**Фонд «Общественное мнение»**

**Серия “Социологические Сообщения”**

**9 декабря**

1998

**№ 124(439)**

**Региональная информационная элита об отношении провинции
к Москве**

**И**

**сточник данных**

Стандартизованные телефонные интервью, проведенные c **15** по **25** ноября 1998 г. в 9 регионах Европейской части РФ.

В опросе приняли участие **90** экспертов – руководители и ведущие аналитики региональных СМИ.

Эксперты в свободной форме отвечали на вопрос:

**П**

* *Что бы Вы могли сказать об от­но­ше­нии жителей вашего региона к Москве как к федеральному центру и как к городу с определенным укладом, стилем жизни?*

**ринципы анализа**

За единицу анализа было принято *суждение* – часть высказывания экспер­та, логически завершенная и тематически самостоятельная.

Тематическому (смысловому) анализу суждений предшествовал позиционный анализ высказываний экспертов, проводившийся по основанию: разделены ли в сознании людей две ипостаси Москвы – как федерального центра и как российского города.

Частотный анализ проводился на основании тематического (смыслового) сходства суждений, содержащихся в выс­казываниях экспертов.

*Результаты приведены в процентах от числа суждений – соответственно позиционных или тематических. Для одиночных суждений проценты не приводятся.*

**Р**

**езультаты**

## I. Позиционный анализ

Для позиционного анализа было отобрано **77** оценочных суждений, однозначно выявляющих позицию эксперта. Мнения экспертов о дифференцированности в сознании россиян двух образов Москвы (как федерального центра и как российского города) разделились почти поровну: образы дифференцированы – 52%; не дифференцированы – 48%.

## II. Тематический анализ

Для тематического (смыслового) анализа были отобраны **260** суждений, образующих две группы.

В *первую группу* вошло **181 суждение,** отражающее *негативное восприятие* Москвы (70%).

* *Образ Москвы складывается под воздействием СМИ.* Бльшая часть россиян не в состоянии приехать в Москву. Отношение к ней формируется под влиянием скандальной информации, распространяемой СМИ. Скандалы, политика и банкеты не оставляют места в эфире для других московских событий и не отражают реальной повседневной жизни москвичей (11%).
* *Страна работает на Москву, столица вытягивает соки из регионов* (10%).
* *Москва стягивает на себя все финансовые потоки*, *она монополизировала право распоряжаться деньгами* (8%).
* *Москве завидуют* (7%).
* *В качестве федерального центра Москва воспринимается отрицательно.* На Москву проецируется недовольство Президентом, Правительством, Государственной Думой (7%).
* *Москва не думает и не заботится о регионах*.Она ведет благополучный, пышный, барский, эгоистичный образ жизни (5%).
* *Москва не воспринимается как часть России*, *она оторвана от проблем страны, это другое государство*, чужое или чуждое, без которого можно и обойтись (5%).
* *Москва – источник опасности, нестабильности,* *это место хитрой, грязной политики*. Там принимаются непонятные, непродуманные, глупые решения. Регионы настороженно, с опаской относятся к реформистским инициативам Москвы (5%)
* *Москвичи – это особая нация,* *их отличает элитарность, заносчивость, нежелание трудиться и неумение работать* (5%).
* *Москва перестала быть духовным центром России.* Она демонстрирует суетность, безвкусие в эстраде, искусстве и помпезность в архитектуре (4%).
* *Москва вызывает раздражение и ненависть* (3%).
* *Москва – крайне криминализованный город* (3%).
* *Москва – очень дорогой город, самый дорогой в мире* (2%).
* *Одиночные суждения*: выкачивает духовные и интеллектуальные ресурсы.

Во *вторую группу* вошли **79 суж­де­ний,** отражающих *позитивное* восприятие Москвы (30%).

* *Москва остается столицей России; никто, кроме нее, не может быть гарантом единства страны* (6%).
* *В Москве более интенсивные контакты, больше возможностей как для поиска работы, так и для привлечения инвестиций*  (5%).
* *Отношение россиян к Москве как городу – спокойное, ровное* (4%).
* *Ю.Лужков своей работой подает пример инициативной, профессиональной хозяйственной деятельности, поддерживает надежду на успех у тех, кто хочет работать, решать проблемы своего региона* (3%).
* *Москва сейчас живет лучше благодаря инициативе собственных правителей; никто не мешал региональным властям разрабатывать особую концепцию реформ для своего региона.* Там, где власти работящие, где они заинтересованы в развитии региона, там проблемы не стоят столь остро (3%).
* *На Ю.Лужкова не проецируется неприязнь к руководителям государства,* *ему в какой-то степени удается дистанцироваться от федерального центра* (3%).
* *Те, у кого в Москве живут родственники, дети, более объективно воспринимают московскую жизнь* (2%).
* *Москва старается оказывать поддержку регионам* (2%).
* *Отношение к Москве сейчас лучше, чем в «застойные» времена* (2%).

**Р**

**езюме**

**1.** Мнения экспертов о дифференцированности в сознании россиян двух образов Москвы – как федерального центра и как российского города – разделились практически поровну.

**2.** Почти *половина* экспертов отмечает, что в сознании россиян складывается преимущественно *негативный* образ Москвы.

Приблизительно *пятая часть* журналистов полагает, что отношение россиян к Москве содержит и *позитивные* и *негативные* моменты.

Еще одна пятая часть экспертов отметила, что население их регионов относится к Москве *равнодушно*, *спокойно*. Москва, московские события не особенно интересуют провинциалов, воспринимаются ими отстраненно.

И только *каждый десятый* эксперт говорил о *позитивных* моментах в восприятии Москвы провинциалами.

**3.** Описывая особенности *негативного восприятия* Москвы жителями их регионов, эксперты отмечали, что образы столицы во многом стереотипизированы. Это не означает мифологизированности, оторванности от реальности; стереотипность предполагает неполноту, однобокость, неуравновешенность образа.

Особую роль в возникновении стереотипов играют СМИ, которые тенденциозно подают информацию, освещая экстремальные, скандальные, сенсационные события. Реальная повседневная жизнь москвичей остается «за кадром».

Помимо роли СМИ некоторые эксперты отмечали такой механизм формирования образов, как идентификация Москвы с институтами государственной власти. В результате недовольство Президентом, Правительством, Государственной Ду­мой и т.п. проецируется на отношение к столице.