	20,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	7,1	32,1	46,4	14,4	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	18,3	26,9	23,4	17,1	14,3

Табл. 16. Распределение ответов на вопрос: «Вы в настоящее время работаете по полученной специальности / профессии?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Работают по полученной специальности	Работают по смежной специальности	Работают по другой специальности	Затруднились ответить
Мужчины	35,3	32,7	32,0	0,0
Женщины	38,1	31,4	30,5	0,0
14-17 лет	100,0	0,0	0,0	0,0
18-21 лет	17,6	41,2	41,2	0,0
22-26 лет	41,8	41,8	16,4	0,0
27-35 лет	35,4	28,3	36,3	0,0
Жители городов	36,8	34,9	28,3	0,0
Жители сельских населенных пунктов	36,5	22,0	41,5	0,0
Работают	37,6	33,1	29,3	0,0
Занимаются бизнесом	11,4	8,6	80,0	0,0
Другой род деятельности	56,3	37,5	6,2	0,0
Основное общее образование	36,8	47,4	15,8	0,0
Общее среднее образование	53,8	15,4	30,8	0,0
Среднее профессиональное образование	28,4	40,6	31,0	0,0
Высшее образование	38,8	29,3	31,9	0,0
Не работают, но подрабатывают	61,1	38,9	0,0	0,0
Работают по найму	35,0	33,8	31,2	0,0
Индивидуальные предприниматели	42,4	15,2	42,4	0,0
Самозанятые	47,5	15,0	37,5	0,0
Денег хватает только на продукты	40,5	9,5	50,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	39,2	30,6	30,2	0,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	27,3	40,4	32,3	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	67,6	26,5	5,9	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	33,7	24,4	41,9	0,0

Табл. 17. Распределение ответов на вопрос: «Вас устраивает Ваша нынешняя работа?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Да	Нет	Затруднились ответить
Мужчины	77,8	17,5	4,7
Женщины	73,1	19,2	7,7
14-17 лет	100,0	0,0	0,0
18-21 лет	94,1	5,9	0,0
22-26 лет	65,0	26,0	9,0
27-35 лет	78,3	16,1	5,6
Жители городов	74,8	19,1	6,1
Жители сельских населенных пунктов	77,4	15,7	6,9
Работают	73,9	19,3	6,8
Занимаются бизнесом	97,1	2,9	0,0
Другой род деятельности	87,5	12,5	0,0
Основное общее образование	42,1	47,4	10,5
Общее среднее образование	76,9	23,1	0,0
Среднее профессиональное образование	78,7	21,3	0,0
Высшее образование	75,6	16,3	8,1
Не работают, но подрабатывают	61,1	38,9	0,0
Работают по найму	73,7	19,3	7,0
Индивидуальные предприниматели	93,9	6,1	0,0
Самозанятые	92,5	5,0	2,5
Денег хватает только на продукты	57,1	42,9	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	78,4	17,7	3,9
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	70,9	20,4	8,7
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	69,1	14,7	16,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	95,3	4,7	0,0

Табл. 18. Распределение ответов на вопрос: «Что именно Вас в первую очередь устраивает в вашей работе?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Условия труда	Работа по специальности	Перспективы карьерного роста	Хорошая оплата труда	Социальный пакет	Территориальное расположение места работы	Коллектив	Стабильная работа	Руководство	Перспективы улучшения жилищных условий	Другое
Мужчины	27,8	17,8	13,7	20,0	11,1	20,7	33,7	27,4	26,7	1,1	0,0
Женщины	20,3	27,4	11,3	15,0	8,3	32,7	30,1	16,2	12,0	2,6	0,0
14-17 лет	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
18-21 лет	18,8	12,5	37,5	50,0	0,0	18,8	18,8	12,5	12,5	0,0	0,0
22-26 лет	36,8	27,4	12,0	12,8	0,9	14,5	48,7	8,5	16,2	0,0	0,0
27-35 лет	20,6	21,4	11,7	17,7	12,7	30,6	27,6	26,1	20,6	2,5	0,0
Жители городов	25,0	23,8	16,0	15,5	10,7	22,8	33,5	20,1	14,6	2,4	0,0
Жители сельских населенных пунктов	21,0	18,5	0,8	24,2	6,5	39,5	26,6	27,4	35,5	0,0	0,0
Работают	25,8	23,6	12,9	15,0	10,7	28,5	34,6	21,5	18,0	0,0	0,0
Занимаются бизнесом	2,9	2,9	5,9	55,9	0,0	2,9	0,0	32,4	38,2	29,4	0,0
Другой род деятельности	14,3	35,7	14,3	14,3	0,0	21,4	14,3	7,1	21,4	0,0	0,0
Основное общее образование	25,0	25,0	12,5	12,5	0,0	12,5	25,0	12,5	37,5	0,0	0,0
Общее среднее образование	10,0	20,0	10,0	40,0	0,0	20,0	20,0	30,0	60,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное	23,0	12,3	24,6	18,0	0,0	23,8	42,6	6,6	11,5	0,0	0,0
Высшее образование	24,7	25,8	8,8	16,9	13,1	28,0	29,0	26,5	20,5	2,5	0,0
Не работают, но подрабатывают	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	22,5	24,3	11,4	16,2	7,2	30,4	33,3	24,3	20,8	0,0	0,0
Индивидуальные предприниматели	29,0	6,5	3,2	19,4	25,8	6,5	29,0	12,9	19,4	32,3	0,0
Самозанятые	45,9	21,6	37,8	37,8	0,0	5,4	27,0	5,4	8,1	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	50,0	20,8	4,2	12,5	0,0	20,8	37,5	8,3	20,8	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	4,9	12,6	11,5	24,7	12,1	17,0	29,7	20,3	17,6	0,0	0,0

Социально-демографические группы респондентов	Условия труда	Работа по специальности	Перспективы карьерного роста	Хорошая оплата труда	Социальный пакет	Территориальное расположение места работы	Коллектив	Стабильная работа	Руководство	Перспективы улучшения жилищных условий	Другое
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	34,7	19,4	10,7	8,7	10,2	32,1	39,8	28,6	17,9	0,0	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	51,0	66,7	23,5	3,9	17,6	45,1	15,7	17,6	2,0	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	16,9	25,3	14,5	32,5	1,2	25,3	26,5	15,7	37,3	12,0	0,0

Табл. 19. Распределение ответов на вопрос: «Если вас не устраивает работа, то по каким причинам?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Низкая зарплата	Нет возможности улучшить жилищные условия	Отсутствие карьерных перспектив	Малый объем социального пакета	Территориальное расположение места работы	Работа не по специальности	Неудобный режим работы	Условия труда	Коллектив	Руководство	Здоровье не позволяет	Другое
Мужчины	93,4	46,1	60,5	18,4	5,3	6,6	2,6	25,0	6,6	1,3	93,4	46,1
Женщины	92,7	65,6	51,0	22,9	14,6	10,4	9,4	5,2	14,6	0,0	92,7	65,6
14-17 лет	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
18-21 лет	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
22-26 лет	85,2	55,7	36,1	19,7	3,3	9,8	0,0	13,1	13,1	1,6	85,2	55,7
27-35 лет	98,2	58,2	66,4	21,8	14,5	7,3	10,0	14,5	10,0	0,0	98,2	58,2
Жители городов	91,9	60,3	49,3	22,8	13,2	8,8	8,1	9,6	14,0	0,7	91,9	60,3
Жители сельских населенных пунктов	97,2	44,4	77,8	13,9	0,0	8,3	0,0	30,6	0,0	0,0	97,2	44,4
Учащиеся школы	93,5	56,2	55,6	20,7	10,7	8,9	6,5	14,2	11,2	0,6	93,5	56,2
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Работают	100,0	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
Занимаются бизнесом	36,4	27,3	27,3	18,2	9,1	63,6	0,0	0,0	0,0	0,0	36,4	27,3
Другой род деятельности	100,0	100,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
Основное общее образование	97,0	51,5	6,1	6,1	0,0	0,0	0,0	24,2	24,2	0,0	97,0	51,5
Общее среднее образование	96,8	60,0	71,2	24,8	12,8	6,4	8,8	12,8	8,8	0,8	96,8	60,0
Среднее профессиональное образование	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Высшее образование	97,5	58,8	58,1	21,9	10,6	5,0	6,9	15,0	11,9	0,6	97,5	58,8
Не работают, но подрабатывают	50,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	100,0
Работают по найму	100,0	66,7	66,7	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	66,7
Индивидуальные предприниматели	100,0	55,6	50,0	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	55,6
Самозанятые	98,0	82,0	48,0	30,0	28,0	0,0	22,0	0,0	22,0	0,0	98,0	82,0
Денег хватает только на продукты	97,5	44,3	74,7	12,7	5,1	10,1	0,0	30,4	10,1	1,3	97,5	44,3

Социально-демографические группы респондентов	Низкая зарплата	Нет возможности улучшить жилищные условия	Отсутствие карьерных перспектив	Малый объем социального пакета	Территориальное расположение места работы	Работа не по специальности	Неудобный режим работы	Условия труда	Коллектив	Руководство	Здоровье не позволяет	Другое
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	61,9	42,9	9,5	47,6	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	61,9	42,9
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	75,0	75,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	75,0	75,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	93,4	46,1	60,5	18,4	5,3	6,6	2,6	25,0	6,6	1,3	93,4	46,1
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	92,7	65,6	51,0	22,9	14,6	10,4	9,4	5,2	14,6	0,0	92,7	65,6

Табл. 20. Распределение ответов на вопрос: «Если Вы вдруг потеряете работу, легко ли Вам будет найти равноценную работу?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Смогут найти работу лучше, чем нынешняя	Легко смогут найти равноценную работу	С небольшими усилиями найдут равноценную работу	Это практически невозможно	Загруднились ответить
Мужчины	22,2	19,2	43,1	10,8	4,7
Женщины	10,8	29,2	29,2	21,7	9,1
14-17 лет	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
18-21 лет	5,9	23,5	29,4	5,9	35,3
22-26 лет	24,9	19,2	31,1	18,6	6,2
27-35 лет	13,8	26,2	38,0	15,9	6,1
Жители городов	16,0	23,7	36,0	16,5	7,8
Жители сельских населенных пунктов	17,6	26,4	35,8	15,7	4,5
Работают	17,3	20,7	38,2	16,7	7,1
Занимаются бизнесом	0,0	80,0	8,6	8,6	2,8
Другой род деятельности	12,5	50,0	6,3	18,8	12,4
Основное общее образование	36,8	15,8	26,3	15,8	5,3
Общее среднее образование	7,7	38,5	38,5	15,3	0,0
Среднее профессиональное	8,4	31,6	38,7	9,7	11,6
Высшее образование	18,2	22,1	35,5	18,4	5,8
Не работают, но подрабатывают	38,9	0,0	61,1	0,0	0,0
Работают по найму	17,3	23,5	34,5	18,0	6,7
Индивидуальные предприниматели	3,0	45,5	33,3	12,1	6,1
Самозанятые	2,5	30,0	50,0	2,5	15,0
Денег хватает только на продукты	23,8	23,8	26,2	23,8	2,4
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	15,5	8,2	53,0	17,2	6,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	18,2	29,1	21,8	20,4	10,5
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	22,1	32,4	36,8	5,9	2,8
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	4,7	46,5	39,5	5,8	3,5

Табл. 21. Досуговые предпочтения в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Слушают музыку	Проводят время с семьей	Смотрят фильмы и сериалы	Проводят время с друзьями	Занимаются шопингом	Занимаются спортом	Читают худ. литературу	Занимаются творчеством	Ходят в бары, кафе, клубы	Играют в комп. игры	Читают журналы, газеты	Ходят в театры, музеи	Посещают храм	Путешествуют	Занимаются рукоделием	Занимаются волонтерством	Занимаются своей внешностью	Смотрят посты в соцсетях	Занимаются самообразованием	Посещают внеучебные мероприятия	Играют в интеллект. игры	Другое
Мужчины	27,8	38,6	47,3	37,5	13,5	22,2	15,1	27,2	1,4	20,5	5,4	9,7	1,2	17,2	6,2	20,5	4,4	21,8	7,7	8,9	3,1	1,0
Женщины	26,7	45,5	52,6	37,9	14,9	20,8	18,9	32,0	4,4	8,8	2,1	6,3	2,9	9,0	10,9	15,8	9,7	26,5	8,4	5,7	3,4	2,7
14-17 лет	29,1	37,7	48,0	52,6	16,6	26,9	17,1	40,0	0,0	13,1	5,1	10,3	2,3	13,7	2,9	30,3	9,7	14,3	4,6	10,9	0,0	0,0
18-21 лет	42,1	28,9	57,2	44,0	22,0	24,5	15,7	32,1	3,1	13,8	6,3	3,8	3,1	8,8	5,0	18,9	10,1	21,4	5,0	11,9	1,3	0,0
22-26 лет	34,0	48,2	58,9	49,7	10,7	27,9	26,4	37,6	7,1	15,2	1,5	8,1	6,1	12,7	12,2	12,2	7,1	31,0	16,8	3,6	10,7	0,0
27-35 лет	19,3	45,3	44,9	26,0	12,3	16,2	13,7	22,3	2,1	15,0	3,3	8,4	0,0	14,3	10,2	16,0	5,3	25,8	6,8	6,1	2,1	3,7
Жители городов	29,5	42,5	49,6	38,6	14,9	21,7	18,8	32,5	3,6	13,3	4,5	8,5	2,3	14,2	9,7	19,7	8,5	25,4	8,5	7,2	4,1	1,9
Жители сельских НП	18,7	40,6	51,1	34,2	11,4	20,5	10,0	18,7	0,0	19,2	0,9	5,9	0,9	8,7	4,1	12,3	1,8	19,6	6,4	7,8	0,0	1,4
Учащиеся школы	30,8	39,3	35,9	59,8	17,9	21,4	17,1	40,2	0,0	12,8	7,7	12,8	0,0	17,9	2,6	39,3	6,8	13,7	6,8	12,0	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	37,4	30,6	60,4	41,4	20,3	28,4	18,0	33,8	1,4	16,7	5,0	4,1	4,5	9,5	5,9	14,0	12,2	19,8	5,0	12,6	1,4	0,0
Работают	23,5	45,9	49,4	30,5	10,9	17,6	17,5	27,1	3,8	15,2	2,9	8,7	1,7	13,5	10,4	17,0	5,4	25,3	8,9	5,1	4,8	2,9
Занимаются бизнесом	31,4	34,3	31,4	60,0	31,4	57,1	5,7	11,4	2,9	2,9	0,0	2,9	0,0	2,9	2,9	0,0	5,7	34,3	5,7	2,9	0,0	0,0
Другой род деятельности	5,9	82,4	70,6	64,7	0,0	5,9	5,9	35,3	5,9	0,0	0,0	5,9	0,0	29,4	23,5	5,9	11,8	88,2	29,4	0,0	0,0	0,0
Основное общее образование	10,5	0,0	5,3	52,6	10,5	26,3	0,0	42,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	42,1	26,3	15,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Общее среднее образование	46,2	23,1	30,8	15,4	7,7	15,4	7,7	38,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7	7,7	15,4	7,7	0,0	15,4	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	23,1	50,6	59,0	24,4	9,0	27,6	19,2	30,1	5,1	10,3	1,3	9,6	5,1	10,9	19,9	13,5	5,8	29,5	11,5	1,3	5,8	0,0
Высшее образование	23,4	47,1	48,1	35,1	12,6	16,7	16,7	24,6	3,7	16,3	3,3	8,5	0,6	14,9	7,9	15,9	4,5	27,5	9,1	5,8	4,3	3,7
Не работают, но подрабатывают	0,0	57,9	5,3	36,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	23,2	46,7	50,8	29,4	10,9	15,0	18,0	27,1	3,8	14,4	2,9	8,2	1,8	13,7	11,9	15,8	5,9	28,3	8,5	5,4	3,8	3,1
ИП	30,3	30,3	24,2	84,8	33,3	63,6	3,0	9,1	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,0	30,3	3,0	3,0	0,0	0,0	
Самозанятые	32,5	45,0	62,5	40,0	10,0	57,5	15,0	45,0	10,0	27,5	2,5	22,5	0,0	25,0	0,0	35,0	5,0	22,5	30,0	0,0	20,0	0,0

Социально-демографические группы респондентов	Слушают музыку	Проводят время с семьей	Смотрят фильмы и сериалы	Проводят время с друзьями	Занимаются шопингом	Занимаются спортом	Читают худ. литературу	Занимаются творчеством	Ходят в бары, кафе, клубы	Играют в комп. игры	Читают журналы, газеты	Ходят в театры, музеи	Посещают храм	Путешествуют	Занимаются рукоделием	Занимаются волонтерством	Занимаются своей внешностью	Смотрят посты в соцсетях	Занимаются самообразованием	Посещают внеучебные мероприятия	Играют в интеллект. игры	Другое
Не хватает денег даже на продукты	24,6	67,2	59,0	37,7	16,4	11,5	23,0	24,6	0,0	24,6	0,0	0,0	11,5	11,5	29,5	13,1	0,0	44,3	23,0	24,6	11,5	0,0
Денег хватает только на продукты	13,8	45,1	38,4	20,5	10,8	16,8	15,5	25,9	0,0	4,0	1,0	2,0	2,4	3,0	8,1	19,2	9,4	17,2	0,0	1,7	0,0	6,4
Денег хватает на продукты и одежду, на более крупные покупки не хватает	29,9	37,5	54,6	41,5	9,1	16,8	13,7	29,6	5,8	22,6	3,7	13,1	0,0	17,4	9,1	16,8	5,5	34,5	3,4	2,4	2,4	0,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	50,0	59,4	72,9	72,9	28,1	47,9	41,7	47,9	11,5	22,9	21,9	21,9	0,0	32,3	11,5	17,7	12,5	25,0	19,8	14,6	11,5	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	31,4	32,2	46,7	39,5	18,8	25,3	12,3	28,4	0,0	11,1	1,1	5,0	2,7	12,3	2,3	19,9	6,1	14,2	15,3	13,0	3,1	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	27,8	38,6	47,3	37,5	13,5	22,2	15,1	27,2	1,4	20,5	5,4	9,7	1,2	17,2	6,2	20,5	4,4	21,8	7,7	8,9	3,1	1,0

Табл. 22. Распределение ответов на вопрос: «Вас устраивает или не устраивает то, как Вы проводите свободное время?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Полностью устраивает	Скорее устраивает, чем нет	Скорее не устраивает, чем устраивает	Совершенно не устраивает	Загруднились ответить
Мужчины	42,1	41,1	13,9	1,7	1,2
Женщины	41,1	40,2	10,9	4,4	3,4
14-17 лет	50,9	25,7	19,4	1,1	2,9
18-21 лет	59,1	21,4	13,2	2,5	3,8
22-26 лет	34,5	47,7	9,1	6,1	2,6
27-35 лет	35,7	49,0	10,9	2,7	1,7
Жители городов	40,8	40,3	13,6	2,7	2,6
Жители сельских населенных пунктов	44,7	42,0	7,8	4,6	0,9
Учащиеся школы	52,1	23,9	18,8	0,9	4,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	53,6	25,7	14,9	1,8	4,0
Работают	34,4	50,5	10,6	3,1	1,4
Занимаются бизнесом	82,9	11,4	2,9	2,8	0,0
Другой род деятельности	5,9	35,3	23,5	35,3	0,0
Основное общее образование	15,8	42,1	31,6	10,5	0,0
Общее среднее образование	76,9	15,4	0,0	7,7	0,0
Среднее профессиональное образование	36,5	42,3	15,4	5,8	0,0
Высшее образование	35,7	51,0	8,5	2,9	1,9
Не работают, но подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	35,5	48,4	11,6	2,9	1,6
Индивидуальные предприниматели	39,4	33,3	0,0	27,3	0,0
Самозанятые	60,0	32,5	7,5	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	41,0	27,9	31,1	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	44,8	38,4	16,2	0,3	0,3
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	26,5	53,7	10,4	7,6	1,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	42,7	47,9	6,3	2,1	1,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	56,7	27,2	8,4	1,5	6,2

Табл. 23. Распределение ответов на вопрос: «Если не устраивает, то что мешает Вам проводить досуг так, как Вы хотите?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Отсутствие подходящих мест проведения досуга	Недостаток свободного времени	Отсутствие друзей, раз- ляющих предпочтения	Недостаток средств
Мужчины	54,9	53,7	32,9	48,8
Женщины	44,7	60,0	28,2	74,1
14-17 лет	69,4	47,2	22,2	33,3
18-21 лет	30,8	34,6	53,8	50,0
22-26 лет	45,7	68,6	11,4	62,9
27-35 лет	48,6	64,3	35,7	80,0
Жители городов	52,1	60,7	28,6	62,1
Жители сельских населенных пунктов	37,0	37,0	40,7	59,3
Учащиеся школы	91,3	56,5	4,3	26,1
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	26,8	29,3	51,2	51,2
Работают	44,0	64,8	30,8	71,4
Занимаются бизнесом	50,0	50,0	50,0	50,0
Другой род деятельности	100,0	100,0	0,0	100,0
Основное общее образование	50,0	50,0	25,0	75,0
Общее среднее образование	0,0	0,0	100,0	0,0
Среднее профессиональное	69,7	93,9	3,0	72,7
Высшее образование	39,3	57,4	41,0	75,4
Работают по найму	44,0	64,8	30,8	71,4
Индивидуальные предприниматели	88,9	88,9	11,1	88,9
Самозанятые	100,0	100,0	0,0	100,0
Денег хватает только на продукты	100,0	57,9	0,0	57,9
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	22,4	61,2	40,8	65,3
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	66,1	67,8	28,8	57,6
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	50,0	50,0	25,0	75,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	31,3	31,3	37,5	62,5

Табл. 24. Распределение ответов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к городу / селу, где Вы сейчас живете?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Рады, что живут здесь	В целом довольны	Не нравится жить здесь	Другое	Затруднились ответить
Мужчины	34,4	48,1	14,1	0,0	3,4
Женщины	41,1	40,4	13,9	0,2	4,4
14-17 лет	37,7	24,0	29,1	0,6	8,6
18-21 лет	52,8	37,1	6,3	0,0	3,8
22-26 лет	48,2	37,6	9,6	0,0	4,6
27-35 лет	29,1	55,9	12,9	0,0	2,1
Жители городов	39,7	41,9	14,3	0,1	4,0
Жители сельских населенных пунктов	30,6	53,0	12,8	0,0	3,6
Учащиеся школы	35,9	22,2	34,2	0,0	7,7
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	50,0	35,1	9,0	0,0	5,9
Работают	32,1	52,9	12,3	0,0	2,7
Занимаются бизнесом	65,7	31,4	0,0	0,0	2,9
Другой род деятельности	52,9	5,9	35,3	5,9	0,0
Основное общее образование	15,8	63,2	5,3	5,3	10,4
Общее среднее образование	53,8	30,8	0,0	0,0	15,4
Среднее профессиональное образование	54,5	29,5	13,5	0,0	2,5
Высшее образование	28,3	57,2	12,4	0,0	2,1
Не работают, но подрабатывают	57,9	42,1	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	31,5	52,9	12,6	0,0	3,0
Индивидуальные предприниматели	42,4	30,3	24,2	3,1	0,0
Самозанятые	57,5	37,5	2,5	0,0	2,5
Денег хватает только на продукты	32,8	41,0	13,1	0,0	13,1
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	35,4	44,8	13,5	0,3	6,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	30,5	58,8	7,9	0,0	2,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	25,0	51,0	21,9	0,0	2,1
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	55,6	23,4	19,5	0,0	1,5

Табл. 25. Распределение ответов на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие годы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Нет, не планируют	Скорее нет, чем да	Скорее да, чем нет	Да, планируют	Затруднились ответить
Мужчины	46,3	25,1	11,6	12,9	4,1
Женщины	45,9	27,0	11,6	12,4	3,1
14-17 лет	33,1	21,7	20,6	24,0	0,6
18-21 лет	32,7	29,6	15,1	16,4	6,2
22-26 лет	41,6	24,4	17,8	9,6	6,6
27-35 лет	56,4	27,1	5,1	8,8	2,6
Жители городов	45,6	25,6	12,0	12,7	4,1
Жители сельских населенных пунктов	47,9	27,9	10,0	12,3	1,9
Учащиеся школы	29,9	12,0	22,2	35,0	0,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	34,7	32,9	15,8	10,4	6,2
Работают	52,1	26,5	8,3	10,1	3,0
Занимаются бизнесом	57,1	31,4	8,6	0,0	2,9
Другой род деятельности	52,9	5,9	17,6	11,8	11,8
Основное общее образование	31,6	57,9	0,0	10,5	0,0
Общее среднее образование	15,4	46,2	38,4	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	48,7	21,8	11,5	14,1	3,9
Высшее образование	55,2	26,0	7,2	8,5	3,1
Не работают, но подрабатывают	0,0	42,1	57,9	0,0	0,0
Работают по найму	57,0	25,8	5,7	8,5	3,0
Индивидуальные предприниматели	9,1	30,3	27,3	24,2	9,1
Самозанятые	42,5	22,5	12,5	20,0	2,5
Денег хватает только на продукты	36,1	6,6	29,5	16,4	11,4
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	50,8	32,7	10,4	5,4	0,7
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	54,0	26,2	7,9	10,4	1,5
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	37,5	25,0	14,6	17,7	5,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	36,4	23,4	12,3	21,1	6,8

Табл. 26. Распределение ответов на вопрос: «Планируете ли Вы переехать куда-нибудь из города / села, в котором живете сейчас в отдаленном будущем?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Нет, не планируют	Скорее нет, чем да	Скорее да, чем нет	Да, планируют	Затруднились ответить
Мужчины	48,1	15,8	10,4	16,6	9,1
Женщины	45,1	20,4	8,2	12,8	13,5
14-17 лет	32,0	9,7	20,0	24,6	13,7
18-21 лет	34,0	15,7	13,2	20,8	16,3
22-26 лет	46,7	17,3	10,7	10,2	15,1
27-35 лет	55,5	22,1	3,9	11,1	7,4
Жители городов	45,6	17,5	10,4	15,0	11,5
Жители сельских населенных пунктов	50,2	20,5	5,0	13,2	11,1
Учащиеся школы	28,2	10,3	28,2	32,5	0,8
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	35,1	14,0	10,8	14,9	25,2
Работают	54,0	19,6	6,0	12,4	8,0
Занимаются бизнесом	54,3	37,1	2,9	0,0	5,7
Другой род деятельности	23,5	29,4	0,0	5,9	41,2
Основное общее образование	47,4	0,0	36,8	10,5	5,3
Общее среднее образование	30,8	53,8	15,4	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	43,6	27,6	1,3	16,7	10,8
Высшее образование	57,0	18,6	5,6	10,5	8,3
Не работают, но подрабатывают	0,0	5,3	36,8	0,0	57,9
Работают по найму	57,4	20,9	5,2	9,8	6,7
Индивидуальные предприниматели	9,1	36,4	0,0	27,3	27,2
Самозанятые	52,5	12,5	2,5	32,5	0,0
Денег хватает только на продукты	62,3	0,0	13,1	13,1	11,5
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	57,6	17,2	12,8	3,4	9,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	54,6	17,4	4,9	12,5	10,6
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	18,8	26,0	7,3	30,2	17,7
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	30,7	21,5	10,7	24,9	12,2

Табл. 27. Причины переезда молодёжи в другие населенные пункты и регионы
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Получить образование, профессию	Обзавестись собственным жильем	Жить отдельно от родителей	Иметь высокий доход и материальное благополучие	Качественно проводить свободное время	Получать качественные медицинские услуги	Получить работу, сделать карьеру	Жить в благоприятной экологической обстановке	Чувствовать себя в безопасности	Другое	Загруднились ответить
Мужчины	58,5	17,6	31,5	59,3	23,2	16,2	52,5	4,8	8,7	0,4	4,8
Женщины	66,1	16,8	32,4	62,9	31,4	19,8	61,0	12,4	13,7	1,1	4,2
14-17 лет	70,9	11,4	30,3	58,9	15,4	18,9	58,3	15,4	20,6	0,0	0,6
18-21 лет	74,8	14,5	33,3	47,8	23,9	17,6	53,5	8,8	9,4	0,6	1,3
22-26 лет	71,1	20,8	36,0	62,4	29,4	22,8	63,5	11,2	10,2	3,6	3,0
27-35 лет	52,1	18,6	30,5	65,4	31,6	16,0	54,7	5,3	9,0	0,0	7,4
Жители городов	64,6	16,3	32,0	59,6	27,5	19,5	57,0	9,8	11,7	0,7	4,7
Жители сельских населенных пунктов	53,9	20,5	31,5	66,7	26,5	12,3	55,7	4,1	9,6	0,9	3,7
Учащиеся школы	70,9	14,5	31,6	55,6	14,5	21,4	59,8	22,2	29,1	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	74,3	11,3	32,9	53,2	24,8	17,6	57,2	9,5	8,1	0,0	1,4
Работают	57,7	20,7	32,1	67,3	31,4	18,1	55,4	6,1	9,8	0,3	6,7
Занимаются бизнесом	40,0	2,9	28,6	17,1	8,6	5,7	68,6	5,7	0,0	0,0	0,0
Другой род деятельности	70,6	5,9	23,5	52,9	29,4	23,5	58,8	5,9	5,9	35,3	0,0
Основное общее образование	31,6	21,1	10,5	94,7	36,8	0,0	31,6	10,5	21,1	0,0	0,0
Общее среднее образование	38,5	7,7	23,1	23,1	7,7	15,4	38,5	15,4	0,0	0,0	23,1
Среднее профессиональное	84,6	19,9	37,8	66,7	25,0	21,2	47,4	5,8	16,7	5,1	0,0
Высшее образование	50,2	19,6	30,8	63,8	32,2	17,2	60,1	5,8	6,8	0,0	7,9
Не работают, но подрабатывают	63,2	0,0	0,0	94,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	57,5	20,1	32,5	66,0	32,0	18,6	58,3	6,9	10,3	0,0	7,2
Индивидуальные предприниматели	33,3	6,1	6,1	12,1	6,1	27,3	66,7	0,0	3,0	24,2	0,0
Самозанятые	67,5	30,0	55,0	70,0	37,5	2,5	40,0	2,5	2,5	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	73,8	13,1	27,9	82,0	37,7	11,5	70,5	11,5	24,6	0,0	0,0

Социально-демографические группы респондентов	Получить образование, профессию	Обзавестись собственным жильем	Жить отдельно от родителей	Иметь высокий доход и материальное благополучие	Качественно проводить свободное время	Получать качественные медицинские услуги	Получить работу, сделать карьеру	Жить в благоприятной экологической обстановке	Чувствовать себя в безопасности	Другое	Затруднились ответить
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	57,2	16,8	26,3	63,6	21,5	28,3	53,5	8,4	5,7	0,0	5,7
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	61,3	23,2	33,5	61,3	30,5	9,8	53,7	3,4	12,2	2,4	2,1
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	56,3	14,6	37,5	68,8	39,6	8,3	49,0	13,5	15,6	0,0	5,2
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	69,0	11,9	35,2	50,2	23,0	21,8	64,0	13,0	11,5	0,0	6,9

Табл. 28. Причины, побуждающие остаться в родном городе / селе
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Живут родные и близкие	Материально тяжело переехать	Опасения, что не получится найти работу на новом месте	Боязнь перемен	Обустроенность на Родине	Есть достойная оплата труда или свое дело	Нравится жить в своем населенном пункте	Благоприятная экологическая обстановка	Затруднились ответить
Мужчины	50,0	25,9	23,2	24,3	21,4	9,7	33,4	9,1	4,4
Женщины	52,2	35,0	21,9	21,1	17,1	7,4	28,6	6,3	9,7
14-17 лет	59,4	38,9	25,7	13,7	18,3	4,6	34,9	2,3	1,7
18-21 лет	63,5	30,2	17,6	26,4	14,5	0,0	32,1	2,5	5,0
22-26 лет	69,5	46,7	22,3	38,1	11,7	8,1	7,1	0,0	11,7
27-35 лет	37,3	21,5	23,0	18,8	24,0	12,7	38,5	14,1	7,8
Жители городов	51,2	31,4	23,2	21,8	19,7	8,5	29,6	7,3	7,4
Жители сельских населенных пунктов	50,7	26,9	20,1	26,0	17,8	8,7	36,1	9,1	5,9
Учащиеся школы	64,1	35,0	27,4	14,5	22,2	0,0	33,3	0,0	0,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	60,4	36,5	18,5	23,9	14,9	3,6	32,0	3,6	4,1
Работают	45,7	28,5	22,5	24,4	19,9	11,7	32,1	8,1	8,7
Занимаются бизнесом	40,0	5,7	28,6	5,7	8,6	2,9	8,6	54,3	20,0
Другой род деятельности	70,6	47,1	29,4	35,3	52,9	23,5	5,9	0,0	0,0
Основное общее образование	63,2	36,8	10,5	15,8	5,3	0,0	26,3	0,0	0,0
Общее среднее образование	69,2	0,0	15,4	23,1	0,0	0,0	38,5	0,0	15,4
Среднее профессиональное	59,6	33,3	26,9	25,6	21,2	14,1	9,6	2,6	9,6
Высшее образование	40,7	26,6	22,5	23,4	20,9	11,4	36,4	13,2	9,1
Не работают, но подрабатывают	42,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	57,9	0,0	0,0
Работают по найму	45,9	27,5	24,7	25,5	22,2	13,2	30,2	8,7	8,3
Индивидуальные предприниматели	39,4	30,3	3,0	27,3	3,0	0,0	36,4	57,6	0,0
Самозанятые	55,0	45,0	25,0	5,0	12,5	0,0	12,5	0,0	32,5
Денег хватает только на продукты	52,5	39,3	29,5	37,7	21,3	31,1	14,8	0,0	1,6

Социально-демографические группы респондентов	Живут родные и близкие	Материально тяжело пережить	Опасения, что не получится найти работу на новом месте	Боязнь перемен	Обустроенность на Родине	Есть достойная оплата труда или свое дело	Нравится жить в своем населенном пункте	Благоприятная экологическая обстановка	Загрудились ответить
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	51,9	24,6	19,9	22,6	13,8	3,7	35,0	17,2	6,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	44,8	32,6	22,3	16,8	30,2	15,5	36,6	3,4	7,6
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	52,1	46,9	5,2	33,3	5,2	8,3	31,3	8,3	9,4
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	57,5	26,4	30,7	23,0	16,5	0,0	23,0	3,8	8,0

Табл. 29. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы оцениваете состояние своего здоровья?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Хорошее	Удовлетворительно	Плохое	Загруднились ответить
Мужчины	38,4	54,2	4,4	3,0
Женщины	32,4	56,2	6,5	4,9
14-17 лет	54,9	39,4	2,9	2,8
18-21 лет	37,1	53,5	6,3	3,1
22-26 лет	34,5	47,7	11,7	6,1
27-35 лет	28,5	64,1	3,7	3,7
Жители городов	33,7	56,8	5,6	3,9
Жители сельских населенных пунктов	41,6	49,3	5,0	4,1
Учащиеся школы	57,3	39,3	0,9	2,5
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	37,8	50,9	9,5	1,8
Работают	31,9	59,4	5,2	3,5
Занимаются бизнесом	25,7	42,9	2,9	28,5
Другой род деятельности	5,9	88,2	0,0	5,9
Основное общее образование	52,6	31,6	10,5	5,3
Общее среднее образование	38,5	46,2	7,7	7,6
Среднее профессиональное образование	28,2	64,1	5,8	1,9
Высшее образование	30,8	59,1	4,5	5,6
Не работают, но подрабатывают	94,7	0,0	0,0	5,3
Работают по найму	28,3	62,9	5,1	3,7
Индивидуальные предприниматели	30,3	36,4	3,0	30,3
Самозанятые	42,5	50,0	7,5	0,0
Денег хватает только на продукты	14,8	62,3	22,9	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	38,4	54,5	4,7	2,4
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	25,6	66,8	3,4	4,2
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	49,0	42,7	6,3	2,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	44,1	44,4	4,6	6,9

Табл. 30. Распределение ответов на вопрос: «Занимаетесь ли Вы регулярно каким-либо видом физической активности?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Нет, никогда ничем не занимались	Сейчас не занимаюсь, раньше занимался регулярно	Занимаюсь время от времени / нерегулярно	Занимаюсь регулярно
Мужчины	8,7	24,3	48,3	18,7
Женщины	11,8	30,5	38,1	19,6
14-17 лет	5,7	17,1	45,1	32,1
18-21 лет	12,6	24,5	47,8	15,1
22-26 лет	13,2	32,5	26,4	27,9
27-35 лет	10,0	29,9	47,5	12,6
Жители городов	10,9	26,7	43,6	18,8
Жители сельских населенных пунктов	7,8	30,1	41,6	20,5
Учащиеся школы	4,3	12,0	44,4	39,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	11,3	27,0	46,8	14,9
Работают	11,0	31,7	41,3	16,0
Занимаются бизнесом	2,9	11,4	60,0	25,7
Другой род деятельности	23,5	5,9	23,5	47,1
Основное общее образование	36,8	26,3	21,1	15,8
Общее среднее образование	0,0	23,1	53,8	23,1
Среднее профессиональное образование	14,7	31,4	31,4	22,5
Высшее образование	9,1	30,0	45,3	15,6
Не работают, но подрабатывают	36,8	0,0	57,9	5,3
Работают по найму	11,1	31,9	42,5	14,5
Индивидуальные предприниматели	0,0	9,1	60,6	30,3
Самозанятые	5,0	35,0	7,5	52,5
Денег хватает только на продукты	19,7	26,2	50,8	3,3
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	7,1	20,9	51,2	20,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	10,4	29,0	39,6	21,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	11,5	42,7	36,5	9,3
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	11,1	27,6	39,1	22,2

Табл. 31. Распределение ответов на вопрос: «Если Вы не занимаетесь спортом, то укажите по каким причинам?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Нет времени на занятия спортом	Состояние здоровья не позволяет	Нет необходимости в этом	Спортивные учреждения расположены далеко от дома	Нет денег на занятия спортом
Мужчины	62,6	14,0	23,4	23,4	14,0
Женщины	56,3	23,9	8,1	16,7	15,3
14-17 лет	82,5	37,5	0,0	12,5	12,5
18-21 лет	69,5	18,6	1,7	15,3	15,3
22-26 лет	42,2	17,8	15,6	18,9	27,8
27-35 лет	58,8	17,2	21,1	22,5	9,3
Жители городов	61,6	18,7	10,0	18,1	15,2
Жители сельских населенных пунктов	49,4	22,9	32,5	25,3	13,3
Учащиеся школы	89,5	63,2	0,0	5,3	5,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	69,4	15,3	0,0	21,2	21,2
Работают	52,7	18,6	20,8	20,4	13,6
Занимаются бизнесом	80,0	0,0	0,0	20,0	20,0
Другой род деятельности	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Основное общее образование	25,0	8,3	58,3	16,7	16,7
Общее среднее образование	66,7	0,0	0,0	33,3	33,3
Среднее профессиональное образование	68,1	11,1	0,0	11,1	22,2
Высшее образование	50,5	21,3	25,2	23,3	9,9
Не работают, но подрабатывают	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Работают по найму	54,0	19,0	19,4	20,5	13,3
Индивидуальные предприниматели	66,7	0,0	0,0	33,3	33,3
Самозанятые	75,0	12,5	0,0	18,8	18,8
Денег хватает только на продукты	75,0	3,6	0,0	25,0	25,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	63,9	13,3	0,0	16,9	26,5
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	65,9	27,1	18,6	20,9	8,5
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	36,5	17,3	13,5	32,7	11,5
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	53,5	20,8	26,7	11,9	11,9

Табл. 32. Отношение молодёжи к курению в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Считают недопустимой вредной привычкой, не курят	Считают вредной привычкой, но курят	Не считают вредной привычкой	Затруднились ответить
Мужчины	64,5	25,3	0,8	9,4
Женщины	67,6	20,6	2,7	9,1
14-17 лет	75,4	17,7	0,0	6,9
18-21 лет	71,7	18,2	3,1	7,0
22-26 лет	58,9	23,9	0,0	17,2
27-35 лет	63,9	25,8	2,5	7,8
Жители городов	67,0	22,0	2,1	8,9
Жители сельских населенных пунктов	62,6	26,5	0,5	10,4
Учащиеся школы	79,5	17,1	0,0	3,4
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	71,6	18,5	2,3	7,6
Работают	62,0	25,6	2,0	10,4
Занимаются бизнесом	71,4	25,7	0,0	2,9
Другой род деятельности	47,1	11,8	0,0	41,1
Основное общее образование	73,7	15,8	0,0	10,5
Общее среднее образование	76,9	0,0	0,0	23,1
Среднее профессиональное образование	68,6	23,1	0,6	7,7
Высшее образование	59,3	26,9	2,3	11,5
Не работают, но подрабатывают	36,8	57,9	0,0	5,3
Работают по найму	62,1	25,0	2,1	10,8
Индивидуальные предприниматели	72,7	3,0	0,0	24,3
Самозанятые	65,0	32,5	0,0	2,5
Денег хватает только на продукты	72,1	27,9	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	60,6	33,0	0,3	6,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	68,0	16,5	0,3	15,2
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	71,9	12,5	11,5	4,1
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	66,3	22,2	1,9	9,6

Табл. 33. Отношение молодёжи к употреблению алкоголя в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Считают недопустимой вредной привычкой, не употребляют алкоголь	Считают допустимым употребление пива и слабоалк. напитков	Считают возможным умеренное употребление по праздникам	Не считают вредной привычкой	Загруднились ответить
Мужчины	42,9	11,0	35,7	3,9	6,5
Женщины	47,6	14,7	24,8	4,0	8,9
14-17 лет	61,7	17,7	14,9	1,7	4,0
18-21 лет	50,3	17,0	25,8	2,5	4,4
22-26 лет	41,6	14,2	22,8	11,7	9,7
27-35 лет	39,5	9,4	39,6	2,1	9,4
Жители городов	46,5	13,1	28,9	5,0	6,5
Жители сельских населенных пунктов	40,6	11,9	35,2	0,0	12,3
Учащиеся школы	70,1	18,8	8,5	1,7	0,9
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	48,2	16,7	27,9	3,2	4,0
Работают	38,8	10,1	36,5	4,8	9,8
Занимаются бизнесом	62,9	22,9	11,4	2,8	0,0
Другой род деятельности	47,1	5,9	5,9	0,0	41,1
Основное общее образование	63,2	15,8	10,5	5,3	5,2
Общее среднее образование	46,2	7,7	23,1	15,4	7,6
Среднее профессиональное	56,4	5,1	30,1	0,6	7,8
Высшее образование	34,3	12,2	37,0	5,4	11,1
Не работают, но подрабатывают	36,8	0,0	0,0	0,0	63,2
Работают по найму	38,6	11,4	36,6	5,1	8,3
Индивидуальные предприниматели	63,6	3,0	9,1	0,0	24,3
Самозаняты	47,5	10,0	40,0	2,5	0,0
Денег хватает только на продукты	59,0	1,6	26,2	13,2	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	40,4	14,1	33,0	3,7	8,8
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	33,2	14,9	36,6	3,4	11,9
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	60,4	11,5	25,0	1,0	2,1
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	57,1	11,9	21,8	3,8	5,4

Табл. 34. Распределение ответов на вопрос: «Что из перечисленного Вы делаете регулярно?»
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Проводят время на свежем воздухе	Занимаются в фитнес-клубе, тренажерном зале, бассейне	Занимаются в спортивной секции	Тренируются дома	Спят не менее 8 часов в сутки	Придерживаются принципов здорового питания	Ограничивают время, проводимое за компьютером	Соблюдают режим дня	Соблюдают рекомендации врача	Не курят, не используют вейп	Не употребляют алкоголь
Мужчины	60,6	6,4	15,6	22,8	31,9	14,7	6,4	27,4	15,3	40,5	22,2
Женщины	60,8	6,1	11,0	21,7	30,9	16,6	8,0	23,6	20,8	47,4	30,1
14-17 лет	65,1	6,9	24,6	36,0	36,6	20,6	10,9	26,9	25,1	57,1	47,4
18-21 лет	69,2	9,4	21,4	22,0	32,7	13,2	11,9	20,8	15,1	39,0	23,9
22-26 лет	76,1	7,1	14,2	21,3	22,3	12,2	6,1	20,3	13,7	34,5	17,8
27-35 лет	50,6	4,7	6,6	18,0	32,6	16,0	4,9	28,5	18,2	44,7	22,9
Жители городов	61,2	5,9	13,1	21,7	30,1	15,5	8,0	24,5	19,8	45,5	26,5
Жители сельских населенных пунктов	58,9	7,3	14,2	24,2	36,1	16,0	4,1	29,2	11,4	38,4	25,1
Учащиеся школы	63,2	6,8	26,5	43,6	36,8	17,1	13,7	32,5	29,1	54,7	50,4
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	66,7	8,6	22,1	21,6	31,1	18,0	8,1	18,5	15,3	46,8	27,5
Работают	58,3	5,7	8,6	19,9	31,4	15,6	6,3	26,4	17,6	39,9	20,7
Занимаются бизнесом	54,3	2,9	8,6	2,9	28,6	2,9	0,0	31,4	2,9	65,7	28,6
Другой род деятельности	70,6	0,0	0,0	11,8	0,0	0,0	0,0	23,5	23,5	47,1	47,1
Основное общее образование	78,9	0,0	21,1	5,3	5,3	5,3	0,0	10,5	0,0	15,8	5,3
Общее среднее образование	46,2	15,4	30,8	7,7	15,4	7,7	7,7	23,1	0,0	38,5	15,4
Среднее профессиональное образование	61,5	14,7	14,1	26,9	34,6	12,8	9,6	18,6	12,8	46,2	35,3
Высшее образование	57,0	2,5	5,6	17,2	30,6	15,7	4,8	29,7	19,4	40,9	18,4
Не работают, но подрабатывают	42,1	57,9	0,0	57,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	59,0	2,8	7,5	19,6	32,8	15,0	5,1	27,9	18,0	42,5	24,7
Индивидуальные предприниматели	57,6	0,0	6,1	3,0	6,1	3,0	0,0	33,3	27,3	42,4	3,0
Самозанятые	57,5	25,0	27,5	2,5	30,0	25,0	25,0	12,5	2,5	42,5	2,5
Денег хватает только на продукты	29,5	0,0	3,3	24,6	27,9	26,2	0,0	29,5	11,5	70,5	44,3

Социально-демографические группы респондентов	Проводят время на свежем воздухе	Занимаются в фитнес-клубе, тренажерном зале, бассейне	Занимаются в спортивной секции	Тренируются дома	Спят не менее 8 часов в сутки	Придерживаются принципов здорового питания	Ограничивают время, проводимое за компьютером	Соблюдают режим дня	Соблюдают рекомендации врача	Не курят, не используют вейп	Не употребляют алкоголь
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	55,6	9,8	8,4	22,9	29,0	13,8	11,8	17,2	23,2	32,0	18,9
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	71,0	3,7	14,0	21,6	39,3	14,3	2,4	28,7	11,3	47,9	22,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	54,2	8,3	16,7	25,0	28,1	24,0	0,0	20,8	28,1	45,8	19,8
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	63,2	6,1	19,2	20,7	26,1	13,8	12,3	31,8	18,4	46,0	37,9

Табл. 35. Распределение ответов на вопрос: «Интересуетесь ли Вы политическими событиями, которые происходят в России?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Да, интересуется	Скорее интересуется	Скорее не интересуется	Не интересуется совсем
Мужчины	28,4	32,4	26,1	13,1
Женщины	12,8	38,9	37,9	10,4
14-17 лет	16,0	30,3	37,7	16,0
18-21 лет	20,1	28,3	39,0	12,6
22-26 лет	18,3	31,0	37,1	13,6
27-35 лет	23,0	41,6	26,0	9,4
Жители городов	17,7	37,7	32,8	11,8
Жители сельских населенных пунктов	31,1	27,9	29,2	11,8
Учащиеся школы	17,1	23,9	45,3	13,7
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	17,1	29,7	36,9	16,3
Работают	22,7	41,4	25,5	10,4
Занимаются бизнесом	22,9	8,6	60,0	8,5
Другой род деятельности	0,0	29,4	70,6	0,0
Основное общее образование	5,3	68,4	21,1	5,2
Общее среднее образование	23,1	38,5	15,4	23,0
Среднее профессиональное образование	17,3	32,1	40,4	10,2
Высшее образование	24,2	40,7	25,2	9,9
Не работают, но подрабатывают	0,0	94,7	5,3	0,0
Работают по найму	22,1	39,5	27,3	11,1
Индивидуальные предприниматели	3,0	9,1	81,8	6,1
Самозанятые	50,0	37,5	10,0	2,5
Денег хватает только на продукты	3,3	39,3	57,4	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	18,9	43,8	23,2	14,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	24,1	40,5	28,7	6,7
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	21,9	35,4	35,4	7,3
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	21,5	19,5	39,1	19,9

Табл. 36. Распределение ответов на вопросы: «Приходилось ли Вам в течение последнего года слышать о каких-либо мероприятиях, акциях, программах для молодёжи, проводимых в Вашем городе / районе?» и «За последний год Вы принимали или не принимали участие в каких-либо мероприятиях в сфере молодежной политики?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных *

Социально-демографические группы респондентов	Слышали о мероприятиях, акциях, программах	Принимали участие в мероприятиях в сфере молодежной политики
Мужчины	31,3	37,1
Женщины	27,8	25,0
14-17 лет	28,6	28,6
18-21 лет	11,3	8,2
22-26 лет	32,0	30,5
27-35 лет	34,6	39,1
Жители городов	29,5	29,1
Жители сельских населенных пунктов	29,7	37,9
Учащиеся школы	37,6	45,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	9,5	2,7
Работают	33,1	37,7
Занимаются бизнесом	48,6	48,6
Другой род деятельности	58,8	5,9
Основное общее образование	5,3	36,8
Общее среднее образование	7,7	7,7
Среднее профессиональное образование	27,6	34,6
Высшее образование	38,4	39,1
Не работают, но подрабатывают	0,0	36,8
Работают по найму	38,4	39,4
Индивидуальные предприниматели	3,0	3,0
Самозанятые	17,5	37,5
Денег хватает только на продукты	31,1	26,2
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	50,5	45,1
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	29,9	40,2
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	8,3	7,3
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	12,6	13,0

* В таблице приведены доли положительных ответов на каждый вопрос.

Табл. 37. Удовлетворённость качеством реализуемых мероприятий в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Полностью удовлетворены	Скорее удовлетворены, чем не удовлетворены	Скорее не удовлетворены, чем удовлетворены	Полностью не удовлетворены	Затруднились ответить
Мужчины	55,2	36,5	8,3	0,0	0,0
Женщины	61,8	38,2	0,0	0,0	0,0
14-17 лет	68,0	32,0	0,0	0,0	0,0
18-21 лет	84,6	15,4	0,0	0,0	0,0
22-26 лет	38,3	61,7	0,0	0,0	0,0
27-35 лет	59,5	32,5	8,0	0,0	0,0
Жители городов	55,8	41,7	2,5	0,0	0,0
Жители сельских населенных пунктов	63,9	24,1	12,0	0,0	0,0
Учащиеся школы	69,8	30,2	0,0	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают	51,2	42,3	6,5	0,0	0,0
Занимаются бизнесом	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Другой род деятельности	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Основное общее образование	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Общее среднее образование	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное	70,4	29,6	0,0	0,0	0,0
Высшее образование	52,0	40,1	7,9	0,0	0,0
Не работают и не подрабатывают	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Не работают, но подрабатывают	56,4	36,9	6,7	0,0	0,0
Работают по найму	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Индивидуальные предприниматели	46,7	53,3	0,0	0,0	0,0
Самозанятые	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Не хватает денег даже на продукты	77,6	22,4	0,0	0,0	0,0
Денег хватает только на продукты	49,2	38,6	12,2	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	52,9	47,1	0,0	0,0	0,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	55,2	36,5	8,3	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	61,8	38,2	0,0	0,0	0,0

Табл. 38. Распределение ответов на вопрос: «Если не принимали участие, то почему?»
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Мероприятия скучные	Не интересно	Нет креатива при организации мероприятий	Неудобное время проведения	Неудобное место проведения	Отсутствие зрелищности	Отсутствие информационного сопровождения мероприятий	Отсутствие подходящей компании для посещения	Отсутствие свободного времени	Затруднились ответить
Мужчины	9,2	32,2	19,3	19,0	14,4	8,3	12,6	17,5	39,9	16,6
Женщины	12,9	19,3	11,2	12,2	17,3	5,3	17,8	16,0	29,4	26,1
14-17 лет	16,0	40,0	32,8	25,6	16,0	13,6	8,0	16,0	32,8	27,2
18-21 лет	11,0	30,1	6,2	13,0	9,6	6,2	14,4	22,6	34,2	23,3
22-26 лет	13,1	22,6	10,2	9,5	11,7	4,4	24,1	22,6	22,6	21,9
27-35 лет	8,7	17,9	13,8	14,7	20,8	5,1	15,1	11,5	39,7	18,9
Жители городов	11,5	23,8	15,9	15,6	17,5	6,3	18,0	17,5	34,4	20,0
Жители сельских населенных пунктов	10,3	30,9	10,3	14,0	9,6	8,1	4,4	13,2	33,1	29,4
Учащиеся школы	17,2	37,5	43,8	32,8	23,4	20,3	6,3	21,9	25,0	31,3
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	14,4	35,6	10,6	14,4	10,6	6,9	13,9	19,9	35,6	19,9
Работают	7,6	19,0	13,3	12,6	16,0	4,7	17,5	15,3	36,5	22,7
Занимаются бизнесом	11,1	16,7	5,6	5,6	66,7	5,6	11,1	5,6	5,6	5,6
Другой род деятельности	37,5	0,0	6,3	37,5	0,0	0,0	25,0	0,0	25,0	6,3
Основное общее образование	8,3	8,3	16,7	8,3	8,3	8,3	8,3	25,0	33,3	33,3
Общее среднее образование	0,0	41,7	8,3	8,3	25,0	8,3	25,0	16,7	41,7	16,7
Среднее профессиональное	15,7	5,9	9,8	9,8	6,9	2,0	37,3	26,5	41,2	8,8
Высшее образование	7,0	21,7	13,7	14,6	21,0	5,1	11,1	9,9	32,5	25,2
Не работают, но подрабатывают	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	91,7	8,3

Социально-демографические группы респондентов	Мероприятия скучные	Не интересно	Нет креатива при организации мероприятий	Неудобное время проведения	Неудобное место проведения	Отсутствие зрелищности	Отсутствие информационного сопровождения мероприятий	Отсутствие подходящей компании для посещения	Отсутствие свободного времени	Затруднились ответить
Работают по найму	7,3	19,4	12,4	13,2	17,0	5,1	17,8	15,9	34,8	23,7
Индивидуальные предприниматели	31,3	6,3	6,3	28,1	34,4	3,1	0,0	3,1	25,0	3,1
Самозанятые	8,0	24,0	32,0	0,0	12,0	0,0	44,0	12,0	20,0	16,0
Денег хватает только на продукты	17,8	20,0	17,8	0,0	0,0	0,0	42,2	35,6	17,8	2,2
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	3,7	16,0	11,0	20,9	19,6	6,1	20,2	18,4	39,3	16,6
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	11,7	21,4	16,8	12,8	8,7	4,6	11,7	16,3	40,8	30,1
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	27,0	28,1	29,2	32,6	32,6	7,9	28,1	22,5	42,7	7,9
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	8,8	34,8	9,7	9,7	16,3	9,7	4,8	9,7	24,7	27,8

Табл. 39. Распределение ответов на вопрос: «Приходилось ли Вам за последние 12 месяцев ...»
в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных *

Социально-демографические группы респондентов	Социально-демографические группы респондентов											
	Заниматься волонтерской деятельностью	Участвовать в сборах гум. помощи пострадавшим от стихийных бедствий	Участвовать в работе школьного / студенческого актива	Участвовать в сборах гум. помощи для новых регионов России, для участников СВО	Жертвовать деньги на общественно полезные цели	Подавать милостыню	Принимать участие в собрании какого-либо общества / клуба	Подписывать коллективные обращения	Участвовать в митинге, шествии, пикете, забастовке	Обращаться с запросами в исполнительные органы власти	Обращаться с запросами в законодательные органы власти	Обращаться в прокуратуру, в суд
Мужчины	66,4	52,5	55,2	70,8	57,7	39,0	58,5	20,3	13,9	11,6	10,0	11,8
Женщины	58,5	51,6	48,2	61,5	49,1	38,7	48,0	12,0	5,7	10,1	6,7	8,4
14-17 лет	64,6	48,6	86,3	57,7	37,7	18,3	60,6	21,7	12,0	6,3	5,7	4,0
18-21 лет	60,4	50,9	71,7	54,1	52,8	29,6	56,6	15,1	23,3	12,6	13,8	11,9
22-26 лет	50,3	37,1	27,9	54,8	52,3	32,5	44,2	11,7	6,1	10,2	3,0	13,7
27-35 лет	67,0	59,4	42,8	77,1	59,4	51,2	53,1	16,2	6,3	12,1	9,6	10,2
Жители городов	63,1	50,4	53,0	64,6	53,6	38,0	53,3	16,3	9,7	10,7	7,6	9,8
Жители сельских населенных пунктов	59,8	58,4	46,6	72,1	52,5	42,0	53,0	15,5	10,0	11,4	11,0	11,0
Учащиеся школы	73,5	54,7	92,3	60,7	41,0	17,1	65,0	20,5	8,5	0,9	0,0	0,0
Студенты учреждений СПО и ВУЗов	54,5	47,7	72,5	53,6	46,8	27,0	53,2	17,6	21,2	12,6	14,0	11,3
Работают	63,3	51,5	39,1	70,2	58,3	43,9	50,6	14,6	6,9	11,5	8,6	12,3
Занимаются бизнесом	85,7	82,9	40,0	88,6	65,7	80,0	82,9	8,6	0,0	22,9	0,0	0,0
Другой род деятельности	5,9	47,1	5,9	64,7	11,8	64,7	11,8	41,2	0,0	5,9	0,0	0,0
Основное общее образование	73,7	52,6	36,8	78,9	31,6	5,3	36,8	5,3	0,0	0,0	36,8	0,0
Общее среднее образование	61,5	53,8	46,2	61,5	46,2	30,8	53,8	15,4	7,7	0,0	0,0	0,0
Среднее профессиональное образование	57,7	42,3	42,9	59,0	54,5	49,4	50,0	25,0	1,9	9,6	7,1	18,6
Высшее образование	64,3	56,2	36,8	74,6	59,7	47,1	52,1	12,2	7,9	13,4	7,4	9,9

Социально-демографические группы респондентов	Заниматься волонтерской деятельностью	Участвовать в сборах гум. помощи пострадавшим от стихийных бедствий	Участвовать в работе школьного / студенческого актива	Участвовать в сборах гум. помощи для новых регионов России, для участников СВО	Жертвовать деньги на общественно полезные цели	Подавать милостыню	Принимать участие в собрании какого-либо общества / клуба	Подписывать коллективные обращения	Участвовать в митинге, шествии, пикете, забастовке	Обращаться с запросами в исполнительные органы власти	Обращаться с запросами в законодательные органы власти	Обращаться в прокуратуру, в суд
Не работают, но подрабатывают	36,8	94,7	0,0	42,1	57,9	63,2	5,3	5,3	0,0	5,3	94,7	0,0
Работают по найму	63,2	51,8	37,1	76,1	58,7	47,9	52,0	16,7	7,0	12,1	6,2	10,3
Индивидуальные предприниматели	69,7	60,6	69,7	42,4	45,5	33,3	42,4	3,0	0,0	3,0	0,0	0,0
Самозанятые	67,5	45,0	50,0	30,0	50,0	22,5	70,0	2,5	5,0	20,0	0,0	42,5
Денег хватает только на продукты	18,0	47,5	31,1	42,6	26,2	55,7	6,6	18,0	0,0	0,0	0,0	26,2
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	66,7	50,8	36,7	75,1	63,3	46,5	58,6	20,5	7,7	7,4	6,4	0,3
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	67,7	50,0	56,1	72,6	59,1	29,6	62,2	16,8	11,0	15,5	8,2	12,8
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	54,2	56,3	53,1	36,5	51,0	35,4	39,6	0,0	4,2	11,5	18,8	11,5
Денег достаточно, чтобы купить все, что считают нужным	64,4	55,6	67,4	64,4	42,1	39,1	51,7	15,7	14,9	11,1	8,8	13,4

* В таблице приведены доли респондентов, которым приходилось заниматься каждым из видов деятельности.

Табл. 40. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, почему молодые люди не принимают активного участия в общественной и политической жизни?» в различных социально-демографических группах респондентов, % от числа опрошенных

Социально-демографические группы респондентов	Считают, что политика не для рядовых граждан	Плохо разбираются в политике, не знают, как действуют органы власти	Нет времени заниматься этим	Не верят в возможность изменений	Не интересуются политикой	Боятся преследования со стороны властей	Другое	Затруднились ответить
Мужчины	13,9	33,6	18,0	43,2	45,4	20,1	0,0	5,0
Женщины	21,5	34,1	13,3	41,0	30,9	20,6	0,2	9,1
14-17 лет	23,4	30,3	23,4	32,6	26,3	13,7	0,6	13,1
18-21 лет	22,6	26,4	18,9	32,7	35,8	1,3	0,0	13,2
22-26 лет	19,8	49,2	14,2	39,1	44,2	26,9	0,0	3,6
27-35 лет	13,5	31,4	12,5	49,4	40,4	26,0	0,0	4,5
Жители городов	17,8	33,3	17,5	42,7	34,7	21,0	0,1	7,2
Жители сельских территорий	17,4	36,1	8,7	39,7	50,7	17,8	0,0	6,8
Учащиеся школы	26,5	27,4	18,8	27,4	20,5	20,5	0,0	14,5
Студенты СПО и ВУЗов	21,6	29,7	22,5	36,5	36,5	2,3	0,0	12,6
Работают	15,6	35,6	12,7	49,4	42,3	27,9	0,0	2,8
Занимаются бизнесом	8,6	31,4	5,7	8,6	34,3	2,9	0,0	31,4
Другой род деятельности	5,9	70,6	35,3	5,9	23,5	0,0	5,9	0,0
Основное общее образование	5,3	52,6	0,0	73,7	42,1	0,0	5,3	0,0
Общее среднее образование	15,4	30,8	7,7	38,5	38,5	0,0	0,0	15,4
Среднее профессиональное образование	28,8	60,3	10,3	30,8	37,2	21,2	0,0	1,3
Высшее образование	11,2	28,5	14,3	50,2	42,8	29,1	0,0	4,8
Не работают, но подрабатывают	0,0	36,8	5,3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Работают по найму	12,7	35,8	14,5	46,6	46,7	28,4	0,0	2,9
Индивидуальные предприниматели	6,1	33,3	3,0	33,3	9,1	3,0	3,0	30,3
Самозанятые	65,0	45,0	0,0	27,5	7,5	20,0	0,0	2,5
Денег хватает только на продукты	18,0	36,1	11,5	37,7	44,3	50,8	0,0	0,0
Денег хватает на приобретение необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки не хватает	7,7	31,3	21,2	46,5	39,1	24,9	0,3	1,7
Денег хватает на товары длительного пользования, но покупка автомобиля недоступна	22,0	43,6	10,4	43,9	43,0	18,6	0,0	4,0
Могли бы купить автомобиль, но покупка квартиры недоступна	11,5	37,5	16,7	72,9	31,3	31,3	0,0	0,0
Денег достаточно, чтобы купить что считают нужным	26,1	22,6	16,5	24,5	31,8	6,1	0,0	21,5

