

Руднев Максим Геннадьевич

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СРАВНЕНИЕ РОССИЯН С ЖИТЕЛЯМИ ДРУГИХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

Специальность 22.00.04

Социальная структура, социальные институты и процессы

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени

кандидата социологических наук

Москва

2009

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Сравнительные эмпирические исследования ценностей: аналитический обзор.....	7
1.1. Различные подходы к определению понятия «ценности» в социологии.....	7
1.1.1. Понятие ценностей в теории структурного функционализма.....	9
1.1.2. Понятие ценностей в исследованиях Рокича	11
1.1.3. Понятие ценностей в подходах Г. Хофстеде и Р. Инглхарта.....	14
1.1.4. Понятие ценностей в теории Ш. Шварца	16
1.2. Эмпирические сравнительные исследования ценностей	18
1.2.1. Ранние антропологи	19
1.2.2. Исследования национального характера (от А. Инкелеса до Р. МакКре).....	20
1.2.3. Гарвардское исследование пяти культур (Ф. Клакхон и Ф. Стродбек)	24
1.2.4. Прикладной подход к изучению ценностей (Ф. Тромпенаарс)	27
1.2.5. Культурные синдромы в исследованиях Г. Триандиса	28
1.2.6. Подход М. Рокича к изучению ценностей и исследования его продолжателей	31
1.2.7. Исследование трудовых ценностей менеджеров по методологии Г. Хофстеде.....	33
1.2.8. Социальные аксиомы М. Х. Бонда и К. Леунга	39
1.2.9. Всемирное исследование ценностей и исследования Р. Инглхарта	41
1.2.10. Исследования базовых жизненных ценностей Ш. Шварцем	49
1.3. Российские исследования ценностей	58
1.3.1. Диспозиционная теория В.А. Ядова	58
1.3.4. Исследование «Наши ценности сегодня» Н.И. Лапина	60
1.3.2. Исследования ценностей, проведенные Фондом «Общественное мнение».....	61
1.3.3. Исследование «Томская инициатива»	66
1.3.5. Другие исследования ценностей.....	67
Глава 2. Методология исследования	74
2.1. Методическая и эмпирическая база исследования	74
2.2. Ценностные показатели.....	79
2.3. Общая стратегия анализа данных.....	89
2.4. Статистические методы, применяемые для анализа данных.....	90
Глава 3. Базовые ценности среднего россиянина по сравнению с ценностями средних представителей других европейских стран: анализ агрегированных данных.....	94
3.1. Иерархия ценностей средних представителей России и других европейских стран	94
3.2. Сравнение среднего представителя России со средними представителями других европейских стран по выраженности 7 ценностей.....	98
3.3. Сравнение среднего представителя России со средними представителями других стран по ценностным осям.....	104
3.4. Сравнение среднего представителя России с ценностями средних представителей других стран по исходным ответам	106
3.5. Ценностная типология средних представителей различных стран и дистанции между средним россиянином и средними представителями европейских стран.....	107

Глава 4. Сравнение базовых ценностей населения России и других стран на уровне индивидов: кластерный анализ.....	113
4.1. Построение кластеров.....	113
4.2. Описание выделенных кластеров	116
4.3. Распределение представителей различных стран по ценностным кластерам	119
Глава 5. Влияние страны проживания и социально-демографического состава населения на базовые ценности: регрессионный анализ.....	124
5.1. Построение регрессионной модели.....	124
5.1.1. Признаки, которые могут быть только причинами жизненных ценностей.....	124
5.1.2. Признаки, которые могут быть как причинами, так и следствиями жизненных ценностей.	131
5.1.3. Признаки, которые являются скорее следствиями жизненных ценностей.....	143
5.1.4. Модель детерминации базовых жизненных ценностей.....	145
5.2. Результаты регрессионного анализа.....	149
5.3. Российская модель детерминации ценностей	155
Заключение.....	157
Библиография	161
Приложение	176

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена значимостью проблемы соотношения в развитии российского общества явлений, процессов и закономерностей, *общих* для многих стран мира и *специфических* для России. Важность этой проблемы особенно возросла в связи с процессами быстрых социальных изменений последних десятилетий и необходимости определения путей дальнейшей трансформации российского общества. Для решения этой проблемы необходимы конкретные знания о сходствах и различиях между населением России и других стран мира, а знаний этих пока крайне мало.

Эти соображения в полной мере применимы к сравнительному изучению *ценностей* россиян, которому посвящена данная работа. Для решения указанной выше проблемы необходимы знания о сходствах и отличиях в ценностях между россиянами и жителями других стран, но в этой области знаний наблюдается явный дефицит сравнительных исследований. Еще в начале 1990-х гг. в литературе отмечалось, что российские исследования ценностей «недостаточно компаративны»¹. За время, прошедшее с момента этой констатации, появились, конечно, исследования, где российские ценности сравниваются с ценностями населения других стран, но их пока сравнительно немного и большинство результатов представлены в них только в виде усредненных по странам показателей.

Цель исследования – выявить сходства и различия между базовыми ценностями российского населения и ценностями населения других европейских стран.

Объект исследования – население современной России и 30 других европейских стран².

Предмет исследования – базовые ценности населения России и 30 других европейских стран.

Перед исследованием стоят следующие **задачи**:

1) проанализировать отечественную и зарубежную научную литературу, посвященную сравнительному исследованию базовых ценностей, включая ценности россиян;

2) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы на уровне страновых средних, чтобы: а) выявить сходства и характер отличий в

¹ Докторов Б.З. Россия в европейском социокультурном пространстве // Социологический журнал. — 1994. — № 3. — С. 4-19.

² В работе используется понятие "расширенной Европы", куда включены Турция и Израиль.

базовых ценностях между средним россиянином и средними представителями других европейских стран; б) выявить сходства и отличия между иерархией базовых ценностей среднего россиянина и ценностными иерархиями средних представителей других стран;

3) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы с учетом внутрисканового разброса ценностей;

4) выявить различия базовых ценностей между Россией и другими европейскими странами, остающиеся после устранения влияний со стороны различий социального состава населения разных стран (их называют «несмещенными», или «чистыми»);

5) сравнить степень влияния страновой принадлежности и социально-демографических характеристик на базовые ценности.

Теоретико-методологические основы исследования

Теоретическими предпосылками исследования являются работы классиков социологии (Э. Дюркгейма, М. Вебера, Т. Парсонса), привлечших внимание к ценностям как важному феномену социальной жизни, а также специалистов, создавших концептуальные рамки для современных эмпирических, в том числе и сравнительных исследований ценностей (М. Рокич, Ш. Шварц, Р. Инглхарт).

Основные понятия исследования. Говоря о **ценностях населения**, мы понимаем под ними ценности массовых слоев населения, в отличие от идеологических ценностей, содержащихся в сознании элит и в различных культурных продуктах их деятельности.

Традиционное понимание ценностей было связано с моралью и подразумевало общезначимые цели, воплощающие общественное благо. Постепенно, параллельно изменению научных представлений о человеке, смысл понятия «ценность» расширялся, и в работах М. Рокича и Ш. Шварца, создавших наиболее распространенные методики для измерения ценностей, появились индивидуализированные трактовки этого понятия как убеждения человека в значимости объекта или явления *для него лично*.

В данной работе мы сосредоточимся на изучении **индивидуальных ценностей**, понимая их как убеждения человека в значимости (важности) *лично для него* некоторого объекта или явления. Эти ценности выступают в качестве стандартов, с которыми человек соотносит реальное положение вещей. Они также выступают в качестве потенциальных побудителей практических или вербальных действий индивида.

Понятие **базовых ценностей** используется нами вслед за другими авторами с тем, чтобы выделить конечные, целевые (и потому более обобщенные, абстрактные) ценности человека, на основе которых формируется все множество инструментальных

(оперативных, текущих, ситуативных) ценностей, в большей степени определяющих конкретное содержание его активности.

Межстрановые сходства и различия ценностей определялись в работе двумя способами: путем сравнения агрегированных показателей (общестрановых средних величин) и путем сопоставления внутристрановых распределений ценностных показателей в различных странах.

Практическая значимость работы определяется тем, что российское общество и российские граждане получают адекватную информацию о реально существующих отличиях и сходствах между россиянами и другими европейцами. (Эта информация стала доступной российскому экспертному сообществу через наши публикации в научных изданиях, а массовому читателю – через публикации в популярных печатных и электронных изданиях). Данная информация повышает уровень общественного самосознания, что сказывается на выработке более эффективных коллективных и индивидуальных решений, способствует развитию контактов и взаимопонимания на уровне индивидов, организаций и стран.

Следуя традиции, заложенной М. Вебером, многие современные исследователи обращают внимание на важную роль ценностей в развитии экономики, на создаваемые ими благоприятные обстоятельства или же препятствия («культурные барьеры»)³. Описание различий между российскими ценностями и ценностями населения других европейских стран способствует конкретизации содержания ценностного контекста экономического развития. Можно, в частности, заметить, что слабая, в сравнении с большинством европейских стран, выраженность у россиян таких ценностей, как *Риск-новизна* и *Самостоятельность*, и, наоборот, сильная выраженность ценности *Безопасность* являются одним из барьеров на пути развития инновационной экономики.

³ См. например: Харрисон, 2008, Тихонова, 2008, Ясин, Снеговая, 2009.

Глава 1. Сравнительные эмпирические исследования ценностей: аналитический обзор

Количество исследований жизненных ценностей трудно оценить достоверно – вероятно, публикаций на эту тему тысячи, поэтому в данном обзоре мы ограничимся лишь кратким обзором наиболее существенных этапов в развитии понятия ценностей, а при описании эмпирических исследований еще более сузим угол обзора, оставив лишь сравнительные (кросс-культурные) исследования базовых ценностей и близких явлений, а также те исследования, которые касались изучения ценностей россиян.

1.1. Различные подходы к определению понятия «ценности» в социологии

Понятие "ценностей" имеет очень длинную историю, и возникает в рамках философской мысли и представлении о каком-либо благе. В. К. Шохин прослеживает его историю начиная с древнегреческой и античной философии (Шохин, 2006). Рассуждения о благе, этике, эстетике или экономике присутствуют практически у всех философов и относятся историками к истории "ценностей". Более сфокусированное обсуждение ценностей начинается в конце 19 в., когда в философии появляется специальная дисциплина, занимающаяся проблемами ценностей, получившая, благодаря П. Лапи название "аксиология" (Там же, с. 15). К началу 20 века также складываются междисциплинарные различия в понимании термина "ценности", английского "value" или немецкого "wert". В экономике, благодаря в основном К. Марксу, ценность отождествляют со стоимостью (Чеховский, 2008). В социологии то же слово употребляется с акцентом на субъективной значимости. Некоторые авторы для разграничения значений этого слова, добавляют к нему коннотации - например, часто упоминают "культурные", "моральные" или "жизненные" ценности. На сегодняшний день смысл слова "ценность" как стоимость, как жизненная ценность или как некоторое благо определяется дисциплинарной принадлежностью работы к экономике, социологии или философии (аксиологии). Не останавливаясь на философской и экономической традициях изучения ценностей, перейдем сразу к социологической.

Истоки социологического понимания термина "ценности" историки предлагают искать в работах В. Дильтея, который предложил разграничивать науки на "объясняющие" и "понимающие" по их предмету – первые изучают природу (естественные), а вторые – людей, обладающих духом и способных осознавать и понимать происходящее с ними и вокруг них (гуманитарные). Последние отличаются тем, что в них исследователь является

частью объекта своего исследования и способен их "понимать", то есть, принимая допущение о сходстве своей ментальной организации и других людей, вживаться в их переживания, эмпатировать. Г. Риккерт, один из ключевых представителей баденской школы неокантианцев, основываясь на учении Канта о познании с помощью "чистого разума" – как мысленного конструирования упрощенных моделей реальности, говорит о том, что познание и наука в частности может не только обобщать (упрощая), но и находить уникальные характеристики объектов. На этом основании он выделял генерализующие и индивидуализирующие науки: первые рассматривают объекты и явления как "природу", вторые – как "культуру". Методы генерализующих наук подробно были описаны Кантом, поэтому Риккерт обращается к методологии наук "о культуре", об индивидуальном, основным методом в которой оказывается "отнесение к ценности". Объяснение явлений в индивидуализирующих науках происходит через понимание людей, через то, что людям могло показаться важным, то есть через "отнесение к ценности". Все, что можно отнести к ценности, то есть все то, чему придается смысл, значимость, все, что не является объективными характеристиками, а приписывается объекту человеком, является "ценностно окрашенным", то есть культурой. Таким образом, вместо поиска универсальных законов природы, индивидуализирующие науки ищут индивидуальные значения различных объектов, которые, обретя такое значение, становятся культурой. Эти идеи были развиты и преобразованы М. Вебером, для которого социология относилась скорее к генерализующим наукам, но использовала для этого "индивидуализирующие" методы, причем в сугубо социологическом контексте (Батыгин, Подвойский, 2007). Другими словами, Вебер применял "понимание" для изучения ценностей людей, но видел в них конкретных мотиваторов поведения, и, упрощая и схематизируя их до "идеальных типов", изучал их уже в русле "генерализующих" наук. Понимающий метод (или отнесение к ценности) здесь нужен лишь для того, чтобы исследователь, объясняющий, скажем, действие индивида, вкладывал в него тот же смысл, что и сам действовавший индивид. На этом основании Вебер также выделяет один из четырех типов социального действия – ценностно-рациональное, то есть такое, которое совершается ради какой-либо ценности, актуализированной в данный момент. С использованием понятия ценностей Вебером была осуществлена его знаменитая работа "Протестантская этика и дух капитализма", в которой он в историческом контексте воссоздает мотивации людей, с помощью метода понимания или "отнесения к ценности".

1.1.1. Понятие ценностей в теории структурного функционализма

М. Вебер выделил особый ценностно-рациональный тип социального действия; Э. Дюркгейм разработал понятие «коллективных представлений», близкое к понятию ценностей; В. Парето – понятие «осадков». Все они характеризовались надындивидуальностью, устойчивостью во времени и принудительной силой по отношению к действиям индивида. Сходство описываемых Вебером, Дюркгеймом и Парето понятий было отмечено Т. Парсонсом и реализовано в понятии ценностей, которым в структурно-функциональном подходе отводится центральное место – они осуществляют связь между социальной системой и системой личности.

Парсонс придает огромное значение этому понятию и утверждает, что без общих ценностей общество и вообще любая социальная жизнь вряд ли была бы возможна, так как 1) ценности несут побудительную силу, 2) на нарушителей ценностей могут быть наложены санкции, а также потому, что 3) ценности передаются следующим поколениям через механизм социализации. Эти три свойства, по мнению автора, обеспечивают стабильное существование общества (Spates, 1983).

Собрав вокруг себя представителей разных дисциплин, Парсонс вместе с ними разработал «общую теорию социального действия», в центре которой оказались ценности (Parsons, Shils, 1951). Один из участников этого коллектива, К. Клакхон дал определение ценностей, надолго после этого ставшее ключевым для большинства исследований этой проблемы. **Ценности**, по Клакхону, – это «представление о *желаемом*, выраженное явно (explicit) или скрытое внутри (implicit), строго индивидуальное или характеризующее группу, которое влияет на выбор из имеющихся способов, средств и конечных целей действия» (Kluckhohn, 1951). Без ценностей «индивиды не могли бы понять, что они хотят и в чем нуждаются со стороны других индивидов в личностном и эмоциональном смысле, а также не могли бы разобраться внутри себя: не было бы необходимой меры порядка и единой цели» (Ibid.). Ценности относятся к нормативным компонентам культуры, но не являются нормами, они – “нормативные образцы наивысшей степени обобщения” (Parsons, 1989), они настолько обобщены, что не привязаны к ситуациям и функциям, то есть над-ситуативны и над-функциональны (Parsons, 1961), поэтому именно нормы, а не ценности, определяют, что *именно* «делать» и чего «не делать». Ценности индивида или социального объекта, взаимосвязанные между собой и организованные в систему, называются **ценностными ориентациями** (Parsons, Shils, 1951, p. 49).

Парсонс и Шилс предлагают пять базовых дилемм, которые приходится решать всем людям во все времена. Выбор в этих дилеммах формирует паттерн поведения индивида, который, в свою очередь, определяет поведение. Выбор в этих пяти дилеммах

происходит в соответствии с ценностными ориентациями индивида, которые также помогают осмыслить ситуацию и придать значение действиям индивида. Эти пять дихотомий также называют *типовыми переменными* (поскольку выбор в них формирует "профиль" или *тип* поведения). Дилеммы делятся на индивидуальные и групповые, первые три организованы вокруг мотивационных проблем, последние две организованы вокруг «нормативных паттернов межличностных отношений». Вот эти пять дихотомий: аффективность – нейтральность, ориентация на «Я» – ориентация на коллектив, универсализм – партикуляризм, происхождение – достижение (и ее уточнение «неотъемлемое качество – внешнее проявление качества»), специфичность – диффузия (Parsons, Shils, 2001, p. 76–77).

Институционализация ценностных ориентаций в социальной системе представляется Парсонсу лучшим путем к улучшению функционирования общества. Отчетливо сформулированные и озвученные, ценности окончательно занимают ведущее место в социальной системе, "выравнивая" различные девиации в ценностных ориентациях. Институционализированные ценности ведут к более четкой работе социальной системы, к освобождению от конфликтов, к гармоничному существованию общества. Аналогичный процесс на уровне системы личности называется «интернализация» и означает полное принятие ценностей системы высшего порядка (то есть группы или общества в целом).

Существенный вклад в развитие понятия ценностей в теории функционализма внесло известное исследование Ф. Клакхон и Ф. Стродтбека (Kluckhohn, Strodtbeck, 1961). Авторы утверждали, что ценности познаваемы, количество их ограничено и организованы они в иерархическом порядке. Клакхон и Стродтбек сформулировали пять ключевых вопросов, ответы на которые предвещают (и определяют) все другие аспекты культуры, в том числе ценностные ориентации. Эти пять вопросов охватывали отношение к природе (господство, гармония, подчинение), представления о природе человека от рождения (злой, добрый, смешанный, нейтральный) и его способность меняться в течение жизни, временную ориентацию (прошлое, настоящее, будущее), мотивацию поведения (быть, быть-в-становлении, становиться) и отношение к окружающим (иерархическое, равноправное, индивидуалистическое) – (Ibid.). Все перечисленные идеи Клакхон и Стродтбека оказались крайне полезными для дальнейшего развития исследования ценностей, а некоторые «вопросы» используются и современными учеными (Шварц, Тромпенаарс, ряд специалистов по экологическим ценностям).

Основная критика понятия ценностей в теории функционализма заключалась в том, что последняя так и осталась теорией, не получив достаточного эмпирического

подтверждения. Центральная роль ценностей утверждалась априори, в соответствии с этим убеждением строились и все эмпирические исследования, направленные не на проверку, а на подтверждение постулатов теории и фактически сводилось к уточнению характеристик этих априорных конструкторов. Ценности в этой теории приобрели настолько абстрактный характер, что даже при желании проверить их существование и выполняемую в обществе роль (а значит операционализировать и идентифицировать их) представлялось бы крайне затруднительным (Spates, 1983).

Хотя с начала 1950-х функционализм занимал центральное место в исследованиях ценностей, существовал целый ряд исследователей вне этой теории. Инкелес (Inkeles, 1969, 1996) изучал «национальный характер», Олпорт (Allport *et al.*, 1961) в своем исследовании ценностей конструировал шесть типов личностной ориентации. Мукерджи (Mukerjee, 1946) считал, как и Парсонс, что ценности определяют, поддерживают и регулируют социальную структуру, но утверждал, что они могут возникать как внутри индивида, так и в культуре в целом и действовать, таким образом, и «сверху вниз», и «снизу вверх». Бекер (Becker, 1950) в своем изучении ценностей как «любых объектов любых потребностей» предварил исследования Инглхарта (Inglehart, 1997), заметив, что в традиционных обществах велика потребность (а значит, и ценность) в безопасности, а в «секулярных» - потребность в новизне. Чарльз Моррис (Morris, 1956) был убежден, что если количество ситуаций, в которых проявляются ценности, ограничено, то и количество ценностей тоже ограничено. На этом основании он выделял 13 «способов жизни» и говорил о трех склонностях или «базовых компонентах человеческой личности»: дионисийском, прометеевском и буддийском. Одним из наиболее известных исследований того времени была работа МакКлелланда (McClelland, 1961) о мотивации достижений, которая также находилась в общем ряду исследования ценностей. М. Кон (Kohn, 1977) придерживался эмпирического подхода и создавал инструменты по изучению ценностей с помощью многочисленных претестов; он обнаружил связь ценностей самостоятельности с принадлежностью к более высокому классу. Было и множество других исследований (см. Spates, 1983, Rohan, 2000, Hitlin, Piliavin, 2004).

1.1.2. Понятие ценностей в исследованиях Рокича

К началу 1970-х поток критики функционалистского подхода к ценностям расширился настолько, что стали появляться серьезные альтернативы. В это время появились и привлекли внимание работы Инглхарта, Фитера, Шварца. Но основным событием этого времени в изучении ценностей является публикация исследований **Милтона Рокича**.

Рокич, будучи психологом, изучал ценности в стремлении понять поведение индивида, а не с целью раскрыть механизмы функционирования социальной системы – как Парсонс. Поэтому представление о ценностях у Рокича значительно более четко проработано и в большей степени касается субъективного мира личности. Так, если Клакхон в определении ценностей подчеркивает их связь с *объективным действием*, то Рокич делает акцент на их связи с *субъективным значением* действия (Rohan, 2000).

Прежде всего, Рокич разделил установки и ценности. До него эти понятия часто обозначали одно и то же. Например, Оллпорт (Allport *et al.*, 1961), использовал слово "установка" для того, чтобы называть и специфические суждения, и абстрактные суждения, которые могут быть обозначены как "ценности". Рокич утверждает, что, во-первых, установки имеют дело с конкретными ситуациями и объектами, а ценности – более обобщенные сущности, поэтому установок во много раз больше, чем ценностей. Во-вторых, ценности, в отличие от установок, выступают стандартами или критериями, регулируя как сами установки, так и действия, сравнения, оценки; они легитимизируют саму личность и окружающих ее людей. И, наконец, сущность ценности – в предпочтении определенного режима деятельности или определенного конечного состояния, а установка же – это готовое указание на то, как нужно поступать в данной ситуации или с данным объектом (Rokeach, 1974). Формальные определения первого и второго таковы:

Установка – это «долговременная организация нескольких убеждений, сфокусированная на определенном объекте или ситуации, предрасполагающая субъекта действовать определенным предпочтительным для него способом».

Ценность – «это длительное убеждение в том, что определенный способ (mode) деятельности или определенное целевое жизненное состояние более предпочтительны для индивида и общества другим способам деятельности или другим конечным состояниям» (Rokeach, 1969).

Содержательный смысл ценностей в том, что они выступают стандартами или критериями, которые подсказывают как себя вести или чего хотеть, какие установки следует сохранять, какое поведение считать оправданным, легитимным, какое моральное суждение выносить, как сравнивать себя с другими (по каким параметрам), на какие ценности и установки окружающих нужно повлиять: «Если вы утверждаете, что у вас есть «ценность» и не хотите чтобы кто-то еще на свете тоже ее имел, то есть шансы, что это не ценность» (там же). В противовес представлениям о том, что ценности являются латентными переменными, Рокич считает их осознанными (или по крайней мере, работает с их осознаваемой частью).

Рокич разделяет ценности на инструментальные и терминальные, подчеркивая, что первые – это предпочитаемые режимы/стили/способы поведения, а вторые – предпочитаемые (идеальные) конечные состояния существования. При этом за одними ценностями априори закрепляется принадлежность к терминальным, а за другими – к инструментальным.

Под **системой ценностей** он понимает не просто взаимосвязи между ними (как Парсонс), а «иерархическое упорядочивание ценностей [по степени их важности], ранжирование ценностей на континууме важности» (там же). Часто возникают ситуации, в которых ценности вступают в конфликт (например, «нужно быть честным» и «нужно быть добрым»), поэтому «система ценностей представляет выученную систему правил выбора и разрешения конфликтов – между двумя или более режимами действия или конечными состояниями» (Там же).

Поскольку установки привязаны к конкретным объектам и ситуациям, то общее их число очень велико, но ограничено, а количество отдельных ценностей, как более общих сущностей вполне обозримо. Кроме того, ценности осознаются. Поэтому Рокич считал возможным фиксацию всех существующих ценностей, для чего разработал ставшую широко известной методику (подробнее она описана в разделе 1.2), претендующую на охват всех существующих ценностей. Рокич, используя множество претестов и проверок на валидность, выделяет 18 инструментальных и 18 терминальных ценностей и утверждает, что все ценности не могут быть сведены к меньшему числу. С использованием своей методики Рокич провел исследование на американской выборке, что считал в дальнейшем подтверждением своей теории.

Поскольку вся его теория ценностей была тесно связана с эмпирическими исследованиями и инструментом измерения ценностей, это в некотором смысле вынудило Рокича четко выделить и определить понятие ценностей. Помимо упомянутого деления ценностей и установок, Рокич также указывает на отличие между понятием ценностей и **потребностей**, а также ценностей и личностных черт. Потребности связаны с ценностями, но они имеют биологическую природу: «ценности формулируют потребности в социально приемлемом виде, например, потребность в сексе может быть культурно переформулирована как ценность любви» (Rokeach, 1973).

Рокич знаменует развитие эмпирического подхода в противовес теории функционализма, вызвав новую волну интереса к этому понятию – Спэйтс указывает на то, что с 1972 (то есть после публикации первых результатов исследования Рокича) по 1982 гг. в социологической литературе появилось более 400 публикаций на тему ценностей. И хотя подход Рокича в целом был подкреплён опросами, некоторые

постулаты оставались априорными. Прежде всего, подверглось критике его разделение на инструментальные и терминальные ценности. Горсак отмечает, что такое разделение не вполне обосновано: так как если любая ценность не является *безусловной*, то она может быть рассмотрена как инструментальная (Rokeach, 1970). По мнению критиков, принадлежность ценности к инструментальным или терминальным определяется не ее содержанием, а степенью ее важности для индивида. Рокич согласился с этой критикой, но не сделал изменений в своей теории, заявив, что «так удобнее». Другие критики, в частности Ш. Шварц (Schwartz, 1974), сомневаются в тезисе о том, что список из 36 ценностей является исчерпывающим, и считают, что данное допущение, ничем не подтвержденное, может привести к ложным выводам, тем более что в методике используется метод ранжирования, столь сильно зависящий от состава предлагаемого списка ценностей.

В целом, роль Рокича в изучении феномена ценностей очень велика, поскольку он смог достаточно четко описать это поначалу не очень определенное понятие, дать ему ясное определение и отделить его от смежных понятий. Последовавший поток критики создал почву для возникновения теорий ценностей, основанных на эмпирических исследованиях, потребность в которых так подчеркивал Спейтс в 1983 г.

1.1.3. Понятие ценностей в подходах Г. Хофстеде и Р. Инглхарта

Своеобразной абсолютизацией этого принципа выступило исследование **Г. Хофстеде** (Hofstede, 1980, 2001), в котором сначала были получены данные, а уже потом сформулированы основные постулаты теории. Изучая организационную культуру в рамках своей работы в американской корпорации, Хофстеде обнаружил «параметры (dimensions) культуры», которые выражались через ценности, связанные с трудовой деятельностью. Хофстеде занимает промежуточную позицию между К. Клакхоном и М. Рокичем в своем определении ценностей: по его мнению, ценности – это «широкая склонность предпочитать одно положение вещей другому» («a broad tendency to prefer certain states of affairs over others» – Hofstede, 2001). Он также разделяет мнение о том, что ценности «относительно неспецифичны», то есть имеют абстрактный и надситуативный характер. Для него ценности – это характеристики с двумя полюсами: зло-добро, грязный-чистый, опасный-безопасный и т. д. Ценности закладываются в раннем возрасте, поэтому они иррациональны, но в то же время они определяют представления людей о рациональности; ценности образуют системы или иерархии и могут вступать в конфликт между собой; ценности могут активироваться внешними событиями и влиять на поведение, выступая промежуточным звеном между внешними стимулами и желанием

отреагировать. Ценности человека имеют различную силу и направленность (позитивную или негативную). Социальную желательность, которая неизбежно проявляется при измерении ценностей, не стоит исключать, она тоже представляет собой отдельный вид ценностей, но ее стоит отделять от индивидуальных «внутренних» ценностей. В терминах Хофстеде это отделение «желаемого» от «желательного». Эти два вида ценностей имеют различные связи с поведением; производные от «желаемых» ценностей нормы – это статистические показатели, т.е. реально существующие среди населения, тогда как нормы «желательного» – это скорее идеологические постулаты.

Ценностями обладают как отдельные индивиды, так и коллективы, а культура предрасполагает коллективы к принятию определенных ценностей. Культуры отличаются друг от друга культурными ценностями, а организации внутри одной культуры – так называемыми «практиками». Хофстеде считает ценности ключевым понятием для изучения культурных/страновых различий и поэтому изучает их преимущественно на уровне стран, находя многочисленные взаимосвязи между выведенными им пятью измерениями ценностей и различными характеристиками стран.

«Всемирное исследование ценностей», инициированное **Р. Инглхартом**, охватило более ста стран по всему миру, строится на репрезентативных выборках и (вместе с почти полностью совпадающим с ним по содержанию «Европейским исследованием ценностей») длится уже почти 30 лет. Заметив, что на уровне культур ценности оказываются очень устойчивыми и найдя подтверждение своей гипотезе о «тихой революции», Инглхарт пришел к выводу, что ценности могут выступать надежным индикатором культуры – и как объяснительная, и как объясняемая переменная (Inglehart, 1990). Инглхарта интересует именно культура, а ценности для него выступают лишь индикатором, поэтому он определяет культуру через понятие ценностей (а не наоборот) как «систему установок, ценностей и знаний, широко разделяемых внутри общества и передающихся из поколения в поколение. <...> Под культурой мы подразумеваем субъективный аспект институтов общества: убеждения, ценности, знания и навыки, которые были интернализованы людьми данного общества, дополняя внешние системы принуждения и взаимообмена. Мы анализируем, насколько внутренние культурные ориентации связаны с внешними социальными институтами» (Inglehart, 1997, p. 15). Теория «человеческого развития» обществ Инглхарта утверждает, что культурный сдвиг происходит только после достижения определенного уровня экономического развития, а демократизация случается при сочетании культурных и экономических факторов. Культурный сдвиг, который обнаружил Инглхарт, заключается в нелинейном изменении выведенных им ценностей и переключении после экономической модернизации с

материалистических на постматериалистические ценности. Несмотря на то, что вокруг ценностей строится целая теория, самим ценностям здесь уделяется небольшое внимание. Так, например, нам не удалось найти в последних пяти книгах Инглхарта (Inglehart, 1990, 1997, Abramson, Inglehart, 1995, Norris, Inglehart, 2004, Inglehart, Welzel, 2005) формального определения понятия «ценности» (авторы ограничиваются отсылками к анкетным вопросам и алгоритмам построения ценностных индексов).

1.1.4. Понятие ценностей в теории Ш. Шварца

Ш. Шварц продолжил сложившуюся к началу 1980-х традицию основанных на эмпирике теорий, создав свою собственную теорию ценностей, проверенную и скорректированную на данных большого кросс-культурного опроса. Стремясь найти универсальную структуру ценностей, он сумел объединить в своей теории преимущества большинства существующих теорий ценностей. Так, его инструмент представлял собой модифицированную методику Рокича, наиболее валидную и популярную, но измененную с учетом критики. У него есть обоснования выборов и проверка на кросс-культурную валидность. Он использует многомерные статистические методы и получает универсальную структуру ценностей и ценностные измерения, которые коррелируют с имеющимися измерениями Рокича, Хофстеде, Инглхарта. Его определение ценностей состоит из шести частей, пять из которых почерпнуты из предыдущих теорий. И, наконец, в рамках одной теории он разрабатывает два уровня измерения: культурный и индивидуальный, при этом для каждого из этих уровней используются разные наборы ценностных параметров.

Итак, пытаясь объединить все то общее, что было в определениях ценностей до него, Шварц дает им комплексное определение:

- 1) Ценности это убеждения, которые сложно связаны с аффектами.
- 2) Ценности направляют желаемые цели, которые мотивируют деятельность.
- 3) Ценности выходят за границы отдельных действий и ситуаций.
- 4) Ценности служат в качестве эталонов или критериев.
- 5) Ценности упорядочены по важности друг относительно друга. Упорядоченный набор ценностей формирует систему ценностных приоритетов.
- 6) Относительная важность множества ценностей руководит действием (это связано с тем, что любая установка или поведение связаны обычно с несколькими ценностями, и лишь относительная важность разных ценностей может направить поведение в ту или иную сторону) (Schwartz, 2007).

Более кратко, **ценности** – это желаемые, цели, различающиеся по важности, которые служат ведущими принципами в жизни людей. Тип мотивационной цели, которую выражает данная ценность, выступает критерием отделения одной ценности от другой.

Шварц считает, что большинству исследователей не удастся в своих исследованиях удержать соответствие всем выделенным шести пунктам, наибольшие проблемы вызывает всеми полагемый, но не соблюдаемый принцип надситуативности ценностей. Например, Инглхарт при выводе постматериалистических ценностей использует привязанные к конкретной ситуации высказывания; другие пытаются обойти проблему надситуативности с помощью обобщения высказываний о разных ситуациях. Другая проблема в том, что большинство исследований не измеряют важность, а используют мнения о согласии или одобрении, после чего исследователь непрямым путем пытается делать вывод о ценностях. И, наконец, большинство исследователей оказались сосредоточены только на части ценностей – даже Рокич, ставивший целью охватить все разнообразие ценностей не включил в свой список ценности традиции и власти. Поэтому большинство предложенных измерений ценностей не могут претендовать на универсальность, а значит, и на название «базовые жизненные ценности», поскольку последние должны охватывать по крайней мере большинство частных ценностей и должны иметь сходную структуру во всех культурах (то есть присутствовать, пускай в разной степени, во всех культурах).

Ценности для Шварца имеют два источника: базовые потребности человека и социальный опыт. Базовые ценности выражают в форме осознанных целей три универсальных императива человеческого существования, с которыми вынуждены считаться все индивиды и общества. Речь идет о потребностях индивида как биологического организма (1), о требованиях, вытекающих из необходимости координированного взаимодействия между людьми (2) и о потребностях человеческих групп в выживании и благополучии (3). (Schwartz, 1992; 2005). Общий социальный опыт (такой как экономическая депрессия) также влияет на ценности людей, но уже на другом уровне – на уровне целой культуры или общества. На основании трех «императивов существования» Шварц выводит 10 отдельных ценностей на индивидуальном уровне и 7 ценностей на уровне культур. С помощью расширенного и модифицированного опросника Рокича, он провел опросы в десятках стран, в результате чего уточнился список отдельных ценностей, их содержание и структура.

Шварц называет отдельные выведенные им ценности также латентными мотивационными типами, подчеркивая тем самым их непрямую связь с поведением – «ценности определяют действия настолько, насколько они актуальны в данном

контексте (то есть высока вероятность их активизации) и насколько важны для действующего субъекта» (Schwartz, 2007).

Шварц критиковал Рокича за его разделение ценностей на терминальные и инструментальные. Проведя эмпирическую проверку в разных странах, он обнаружил, что там, где все ценности были сформулированы как терминальные (в Финляндии и Гонконге), они получали те же оценки, что и другие ценности (Schwartz & Bilsky, 1990). Кроме того в дальнейших исследованиях (Schwartz, 1992) было показано, что разделение на терминальные и инструментальные ценности сводится лишь к форме предлагаемых для оценки слов: первые – существительные, а вторые – прилагательные. Такие различия Шварц отмечает как несущественные, говоря, что дело не в форме вопроса, а в содержании каждой ценности, и поэтому привязка одних содержательных ценностей исключительно к инструментальным, а других – исключительно к терминальным представляется ошибочной; а единственное различие между ними – в степени важности данной ценности.

По большому счету, Шварц немногим дополнил существующие теоретические разработки понятия ценностей – однако он собрал все существенные идеи, рассеянные по научной литературе за 30 лет, обновил и дополнил инструментарий Рокича с учетом большинства критических замечаний и провел эмпирическую проверку этих обобщений, в результате получив универсальную теорию базовых жизненных ценностей.

Размытость понятия «ценности», которую отмечают все исследователи от К. Клакхона в 1951 г. до Ш. Шварца в 1992 г. и авторов обзоров в 2003 г., до сих пор представляется действительно большой проблемой, поэтому определение Шварца, объединяющее множество предшествующих, является на сегодняшний день наиболее адекватным и признанным, представляя собой компромисс, дающий возможность относиться к термину «ценности» как к научному понятию.

С момента появления понятия ценностей в социологии состоялся переход от ценностей-предметов (у Томаса и Знанецкого) к ценностям-установкам (у Олпорта), ценностям-представлениям (у Клакхона), ценностям-убеждениям (у Рокича). Понятие ценностей на сегодня превратилось в широкий конструкт с многими подвидами, такими как трудовые ценности, экологические ценности и так далее. Интегрирующим понятием, задающим цели для всех этих подвидов, является понятие базовых жизненных ценностей.

1.2. Эмпирические сравнительные исследования ценностей

В этом разделе мы опишем различные сравнительные эмпирические исследования ценностей и близких к ним явлений, то есть исследования, сосредоточенные на

эмпирической фиксации культурных и/или страновых различий, проведенные по единой методике в разных культурах. Каждый подраздел строится по одной схеме – сначала описываются особенности теоретического и методологического подхода, ценностные координаты (параметры) и методология эмпирического исследования, затем описывается конкретное расположение культурных/страновых групп в системе этих координат, закономерности их расположения, а также корреляты ценностных координат, и, наконец, положение России в этих измерениях (если она была включена в исследование).

Заметим, что страна и культура далеко не всегда тождественны. В соответствии с темой исследования нас интересуют в первую очередь именно межстрановые различия в ценностях. Почти все описанные ниже исследования посвящены межкультурным сравнениям, однако фактически сравниваются населения различных стран. В отдельных случаях авторы разводят понятия культуры и страны, но даже в этих случаях описывают и основываются на межстрановых различиях. Насколько это корректно, насколько страна и культура совпадают – вопрос эмпирический. Как мы показали на примере сравнения русскоязычных и титульных групп населения различных стран, в четырех из пяти случаев страна оказалась более важным фактором в определении ценностей респондента, чем его языковая принадлежность (Руднев, 2009). Другими словами, очень часто «страна» и «культура» не совпадают, но при этом выбор одной из них как единицы анализа базовых ценностей зависит от целей исследования, а в идеальном случае – проверяется эмпирически. Как бы там ни было, разница между страной и культурой существует и ее важно принимать во внимание.

1.2.1. Ранние антропологи

Сравнительному изучению ценностей предшествовали многочисленные этнографические, антропологические и социально-психологические работы, сосредоточенные в первую очередь на разработке теории и основанные на кабинетных исследованиях, а эмпирически фиксирующие лишь некоторые черты отдельных представителей культур. В. Вундт в своей «Психологии народов» (1900-1920, на русском - Вундт, 2002) одним из первых заговорил об особенностях представителей различных культур с приближенной к научной точке зрения. Вслед за ним стали появляться и первые эмпирические исследования, такие как пятитомный «Польский крестьянин в Европе и Америке» В. Томаса и Ф. Знанецкого, основанный на анализе личной корреспонденции, использующий биографический метод и в котором впервые широко использовалось понятие ценностей. Вошедшие в моду в 30-х годах в США попытки «понять другие культуры» – в первую очередь индейские – постепенно стали приобретать научный

статус. Ф. Боас проводил исследования индейских племен, внося существенный вклад в методологию полевых исследований. Боас был крайним скептиком в отношении существовавших до него методов антропологических исследований и предъявлял значительно более строгие требования к качеству получаемой информации, а также развивал идею уникальности каждой культуры и необходимости изучения каждой своим особым методом (позже такой взгляд получил название «эмик-подход»); он же одним из первых разделил «индивидуальную» и «народную психологию», то есть индивидуальный и групповой уровни анализа культуры (в дальнейшем – ценностей). Ученица Боаса Рут Бенедикт в книге «Модели культуры» разработала теорию, согласно которой культуры отличаются друг от друга «центральной темой», вокруг которой строятся остальные элементы культуры и на основе изучения нескольких индейских племен выделила две таких темы: аполлонийскую и дионисийскую (Лурье, 1998). В другой книге – «Хризантема и меч», написанной по заказу американского правительства во время войны с Японией, она сравнила американскую культуру с японской, выделяя специфические качества японцев. Это исследование носило кабинетный характер, но при этом дало ряд важных результатов, подтвердившихся позже (например, в Китайском ценностном опросе): одной из них стало разделение на «культуры вины» и «культуры стыда», другой – раскрытие этики «гири» (т.е. стремление «не упасть лицом в грязь») (Говорунов, 2009). А. Кардинер переносит акцент с культуры на психологические особенности ее членов и разрабатывает понятие «структура основной личности» (Лурье, 1998). Р. Линтон, а позднее и К. ДюБуа разрабатывают представление о культурных особенностях как свойствах психики *модального* количества представителей данной культуры. Линтон через определение культуры как совокупности усвоенного индивидами поведения вышел на понятие ценностей как центрального элемента в этом «усвоении» (там же). Дж. Горер в своем изучении русских использует психоанализ и выдвигает концепцию позже получившую название «пеленочный детерминизм» (Клейн, 2005). Десятки других исследователей также пытались понять причины культурных различий и предлагали для этого множество различных гипотез, однако совсем не многие стремились проверить свои гипотезы на существенном по объему эмпирическом материале. Остановимся здесь лишь на тех, кому удалось осуществить эмпирическую проверку своих гипотез.

1.2.2. Исследования национального характера (от А. Инкелеса до Р. МакКре)

Одними из важнейших предшественников кросс-культурных исследователей ценностей являются исследования национального характера, в частности, проведенные Инкелесом и Левинсоном (Inkeles, Levinson, 1954, Inkeles, 1996). Эти исследователи не

изучали ценностей как таковых, их интересовали, как и ранних антропологов, особенности представителей разных культур вообще, в особенности их интересовало понятие национального характера, широко распространенное в публицистике и идеологической риторике. Они задались целью раскрыть суть этого понятия и проверить его существование на эмпирическом материале. Поскольку «характер» чаще всего связывается с личностными психологическими характеристиками, то о «национальном характере» можно говорить только с точки зрения статистических тенденций, то есть о преобладающем в данной «нации» (культуре) психологическом типе. Для обозначения статистической тенденции Инкелес и Левинсон привлекают теорию модальной личности Кори ДюБуа. На этой основе они дают такое определение **национального характера** - «относительно длительные личностные характеристики и паттерны, являющиеся модальными среди взрослых членов общества» и уточняют, что «это гипотетическая сущность, которая может существовать или нет» (Inkeles, 1996, p. 17).

Такой подход принципиально отличается от функционалистского - он исходит из присутствия в обществе конкретных типов личности, тогда как функционалисты подчеркивали потребности социальной системы, которая формирует «под себя» необходимый ей характер членов данного общества. По убеждению Инкелеса, характерное для функционалистской школы изучение институтов, ритуалов, фольклора отражает не столько характер, сколько представления индивидов. Автор обращает внимание на то, что многие этнографы рассматривают один тип личности как основной, а остальные – как девиантные, хотя нужно учитывать, что культура может обладать несколькими модальными личностями, или вовсе не обладать национальным характером.

Подробно изучив опыт эмпирических исследований культурных особенностей с 1935 по 1965 гг., Инкелес приходит к выводу, что основная проблема таких исследований (заметим, что она актуальна до сих пор!) состоит в отсутствии ясной устоявшейся аналитической схемы, то есть универсальной системы понятий и описательных переменных, дающих возможность описывать и сравнивать модальные личности. Для решения этой проблемы, он разрабатывает собственную программу исследования, состоящую в том, чтобы опрашивать большие выборки представителей некоторой культуры с помощью батареи психологических методик, таких как Тематический апперцептивный тест, тест Роршаха, незаконченные предложения и проективные вопросы. Эти тесты были проведены на трех выборках: американской, германской и русской.

Русская выборка включала в себя три тысячи респондентов, попавших по различным причинам в США во время второй мировой войны, из которых были отобраны

51 человек для глубокого клинического исследования – русские «по национальности», сходные по возрасту. Их результаты сравнивались с сопоставимой выборкой американцев. Итак, **портрет модальной личности русского** оказался таким.

Ярко выраженные потребности принадлежности (аффилиации), отсутствие потребности в достижениях. У русских, по сравнению с американцами, намного меньше развиты защитные механизмы, позволяющие управлять аффектами. Одними из важнейших психологических черт русских является настороженность, подозрительность, недоверие. При проверке предложенного Рут Бенедикт разделения на культуры вины и стыда различий между русскими и американцами найдено не было. Вместо этого было отмечено, что у русских возникают чувства и вины, и стыда, когда они нарушают нормы межличностного взаимодействия, такие как доверие, честность, верность другу, а у американцев эти же чувства возникают при нарушении «публичных» норм, таких как этикет или хорошие манеры. К властным фигурам русские относятся с большим страхом и менее оптимистическими ожиданиями. Они стараются увидеть в окружающих людях совокупность внутренних качеств, их сущность, а американцы больший акцент делают на внешнем поведении.

Полученные характеристики Инкелес интерпретирует в терминах модальной личности советской культуры, принимая довольно сомнительное допущение, что пятьдесят изученных эмигрантов репрезентируют советскую культуру. На основании этого допущения высказывается ряд предположений о связи психологических черт модальной личности советского человека с особенностями сталинского режима, коммунизмом, социальной структурой советского общества и другими переменными. Он указывает, что несмотря на небольшой размер выборки полученные результаты оказались сходны с «традиционным историческим и литературным характером» русского человека и отмечает, что подобный характер людей, скорее всего, явился одной из культурно-психологических предпосылок возникновения общества советского типа.

Несмотря на широкую программу исследований Инкелеса, в заключении своей книги он приходит к выводу, что при существующем состоянии методов исследования, говорить о наличии у какой-либо «нации» национального характера нельзя (Inkeles, Levinson, 1969; Inkeles, 1996).

Исследование Инкелеса стало примером для множества исследований национального характера и национальных стереотипов. Дайкер и Фрийда уже в 1960 г. (Duijker & Frijda, 1960) сделали обзор более тысячи работ на эти темы и пришли к выводу, что ни одно из них не было в достаточной степени эмпирически подтверждено, ни одно не было основано на репрезентативных выборках, ни одно не пользовалось

стандартизированными инструментами (там же, с. 21). Впрочем, эти недостатки не уменьшают большой значимости этих исследований как попыток отделить стереотипы и мифы от фактов, пускай реализованные с методологическими недостатками. Этот тренд исследований имел смысл не только как почва для развития современной методологии кросс-культурных исследований, но также имел большой общественный резонанс – веками существовавшие стереотипы и предрассудки (расовые, религиозные, национальные) были проверены научными методами. На наш взгляд, такая роль кросс-культурных исследований остается актуальной и по сей день.

Исследования личностных черт, несмотря на их не очень высокую результативность, не прекратились. В последнее десятилетие это направление получило свое развитие – на новом методологическом уровне – в исследованиях **Роберта МакКре**, привлекая для этого пятифакторную модель личности – наиболее популярную сегодня теорию личностных черт. С помощью методики NEO-PI-R МакКре с соавторами провел опрос небольших выборок в 49 странах (Terracciano *et al.*, 2005). Для проверки существования национального характера они создали специальный опросник, отражающий те же пять личностных факторов, но предлагающий оценить не себя, а типичного представителя культуры, например: «Характерно ли для русского человека быть тревожным, нервным и взволнованным или спокойным, расслабленным и уравновешенным?» (Там же, с. 97). Корреляции между чертами личности респондентов и оценками типичного представителя культуры (на индивидуальном уровне) были значимы лишь в четырех из 49 стран, причем в России корреляция была наибольшей по абсолютному значению и отрицательной по знаку. Другими словами, в России расхождение между стереотипом русского и чертами личности конкретных людей оказалось наибольшим среди представителей 49 стран. Только в нескольких странах, таких как Польша и Япония, черты личности соответствовали зафиксированным стереотипам. А на уровне агрегированных по странам данных корреляции и вовсе не превышали 0,3, из чего делался вывод о несоответствии психологических особенностей представителей разных стран существующим стереотипам. Ключевым моментом в исследованиях МакКре и его коллег является их убеждение в существовании «национальных» черт личности, под которыми они подразумевают средние по стране показатели пятифакторной модели, привязывая их даже не столько к культуре, сколько к географическому месту (Allik, McCrae, 2004). Россияне, оказываясь по результатам кластерного анализа и многомерного шкалирования между испанцами, бельгийцами и португальцами, характеризуются средневысоким уровнем *Невротизма*, средними уровнями *Экстраверсии*, *Открытости* и *Сознательности* (*Conscientiousness*), а также

самым низким среди 36 стран уровнем *Доброжелательности* (*Agreeableness*) – (McCrae, Allik, 2002:112).

Критика исследований МакКре состоит из нескольких частей: во-первых, это критика самой пятифакторной модели, использовавшейся в этих опросах, во-вторых, критика процедуры усреднения психологических черт отдельных индивидов на уровне страны, и, в-третьих, критика недостаточной репрезентативности – выборки в каждой из стран не превышают 200–300 человек, как правило, студентов одного университета.

Если обратиться к опроснику NEO-PI-R, на основе которого производился опрос, то оказывается, что он во многом схож с опросниками, направленными на измерение ценностей. Например, и в опроснике Рокича, и в NEO-PI-R есть показатель с общим смыслом «чистота», и на уровне показателей они отличаются только тем, что когда исследователя интересуют ценности, он получает информацию о том, *насколько важна* для респондента чистота, а когда изучают черты, то узнают *насколько респондент считает себя* чистоплотным. То есть на уровне показателей граница между ценностями и чертами пролегает там, где желание обладать определенной чертой отделено от представления о наличии у себя этой черты. В связи с этим, одним из интересных и перспективных направлений исследований может стать сопоставление на эмпирическом материале личностных черт и базовых ценностей индивидов – в том числе в различных странах.

1.2.3. Гарвардское исследование пяти культур (Ф. Клакхон и Ф. Стродбек)

С именами Флоренс Клакхон и Фреда Стродбека связано возникновение систематического кросс-культурного изучения ценностей. В их книге «Variations in value orientations» 1961 г. (Kluckhohn, Strodtbeck, 1961) они изложили результаты исследования ценностей, проведенного с помощью интервьюирования представителей пяти культур юга США – индейцев навахо и зуни, американцев мексиканского происхождения, техасских поселенцев и мормонов. Опрос осуществлялся в рамках Гарвардского сравнительного исследования ценностей, инициированного К. Клакхоном и Т. Парсонсом, что в большой степени определило его теоретическую базу.

Исходя из определения ценностей, данного К. Клакхоном («представление о желаемом... которое *влияет на выбор* режимов, средств и исходов действия» — Kluckhohn, 1951, курсив мой) и основываясь на теории функционализма, они представляли себе ценности как *причины выбора* в ситуациях, предоставляющих такой выбор. А ценностные ориентации являются *результатом решения* людьми конкретных

вопросов⁴. Авторы попытались найти такие вопросы (а также возможные варианты ответов на них), которые приходится решать всем людям в различных культурах.

Авторы принимают ряд допущений: о том, что есть ограниченное количество принципиальных вопросов, которые приходится решать всем людям во все времена; о том, что есть лишь ограниченное количество ответов на эти вопросы, следовательно, сочетание вопроса и ответа - определенная переменная, принимающая ограниченное число значений. И, наконец, все решения всех подобных вопросов представлены во всех обществах во все времена, но распределения разных вариантов ответов на эти вопросы в разных обществах различны. Паттерн ответов человека на подобные вопросы и составляет содержание его ценностных ориентаций.

На основании этих допущений, Клакхон и Стродтбек выделяют пять вопросов и ряд ответов, которые приходится решать всем людям: Как относиться к природе? Какова врожденная сущность человека? Каков временной фокус человеческой жизни? Как относиться к другим людям? Какова основная мотивация поведения людей в обществе?

Помимо вопросов, они постулируют и перечень возможных ответов на эти вопросы, в результате чего формируют 5 ценностных параметров (dimensions), каждый из которых и воплощает определенную ценностную ориентацию:

1. Отношение к природе (господство, гармония, подчинение);
2. Природа человека от рождения (злой, добрый, смешанный, нейтральный), а также его способность меняться в течение жизни или отсутствие этой способности. То есть шесть вариантов: злой и может меняться, злой и не может меняться, добрый и может меняться и т.д.;
3. Временная ориентация (прошлое, настоящее, будущее);
4. Мотивация поведения (быть, быть-в-становлении, становиться);
5. Отношение к окружающим (иерархическое, равноправное, индивидуалистическое)⁵.

Также они предлагают, но не используют в дальнейшем параметр концепции личного пространства (маленькое, среднее, большое). Посчитав параметр «природа человека от рождения» слишком абстрактным и сложным для операционализации и для понимания необразованными людьми, они отказались также и от него. Изучение обоих

⁴ Заметим, что в современной литературе термины «ценности» и «ценностные ориентации» употребляются как синонимы.

⁵ В русскоязычной литературе существует множество различных переводов этих пяти вопросов и ответов, так, например, С. Лурье переводит пятый вопрос как «модальность межчеловеческих отношений» (Лурье, 1998), Т. Емельяненко – как «модальность отношения человека к человеку» (Емельяненко, 1997), Сусоколов и Сорвин – как «модальность взаимоотношений (референтные группы)» (Сусоколов, Сорвин, 2002) и т. д.

этих параметров нашло продолжение в работах последователей этого подхода (Hills, 1998, Maznevski *et al.*, 2002).

На основании этих измерений, авторы разработали инструментарий, представляющий собой набор жизненных ситуаций, в которые попадает человек, например, для фиксации отношения к природе использовалась такая ситуация, в которой ответы предлагалось проранжировать по степени согласия с ними (“way you feel”, “best idea”):

«Если я заболею, то:

- а) врачи найдут способ вылечить меня (господство),
- б) я должен жить правильно, тогда не заболею (гармония),
- в) я ничего не могу с этим поделать, придется принять как есть (подчинение)».

Опросив несколько десятков человек из разных культур, но живущих в одинаковой окружающей среде и в одну и ту же эпоху, они сопоставили их ценностные ориентации, составили их профили и с применением математических методов проверили различия этих профилей.

Исследование Клакхон и Стродтбека сыграло важную роль как один из первых эмпирических подходов к изучению ценностей. По словам критиков, этот проект "не преуспел в синтезе различных подходов, как не произвел своего собственного, так и не сделал вклад (каким-либо очевидным способом) в существующую теорию ценностей ". Но для своего времени проект оказался самым ярким и значительным вкладом в исследования, пытающиеся раскрыть феномен ценностей (Powers, 2000). Этот подход получил свое развитие среди антропологов (например, Russo, 1992, Hills, 1980) и среди специалистов по международному менеджменту (Kohls, 1981, Gallagher, 2001, Maznevski *et al.*, 2002), некоторые идеи заимствовал Тромпенаарс (Trompenaars, Hampden-Turner, 1998).

М. Мазневски с соавторами (Maznevski *et al.*, 2002) разработала формализованный опросник на основе шести измерений ценностей и провела опрос на небольших выборках в пяти странах (США, Канаде, Мексике, Нидерландах и Тайване). Несмотря на декларируемые шесть измерений, респонденты из разных стран реально описывались по 16 параметрам. Несмотря на то, что этот подход был разработан исключительно для прикладных исследований, он представляет интерес как альтернативный вариант развития исследований ценностей, и одна из привлекательных его черт – это большое количество параметров.

1.2.4. Прикладной подход к изучению ценностей (Ф. Тромпенаарс)

Ф. Тромпенаарс, также как упомянутая выше М. Мазневски, уже в 1990-х разработал прикладной метод изучения ценностей на основе одного из старых подходов: базу для своих измерений ценностей он нашел в пяти «типовых переменных» Парсонса, а также в двух измерениях Клакхон и Стродтбека (Trompenaars, Hampden-Turner, 1998).

Тромпенаарса интересует возможное влияние кросс-культурных различий на организацию бизнеса и вытекающие из этого практические следствия: как нужно вести себя менеджеру в той или иной стране (Trompenaars, Wooliams, 2003), каковы особенности рынка и как корректировать маркетинговую стратегию в соответствии с культурными особенностями (Trompenaars, Wooliams, 2002). На этом построена его теоретическая база и через эту призму он видит и ценности: как разделяемые с другими членами представления человека о нравящемся или желаемом (Trompenaars, Wooliams, 2003).

Тромпенаарс выделяет семь измерений ценностей, пять из них заимствованы из дихотомий Парсонса и две – из работы Клакхон и Стродтбека. Существует эмпирическое подтверждение лишь трех ценностных измерений, разработанных им в соавторстве с П.Б. Смитом и Ш. Дуганом (Smith, Dugan, Trompenaars, 1996): Консерватизм/Эгалитаризм, Мягкое вовлечение/Утилитарное вовлечение, третье измерение не поддалось интерпретации.

Г. Хофстеде (Hofstede, 1996) протестировал измерения Тромпенаарса и выяснил, что только два измерения могут быть названы валидными и оба они высоко коррелируют с измерением индивидуализма Хофстеде⁶.

Инструмент, фиксирующий эти семь измерений, отличается неравномерностью - в одних случаях используется стандартная шкала согласия-несогласия Лайкерта, в других - это описание ситуации для решения, в третьем случае - это вынужденный выбор из пары утверждений, а иногда – полупроективный тест (подробнее см. Trompenaars, Wooliams, 2003, p. 82, Trompenaars, Hampden-Turner, 1998, p. 129).

Тромпенаарс провел опросы более чем в 50 странах (по другим источникам - более чем в 100 странах), респондентами становились менеджеры из разных стран, целенаправленно опрашиваемые или проходившие тренинги по кросс-культурной коммуникации.

В измерениях Тромпенаарса россияне тяготеют к полюсу партикуляризма (личные мотивы в противовес всеобщим стандартам), внешнего локуса контроля (снятие с себя ответственности), к синхронному полюсу в измерении синхронность/секвенсивность

⁶ Критическую статью, посвященную проверке этого подхода, Хофстеде иронично называет "По волнам коммерции: проверка "модели" культурных различий Тромпенаарса" (Hofstede, 1996), обыгрывая название программной книги Тромпенаарса "По волнам культуры".

(склонность делать одновременно несколько вещей), к полюсу "происхождения" на континууме происхождение/достижение, а также обладают высокими значениями аффективной нейтральности (склонность к сокрытию эмоций). В середине континуума, то есть не выделяются россияне по таким параметрам как индивидуализм/коммуитаризм и специфичность/диффузность. В ориентации на время россияне предпочитают прошлое, которое для них важнее будущего, а также кратковременную перспективу.

Существует также множество других прикладных подходов к изучению ценностей, например, Maznevski *et al.*, 2002, RISC (Докторов, 1994), GLOBE (House, Javidan, Dorfman, 2001, Грачев, 1999), INRA (Дубин, 1995), ROPER (Голов, 1997). Эти исследования основаны на убеждении в том, что ценности являются хорошими индикаторами культурных особенностей, а знание последних необходимо для развития маркетинговых стратегий, межкультурного взаимодействия менеджеров и для учета специфики развития бизнеса в разных странах. Все эти исследования объединяет то, что индикаторы и методология получения ценностных измерений и конкретных данных по ним не раскрываются, поэтому не представляется возможным в полной мере раскрыть их смысл, убедиться в надежности методологии (необходимое требование возможности фальсификации по Т. Куну), качестве выборок и сравнить полученные результаты с результатами других исследований.

1.2.5. Культурные синдромы в исследованиях Г. Триандиса

Гарри Триандис работал в различных направлениях кросс-культурных исследований и считается одним из основателей кросс-культурной психологии. Одним из основных направлений его деятельности стали исследования по измерению индивидуализма–коллективизма в разных культурах (Triandis, 1995). Начав с рассмотрения этой характеристики культуры как сравнительно частной, Триандис впоследствии стал трактовать ее как важнейший компонент «субъективной культуры». Понятие «субъективной культуры» он позаимствовал у Зиммеля (Simmel, 1997). **Субъективную культуру** Триандис определяет как «общие убеждения, установки, нормы, роли и ценности, присутствующие у людей, говорящих на определенном языке, живущих в определенный исторический период в определенном географическом регионе. Эти элементы передаются из поколения в поколение» (Triandis, 1995, р. 6). Он занимается не столько поиском закономерностей и параметров культурных различий, сколько описанием устойчивых сочетаний культурных особенностей, или **культурных синдромов**. Под последними Триандис подразумевает систему элементов некоторой субъективной культуры (т.е. нормы, ценности и т.д.) «а) организованные вокруг темы, б)

межкультурная вариативность которых больше внутрикультурной, в) имеющие связь с географическим положением» (Triandis, 1993). Темы, вокруг которых могут организовываться элементы субъективной культуры, неисчерпаемы: это сложность, «теснота» социальных связей, ориентация на вертикальные или горизонтальные связи, активность/пассивность и так далее. Каждая из таких тем формирует культурный синдром, их количество также не ограничено (Triandis, 2002). Триандис уделял наибольшее внимание одному из них: индивидуализму/коллективизму.

Коллективизм он определяет как "социальный паттерн, состоящий из тесно связанных индивидов, которые видят себя частями одного или нескольких коллективов (семья, коллеги, клан, нация); в первую очередь мотивированы нормами и обязанностями, наложенными на них этими коллективами; хотят отдавать приоритет целям коллектива в ущерб своим собственным целям; акцентируют свою связанность с членами этого коллектива" (Ibid., p. 3).

Позднее коллективизм был разделен на горизонтальный и вертикальный. Горизонтальный коллективизм подразумевает слияние индивида с группой и абсолютное равенство членов группы. Вертикальный же коллективизм акцентирует неравенство внутри группы, которое принимается ее членами как должное, для такого паттерна характерна жертвенность и «служение» (Singelis, Triandis, 1995, p. 245).

Индивидуализм – это "социальный паттерн, состоящий из слабо связанных индивидов, которые видят себя независимыми от коллективов; в первую очередь мотивированы своими собственными приоритетами, потребностями, правами и договорами, заключенными с другими; отдают предпочтение личным целям над целями коллектива; акцентируют рациональный расчет преимуществ и недостатков сотрудничества с другими" (Triandis, 1995, p. 3).

Горизонтальный индивидуализм подразумевает автономность индивида, но акцентирует равенство всех индивидов, тогда как вертикальный индивидуализм акцентирует неравенство, центральной темой для него является конкуренция (Singelis, Triandis *et al.*, 1995, p. 245).

Помимо упомянутых в определении, у коллективистских и индивидуалистских культур существует множество характеристик, которые отличают первых от вторых. Например, отношение к аутгруппам в коллективистских культурах (к которым, по Триандису, относится и Россия) очень отличается от отношения к ингруппам, для них эта граница проходит четко. К представителям аутгруппы существует негативное отношение, это происходит из-за того, что большинство индивидов являются членами одной (или малого количества) ингрупп. В индивидуалистских культурах к ингруппе и аутгруппе

отношение почти одинаковое, поскольку каждый индивид является членом множества ингрупп и жестко не привязан ни к одной из них.

Важное замечание Триандис делает насчет исторической перспективы индивидуализма/коллективизма. В примитивных обществах существует прото-индивидуализм, поскольку ресурсов настолько мало, что ни одна группа не может полностью обеспечить потребности индивида, отсюда слабая связь между индивидами и трудности коммуникации. В традиционном обществе возникает коллективизм, поскольку одна группа (или их небольшое число) обеспечивает индивида всеми необходимыми ресурсами, требуя от него за это лояльности и отказа от личных целей. Коллективный труд обеспечивается членством в группе, благодаря чему достигается приемлемое количество благ. И, наконец, на следующем этапе, в развитом промышленном обществе возникает нео-индивидуализм, основанный на изобилии ресурсов: индивид имеет возможность преследовать свои собственные цели, не проявляя абсолютной лояльности ни одной из групп, поскольку и без этого способен обеспечить себя ресурсами, лишь номинально участвуя в различных группах (Triandis *et al.*, 1988).

Определения, данные выше, являются характеристиками культур и сообществ. Ориентации же *индивидов* получают у Триандиса специальное название: «идиоцентризм» (индивидуалистическая ориентация) и «аллоцентризм» (коллективистическая). Аллоцентричные индивиды считают важными ценности сотрудничества, равенства, честности, они отмечают более сильную и более качественную социальную поддержку; идиоцентрические же индивиды ценят комфортную жизнь, конкуренцию, удовольствие и социальное признание, среди них выше уровень мотивации достижения, отчуждения, анонии и одиночества (Triandis *et al.*, 1986). Аллоцентричные и идиоцентричные индивиды существуют и в коллективистских и в индивидуалистских обществах, однако в коллективистских, преобладают аллоцентрики, а в индивидуалистических – идиоцентрики (Triandis, 1995, р. 5). Соответственно, аллоцентрики лучше чувствуют себя в коллективистских обществах и лучше коммуницируют с себе подобными, чем с идиоцентриками, та же тенденция характерна и для идиоцентриков.

Большинство идей Триандиса проверялось на выборках из небольшого количества стран, что не позволяло в достаточной степени подтвердить его идеи. Частично с помощью опросов, частично по косвенным признакам Россию он относит к типично коллективистским странам (также как и Бразилию, Индию, Китай и Японию).

Хотя Триандис специально не фокусировал внимание на ценностях и не проводил масштабных кросс-культурных исследований, его идеи оказались очень плодотворными.

1.2.6. Подход М. Рокича к изучению ценностей и исследования его продолжателей

Рокич стал одним из первых ученых, осуществивших исследование жизненных ценностей с помощью формализованных опросников на репрезентативной выборке. Если Клакхон и Стродтбек были антропологами и интересовались культурными паттернами, то Рокича интересовала связь между ценностями, с одной стороны, и социальными и поведенческими переменными, с другой. Одним из первых (Rohan, 2000) он обнаружил гендерные, расовые, электоральные особенности групп людей, разделяющих различные ценности.

Прежде всего, Рокичу удалось разработать очень экономичный инструмент, применимый в массовых опросах (процедура занимала всего 15-20 минут – Rokeach, 1974). Очевидно, что формализованное интервью Клакхон и Стродтбека, предлагающее разрешить различные жизненные ситуации, было бы крайне затруднительно использовать в исследованиях общественного мнения, особенно, если эта часть дополнялась бы рядом других вопросов. Рокич же сделал инструмент в формате стандартной анкеты, использование которой дало возможность изучать ценности и их корреляты как простые социологические признаки, то есть а) на индивидуальном уровне, б) с использованием статистических методов, и – самое важное – в) обладая возможностью проверять различные гипотезы о роли ценностей в их связи с любыми другими социально-демографическими или психологическими переменными.

Методика представляет собой два набора по 18 карточек, каждый из которых предлагается разложить «по их важности для ВАС, как ведущие принципы ВАШЕЙ жизни» от наиболее важных (вверху) до наименее важных (внизу) – (Rokeach, 1974). Один набор карточек – это *инструментальные* ценности, выраженные в форме прилагательных с пояснением в скобках, другой – это *терминальные* ценности, выраженные в форме существительных с пояснением, например: «НАСЫЩЕННАЯ ЖИЗНЬ (побуждающая, активная жизнь)» (Rokeach, 1969). По результатам раскладывания карточек, каждая ценность получала свой ранг.

Критике в процедуре опроса был подвергнут прежде всего метод ранжирования ценностей, который вызывает искусственную взаимозависимость ценностей и сильно зависит от конкретного набора ценностей (так, если например поменять только одну ценность из списка, то меняются и ранги многих других). Несмотря на важность ранжирования, как соответствующего представлениям Рокича об иерархии ценностей, большинство продолжателей этого подхода отказались от этой процедуры в пользу

оценки каждой ценности по отдельности (т.е. рейтинга), см., например: Munson, Posner, 1980.

Подвергалось критике допущение Рокича о том, что его список ценностей является исчерпывающим и необходимым (то есть не может быть сведен к меньшему количеству ценностей — Rokeach, 1974). Дальнейшие исследования в рамках этого подхода связаны с расширением списка ценностей. С.-Х. Нг (Ng *et al.*, 1982) предложил добавить в список несколько ценностей, отражающих южно-азиатские реалии – такие, как власть, справедливость и другие. Ли (Lee, 1991), проводивший исследование в Южной Корее по методике Рокича и параллельно изучавший ценности по материалам корейских школьных учебников, пришел к выводу, что в методике не хватает конфуцианских коллективистских ценностей: сыновний долг, гармония и единство с окружающими, сотрудничество и гибкость. Он также предложил включить в список ценностей бережливость, инициативность и агрессивность. Шварц и Билски расширили список более чем до полусотни ценностей (Schwartz, Bilsky, 1990).

Методика Рокича была апробирована и проверена на валидность лишь в США и являлась фактически эмик-инструментом, то есть пригодным для проведения измерений только в одной культуре (см. Berry, 1969), применение же ее в других странах потребовало модификаций.

В США теория и методика Рокича работали вполне успешно и демонстрировали валидность. С использованием этой методики в 1969 и в 1971 гг. в США были проведены опросы на репрезентативных выборках, показавшие устойчивость результатов и зафиксировавшие «основные ценности американцев»: мир, свобода, семья, честность, работа и ответственность, отрицательное отношение к гедонизму, низкая значимость эстетических ценностей, интеллекта и статуса – во всяком случае, если говорить о сознательных ориентациях людей (Rokeach, 1974).

Рокич также показал, что различаются ценности разных социальных и демографических групп: мужчин и женщин, хиппи и не-хиппи, полицейских и безработных афроамериканцев, успешных студентов и неуспешных, религиозных и нерелигиозных. Особенно подробно он описывает связи ценностей с политическими выборами, утверждая, что каждая партия несет в своей программе или олицетворяет определенные ценности, и именно за эти ценности, а не за конкретных людей и не за конкретные программы голосуют люди. Идеи американских республиканцев связаны с ценностями свободы, а демократов – с ценностями равенства, при этом особенно подчеркивается концептуальная и статистическая противоречивость ценностей равенства и свободы, обычно идущих вместе в различных идеологических программах. Рокич

находит возможным использование ценностей как индикаторов качества жизни и предлагает в связи с этим исследовать их в различных странах (Rokeach, 1970).

Теоретически Рокич предлагал два параметра для описания системы ценностей: персональные ценности – социальные; моральные – компетентностные. Однако данные из США и Австралии не подтвердили существование этих измерений (Smith, Schwartz, 1996, Feather, 1975). М. Х. Бонд на основании кросс-культурных исследований получил похожие параметры ценностей, однако после добавления туда специфических «китайских» ценностей эта структура пропала (Bond, 1988). Позднее, эти два параметра все же удалось продемонстрировать, однако уже на другой теоретической базе и на основе значительно модифицированной методики (Schwartz, Bilsky, 1990).

Нг и соавторы в 1982 г. (Ng *et al.*, 1982, Allen *et al.*, 2007) провели исследование по методике Рокича в 9 странах Южной Азии, используя вместо ранжирования оценивание по 9-балльной шкале Лайкерта и расширив список ценностей. В результате были получены четыре измерения, которые оказались высоко закоррелированы с измерениями Хофстеде, а также и с измерениями Шварца (см. ниже). Кроме того, были обнаружены значимые связи с различными характеристиками изучаемых стран – в первую очередь, с их экономическим благосостоянием.

По понятным причинам в эмпирические сравнительные исследования того времени Россия (тогда Советский Союз) не могла быть включена, однако отечественные социологи (В.А.Ядов и его сотрудники) перевели, модифицировали инструмент Рокича и провели с его помощью опрос на выборке ленинградских инженеров. Ядов и его коллеги (Ядов и соавт., 1979) продемонстрировали сходство описываемых Рокичем «основных ценностей американцев» и ценностей советских инженеров – и для тех, и для других наиболее важными ценностями были мир, семья и работа, а наименее приоритетными – гедонизм и чувственные удовольствия.

1.2.7. Исследование трудовых ценностей менеджеров по методологии Г. Хофстеде

Г. Хофстеде провел одно из трех наиболее крупных сравнительных исследований ценностей. Занимаясь организационной психологией, он провел удачный опрос менеджеров из 64 стран, включавший, помимо прочего, ряд вопросов о ценностях. Опрос предпринимался дважды, с 1968 по 1972 гг., было опрошено более 116 000 респондентов. В ходе анализа полученных данных были обнаружены ценностные измерения и обосновано их существование. Сначала Хофстеде выделил четыре измерения ценностей, затем, по итогам Китайского ценностного опроса добавилось пятое (ССС, 1987, Hofstede,

Bond, 1988), в 2008 г. под влиянием исследований М. Минкова (Minkov, 2007) возникло еще два измерения ценностей.

В первичном исследовании, которое не предусматривало выведение ценностных измерений, анкета включала очень разнородные вопросы. После первичного опроса почти непрерывно велись репликации этого исследования в разных странах, а Хофстеде продолжал совершенствовать свою анкету. За 30 лет появилось пять разных версий анкеты – сначала они касались только трудовых ценностей и могли быть использованы только среди наемных работников, но уже к 1994 г. анкета стала универсальной (Hofstede, 2008).

Хофстеде был фактически первым исследователем, который эмпирически вывел ценностные *параметры* (то есть непрерывные шкалы), так как у других они оставались либо в теоретическом виде – как у Рокича, либо представляли собой дискретные шкалы – как у Клакхон и Стродтбека. Это принципиальное методологическое продвижение, позволившее Хофстеде и другим исследователям располагать страны и культуры на континууме каждого из ценностных параметров, что позволяет фиксировать более дробные ценностные различия, чем при дискретной типологии. Семь параметров, как мы уже заметили, различаются по происхождению, но включены Хофстеде в одну систему. В таблице 1.1 эти параметры перечислены.

Таблица 1.1. Параметры Хофстеде (Составлено по *Hofstede, 2001, 2008*)

Название параметра	Содержание параметра
Дистанция власти	Неравенство, определяемое и одобряемое «снизу»
Избегание неопределенности	Дискомфорт в неструктурированных ситуациях, стремление к стабильности, абсолютной истине
Индивидуализм	Степень, в которой индивиды автономны от группы
Маскулинность	Сильное гендерное разделение ролей, агрессивность и конкурентность
Долговременная ориентация	Ориентация на будущее (накопление, фьючерсы, экономия)
Потакание желанием/Самообладание	Гедонизм, потребление, чувственная раскованность в противоположность сдержанности
Монументализм/Самоуничужение	Гордость и собственная неизменность в противоположность гибкости и скромности

Ценностные показатели формировались на уровне стран и по разным основаниям: два (*индивидуализм* и *маскулинность*) – на основе факторного анализа, два – «дискретным» способом – средние значения по различным шкалам комбинировались с процентом респондентов, выбравших определенный вариант ответа⁷. Смысл каждого измерения не вытекает из его индикаторов, часто он дополнен, если не почерпнут, из коррелятов этого измерения и приписан ему «извне». Несмотря на такой неоднозначный подход, Хофстеде очень детально изучает каждое измерение, сравнивает его с десятками других страновых показателей, разбирает возможные причины возникновения высоких и низких значений измерения и описывает следствия в различных областях – от особенностей института семьи до политических систем.

В 1986 г. М. Х. Бонд с группой китайских ученых «Chinese Culture Connection» провели опрос в 22 странах всех континентов. Анкета была составлена на китайском языке, с которого переводилась на другие, ее содержание формировалось на основе интервьюирования китайских философов, которых просили назвать «10 фундаментальных и базовых ценностей китайского народа» (ССС, 1987). Анкета представляла собой 40 словосочетаний, которые предлагалось оценить по важности «лично для респондента» по

⁷ Например, индекс Дистанции власти представляет собой комбинацию среднего значения по пятибалльной шкале страха перед начальством среди не-менеджеров, процентом (по стране) тех, кто считает своего начальника автократом или патерналистом и долю тех, кто не предпочел «консультирующего» начальника. Результаты таких комбинаций затем приводились к 100-балльной шкале (в соответствии с эмпирическим диапазоном), таким образом, каждая страна получала собственное значение на этой шкале.

9-балльной шкале. Затем данные были стандартизованы и подвергнуты факторному анализу, который дал 4 фактора, три из которых высоко коррелировали с измерениями Хофстеде, а один, «Конфуцианский трудовой динамизм», не коррелировал ни с одним из них, зато высоко коррелировал с экономическим развитием страны. На этом основании Хофстеде включил это измерение в свою анкету и на основании опроса студентов обнаружил, что это измерение существует не только в «конфуцианских» культурах, но и в западных культурах, где оно оставалось незамеченным. Поэтому новое – пятое – измерение получило название «долгосрочная ориентация» (Hofstede, Bond, 1988). Помимо этого, поиск новых измерений проводился также в странах Юго-Восточной Азии (речь идет об описанном выше опросе, проведенном Нг с соавторами по методике Рокича), но не был плодотворным. Хофстеде проверил также гипотезу о существовании «африканского» измерения ценностей, но, повторив опыт китайских ученых и опросив африканцев с помощью инструмента, разработанного самими африканцами, обнаружил лишь факторы, высоко коррелирующие с уже обнаруженными измерениями Хофстеде (Hofstede, 2001).

Подход Хофстеде продолжает пополняться новыми измерениями и сегодня. В 2007 г. М. Минков (Minkov, 2007) провел повторный анализ Всемирного исследования ценностей, с помощью которого он выделил три ценностных измерения, два из которых слабо или не коррелировали с измерениями Хофстеде, в связи с чем были включены в новую версию его системы культурных координат (Hofstede, 2008).

Опроса в России, аналогичного тем, что были в других странах, Хофстеде не проводил, но все же вывел оценки России по четырем параметрам, частично опираясь на небольшой опрос студентов (Bollinger, 1988). Россия отличается от большинства стран мира высокой *Дистанцией власти*, что подчеркивает иерархичность институтов и вертикальный характер связей (на языке эмпирических индикаторов это предпочтение авторитарного начальника либеральному и/или страх по отношению к вышестоящим), по этому показателю Россия находится рядом с такими странами, как Венесуэла, Румыния, Филиппины, Гватемала. У России высоки значения по показателю *Избегания неопределенности*, что выражается прежде всего в конформности и консерватизме, и объясняется реакцией на быстрые социальные изменения последних лет (операционально – это ориентация на соблюдение правил, спокойствие и стабильность на работе); по этому показателю Россия расположена рядом с Гватемалой, Уругваем, Сальвадором и Бельгией. По *Маскулинности* у России средне-низкие баллы, что выражается в относительно низком уровне профессиональной достижительности и ориентации на дружный коллектив и комфортное место работы; по этому показателю Россия рядом с Португалией, Гватемалой,

Таиландом и Уругваем. Низкий показатель *Индивидуализма* означает лояльность к опекающей корпорации, дающей спокойствие в ущерб различным свободам, и здесь россияне находятся рядом с Турцией, Бразилией, Ямайкой и Ираном (Hofstede, 2001, p. 502). Осознавая условность оценок России в своих измерениях, Хофстеде отмечает: «Должно быть очевидно, что в терминах ментального программирования, Восточная Европа не является гомогенной категорией», – и продолжает: «коммунистическая эра была замечательно неэффективна в изменении ментальных программ; старые способы мышления, чувствования и поведения возрождаются. Достоевский и Толстой до сих пор, по моему убеждению, лучшие проводники для тех, кто пытается понять русский ум» (Hofstede, 1996, p. 15).

Независимо от Хофстеде российские исследователи провели несколько опросов различных небольших выборок с помощью его инструментов и интерпретировали данные с помощью его ценностных измерений (Bollinger, 1988, Наумов, 1996, Данилова, Тарарухина, 2003, Латова, Латов, 2007) и все получили очень разные данные (Таблица 1.2).

Боллингер (Bollinger, 1988) опросил студентов, Данилова и Тарарухина (2003) описывают результаты опроса рабочих машиностроительных заводов, Наумов (Наумов, 1996, Naumov, Puffer, 2000) описывает результаты опроса преподавателей и студентов российских бизнес-школ, в исследованиях Ю.В. и Н.В. Латовых представлены данные по различным регионам и видам выборок. Ни одна из выборок в упомянутых исследованиях не проверяется на сопоставимость с выборками Хофстеде, и поэтому довольно трудно сравнивать соответствующие результаты⁸.

Дубицкая и Тарарухина (1998), показывая ценностные различия работников разных организаций внутри одной страны (России) фактически сравнивают организации с помощью «страновых» измерений. Ю.В. и Н.В. Латовы (Латов, Латова, 2006) сравнивают между собой регионы России, и тем самым отказываются от допущения Хофстеде о релевантности страны как единицы анализа. Среди российских исследований в рамках подхода Хофстеде не было таких, которые были бы основаны на опросе офисных работников большой корпорации, подходящих для сравнения с другими данными Хофстеде.

⁸ «Когда мы сравниваем культурные аспекты стран, мы должны пытаться сопоставлять такие категории [социально-демографический состав]; очевидно, бессмысленно сравнивать медсестер из Испании с полицейскими из Швеции» (Hofstede, 2001, p. 23).

Таблица 1.2. Данные российских исследований по методике Хофстеде (100-балльные шкалы)

	Дистанция власти	Индивиду- ализм	Маскулин- ность	Избегание неопределе- нности	Долгосрочная ориентация
Данные Хофстеде (Hofstede, 2001:502)⁹	93	39	36	95	-
Работники машиностроительных заводов (Данилова, Тарарухина, 2003) N=518	28	55	2	121	42
Слушатели и преподаватели бизнес-школ (Наумов, 1996), N=250	40	41	55	68	59
Студенты (Латова, Латов, Социс, №1, 2007), N=195	50	67	60	75	45

Прямым продолжением подхода Хофстеде стал проект GLOBE¹⁰, под руководством Р.Дж. Хауса. Авторы этого проекта, направленного на изучение менеджмента по всему миру, использовали теорию, интегрировавшую различные популярные подходы: собственно подход Хофстеде, теорию мотивации достижения МакКлелланда, имплицитную теорию лидерства Лорда и Махера и другие. В результате авторы выделили девять параметров культуры (см. Приложение, Таблица 1). Одной из главных целей проекта стало изучение влияния культуры на поведение и убеждения менеджеров (Javidan, House, 2001).

Вопросник представлял из себя ряд абстрактных утверждений, каждое из которых было сформулировано в четырех формах: как есть и как должно быть по отношению к обществу в целом и по отношению к организации, в которой респондент работает. Измерения культуры стоились на вопросах, касающиеся общества в целом, при этом «как есть» – было индикатором *практик*, а «как должно быть» – индикатором *ценностей*. Одним из основных результатов стала негативная корреляция между «практиками» и «ценностями».

В рамках этого проекта был проведен опрос менеджеров среднего и высшего звена в трех отраслях: телекоммуникациях, финансовой и банковской сфере и пищевой промышленности в 53 странах (Грачев, 1999). В России было опрошено 450 менеджеров в течение 1996-1998 гг. (Grachev, Bobina, 2006).

⁹ Данные по индексу *Маскулинности* взяты (с поправкой) из исследования 70 студентов Ивановского университета в 1989 г. (Hofstede, Kolman, Nicolescu, and Pajumaa, 1996:201), по остальным индексам – из исследований Боллингера (Bollinger, 1988) и неопубликованной работы Брэдли (Bradly, 1994), с поправкой на особенности выборки и описательную информацию (Hofstede, 2001:502). Подробнее о российских исследованиях по методике Хофстеде – см. Латов, Латова, 2006.

¹⁰ GLOBE - Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness Project (Глобальный проект по лидерству и эффективности организационного поведения).

Россия, по измерениям GLOBE, входит в группы стран, в которых практики *Гендерного эгалитаризма*, *Внутригруппового коллективизма* и *Дистанции власти* распространены очень широко, а практики *Ориентации на будущее* и *Избегания неопределенности* – имеют небольшую распространенность. В то же время в России высока важность (относительно других стран) ценностей *Избегания неопределенности* и крайне слаба выраженность ценностей *Институционального коллективизма*, а также *Ориентации на результат*. Наибольшие расхождения между практиками и ценностями (или между «как есть» и «как должно быть») проходят по двум направлениям: менее распространены, но сильнее ценятся *Избегание неопределенности*, *Ориентация на результат, на будущее* и *Гуманистическая ориентация*; более распространены, но менее ценятся такие «аспекты культуры» как *Дистанция власти* и *Самоуверенность* в социальных отношениях (по Grachev *et al.*, 2007). Чаще всего Россия попадает по этим измерениям в одни группы с такими странами как Гватемала, Венгрия, Боливия, Греция, Иран, Намибия, Турция, Мексика, Италия и другими.

«Интегрированная теория» данного проекта включала пять измерений Хофстеде, однако их операционализация в проекте отличалась высокой абстрактностью, поэтому смысл этих измерений также оказался несколько другим. Хофстеде критикует почти все ключевые пункты как самой теории, так и ее применения (Hofstede, 2006). Результаты этого опроса, по его мнению, сильно расходятся с теорией, на которой они были основаны – факторный анализ агрегированных ответов на вопросы показал, что они не объединяются в заданные априори теоретические конструкты, предложенные авторами проекта. Если же отбросить теоретические проблемы, то этот проект оказался, по мнению Хофстеде, вполне удачным и профессионально выполненным (Там же).

1.2.8. Социальные аксиомы М. Х. Бонда и К. Леунга

Исследование «социальных аксиом» Бондом и Леунгом не касается, по мнению авторов, собственно ценностей. Основываясь на том, что понятие ценностей используется в очень различных смыслах и разнообразных кросс-культурных исследованиях, Леунг предлагает расширить круг понятий, направленных на изучение культурных различий и предлагает понятие «социальные аксиомы» (Leung, Bond *et al.*, 2002).

"Социальные аксиомы - это обобщенные убеждения (представления) о себе, социальной и физической среде или духовном мире, в форме утверждения о взаимоотношениях между двумя сущностями и понятиями" (Leung, Bond, 2004). Социальные аксиомы, таким образом, это не ценностные, а когнитивные феномены, но тесно с ценностями связанные.

Леунг провел опрос студентов принадлежащих к 41 культуре. Опросник, использовавшийся в исследовании, включал 60 утверждений-аксиом, таких, например, как "Религия помогает людям уходить от реальности", их предлагалось оценить по 5-балльной шкале Лайкерта. В результате на уровне индивидуальных данных было установлено наличие пяти типов социальных аксиом: *цинизм* (негативный взгляд на природу человека), *сложность жизни* (убеждение во множестве путей достижения одного и того же результата); *награда за усердие* (общая уверенность в том, что усилия приведут к позитивным результатам); *религиозность* (убежденность в реальности существования бога или какой-то высшей силы) и *контроль над судьбой* (убеждение в том, что на судьбу можно повлиять) – (Leung, Bond, 2004)¹¹.

На агрегированных по странам результатах был проведен факторный анализ, который дал два культурных измерения аксиом: *Динамическая экстернальность* и *Социальный цинизм*. *Динамическая экстернальность* включает противопоставление религиозности, веры в справедливость и в собственные силы на одном полюсе, атеизму и рациональности на другом¹². *Социальный цинизм* - это власть и авторитет в сочетании с эгоцентризмом, он почти полностью совпадает с индивидуальным фактором *Цинизма*. Авторы демонстрируют связь двух осей с множеством измерений ценностей и других феноменов, с социально-экономическими страновыми показателями и приходят к выводу о том, что "социальный цинизм" коррелирует с очень небольшим количеством ранее известных показателей, а значит, расширяет круг содержательных измерений культуры (Bond, Leung et al., 2004a).

Россия по оси *Динамической экстернальности* очень близка к середине диапазона, также, как Венесуэла, Сингапур, Тайвань и Корея, а по *Социальному цинизму* занимает средне-высокое положение, примерно такое же как Ливан, Латвия, Бельгия или Гонконг. По обеим этим осям в совокупности Россия попадает в кластер с очень разными странами, а ближайшим ее соседом оказывается Гонконг. Такую кластеризацию авторы никак не объясняют, а Лебедева и Татарко (2007) предполагают, что в этот кластер не случайно попали «православные страны» (Греция и Румыния, Россия), однако это не объясняет присутствия там столь далеких от православия стран как Ливан, Китай, Перу и Корея.

¹¹ В дальнейшем авторы демонстрируют связь этих измерений с базовыми ценностями, измеренными по методике Шварца: так, "Социальный цинизм" коррелирует с ценностями "Самоутверждения", "Награда за усердие" - с ценностями "Сохранения" и "Самоотдачи", "Сложность жизни" - с "Самоотдачей", "Религиозность" - с "Сохранением" и отрицательно - с "Самоутверждением", и "Контроль над судьбой" - слабо и положительно связан с "Сохранением" (Bond, Leung et al., 2004b).

¹² Это измерение высоко коррелирует с осью Традиционных - Секулярно-рациональных ценностей Р. Инглхарта (Inglehart, 1997, Bond, Leung et al., 2004a)

1.2.9. Всемирное исследование ценностей и исследования Р. Инглхарта

Политолог Рональд Инглхарт, используя данные «Европейского исследования ценностей» (European Values Survey) и инициированного им самим «Всемирного исследования ценностей» (World Values Survey), в общей сложности продолжающихся уже почти 30 лет и охвативших сотни тысяч респондентов в десятках стран, продемонстрировал связь распространенности среди населения тех или иных ценностей с уровнем модернизации общества, уровнем его экономического развития и демократизации. Инглхарт на основе анкеты, фиксирующей десятки разнообразных установок, норм и ценностей, разработал последовательно несколько концептуальных подходов к объяснению взаимосвязей между культурными, политическими и экономическими переменными. Первый заключался в разработке теории «тихой революции» и выведении ценностного измерения Материалистических/Постматериалистических ценностей (Inglehart, 1977, 1990), второй – в концепции Модернизации/Постмодернизации (Inglehart, 1997) и третий – в разработке теории «человеческого развития» (Welzel, Inglehart, Klingemann, 2003, Welzel, Inglehart, 2005).

Материалистические/постматериалистические ценности

В программной книге «Тихая революция» (Inglehart, 1977) Инглхарт изложил основные гипотезы, которые затем получили подтверждение в массовых опросах по всему миру. Инглхарт утверждает, что изменение жизненных ценностей в исторической перспективе происходит нелинейно – индустриализация сопровождается отказом от традиционных авторитетов, таких как религия и семья, а авторитет переходит к секулярным сущностям, таким как институты государства и наука, повышаются ценности материального благосостояния и безопасности – такие ценности Инглхарт называет «материалистическими». На следующем этапе, который и получил название «тихой революции», когда достигнуто относительное материальное благополучие и общество получает возможность освободить часть своих ресурсов от непрерывного наращивания благосостояния, происходит сдвиг ценностных приоритетов в сторону ценностей индивидуализации – отказа от авторитетов, возрастание ориентации на самовыражение, на качество жизни, то есть сдвиг к «постматериалистическим» ценностям. Автор демонстрирует связь между распространенностью постматериалистических ценностей в обществе с одной стороны и активным политическим поведением и либеральными установками – с другой (Inglehart, 1990). А распространение активного политического участия и либеральных идей в массах приводит к повышению уровня демократизации. Таким образом, экономическое развитие, дающее удовлетворение базовых потребностей

(по А. Маслоу), так или иначе, приводит к ценностному сдвигу на массовом уровне, который, в свою очередь влечет за собой демократизацию. Искусственные меры, призванные приостановить ценностный сдвиг и последующую демократизацию (необходимо следующие за экономическим развитием), замедляют экономический рост, оставляя страну среди экономических аутсайдеров, как это произошло с Советским Союзом. Поэтому «экономическая модернизация не делает политическую либерализацию неизбежной, но она делает так, что ее становится все труднее избежать» (Inglehart, 1990, p. 429). Эта фраза была написана с осторожностью в 1990 г., но дальнейшая история Советского Союза показала правильность этого вывода.

Ценностный сдвиг от материалистических к постматериалистическим ценностям, по Инглхарту, происходит *через смену поколений* – новые ценности появляются у того поколения, которое выросло в условиях гарантированной обеспеченности материальными благами. Такое поколение получает принципиально иную социализацию, чем предыдущее – в ней не акцентируются ценности выживания и достижения, а ее фокус направлен на внимание к собственным чувствам и желаниям, на почве которых возникает стремление к самовыражению, более высокому качеству жизни, гедонизму. Впрочем, текущий уровень благосостояния также отражается на приверженности постматериалистическим ценностям (Ibid., p. 430).

Ценности материализма/постматериализма измеряются с помощью трех вопросов¹³, каждый из которых предлагает респонденту выбрать из четырех пунктов «важнейшие цели, которые должны стоять перед нашей страной в ближайшие 10 лет»: в каждом вопросе выбирается первая и вторая по важности цель. На основе этих вопросов выделялись пять категорий респондентов от 1 - полные материалисты, до 5 – полные постматериалисты¹⁴. Большинство ключевых выводов строилось на основе этих пяти категорий, что и вызвало наибольшую критику. Во-первых, критики утверждают методологическое и содержательное превосходство «параметров» (как непрерывных переменных) над классификациями или «категориями» (см. например, Hofstede, 1981). Во-вторых, сомнение у них вызывает как сама формулировка вопроса, касающаяся целей государства, а не своих собственных, так и произвольный и слабо обоснованный выбор

¹³ Сначала существовал (и иногда использовался в дальнейшем) 4-пунктовый индекс, основанный на одном вопросе, который давал трехчленную категоризацию «Материалист», «Смешанный», «Постматериалист» (Inglehart, 1990, 1997).

¹⁴ В качестве индикаторов постматериалистических ценностей использовались: а) предпочтение включенности в общественную жизнь или улучшение внешнего вида городов – достижению высокого уровня экономического развития или обеспечения высокой обороноспособности страны; б) предпочтение возможности влиять на решения правительства или защиты свободы слова – борьбе с ростом цен и сохранению порядка в стране; в) предпочтение общества, в котором идеи ценятся выше денег или движение от обезличенного к более гуманному обществу – стабильной экономике и борьбе с преступностью (составлено по: Андреевкова, 1994).

индикаторов. В частности, критики обнаружили связь между некоторыми индикаторами и уровнем поддержки конкретного правительства (Klein, 1995, Clarke et al., 1999, Davis and Davenport, 1999, Hansen and Tol, 2003).

Модернизация/постмодернизация

На следующем этапе Инглхарт стал описывать свои идеи о связи экономических, культурных и политических переменных в терминах теории модернизации (Inglehart, 1997). Процесс модернизации означает не только интенсивное экономическое развитие и индустриализацию, но и общественные процессы, сопутствующие и во многом являющиеся следствием экономических. Два основных вектора этих процессов – это **секуляризация** и бюрократизация. Первая связана с развитием научного взгляда на мир, отвержением религиозных авторитетов и возникновением у людей веры в свои силы, поскольку в обществе с индустриализованной экономикой рациональное действие приводит к желаемым результатам (гораздо чаще, чем это происходит в традиционном обществе). Параллельно идет **бюрократизация** – «процесс появления и умножения светских организаций, придерживающихся определенных правил, нацеленных на достижение внешних целей, рекрутирующих своих членов безлично, на основе их достижений» (Ibid., p. 73). Этому предшествует разрушение убеждения в наследуемости власти. Престиж и социально-экономические функции уходят от семьи и церкви к государству и праву. Светское государство в виде различных политических институтов заменяет собой теос и семью, выстраивается жесткая иерархическая структура, возможность вертикального движения в которой вместе с верой в свои силы отражается в крайне высокой мотивации достижения. На этой фазе общественного развития усиливаются материалистические ценности. Однако эти процессы нелинейны – они развиваются и усиливаются лишь до того момента, пока не появится поколение, выросшее в относительной экономической безопасности и тогда происходит **постмодернизационный сдвиг**, то есть смещение в сторону ослабления любых авторитетов, большего внимания к качеству жизни индивида и постматериалистическим ценностям. Сочетание отсутствия авторитетов и высокого индивидуализма (подчеркивающего самостоятельность и ответственность) естественным образом порождает стремление к участию во власти и создает импульсы к развитию демократии. Меняется и индивидуальная мотивация – появляется стремление к самовыражению, например, в работе акцентируется не зарплата, а качество профессионального опыта, интерес к деятельности, ценится возможность сделать вклад в окружающую среду, как природную, так и социальную. Поскольку Инглхарт принимает допущение о том, что существует универсальный паттерн развития экономики во взаимосвязи с культурой, то

зная тенденции развития экономики, можно предсказывать определенные общественные изменения. Например, в тех обществах, в которых недавно произошел постмодернизационный сдвиг, можно ожидать демократизации политических институтов.

Для измерения модернизации/постмодернизации¹⁵ Инглхарт разрабатывает более совершенные и методически проработанные инструменты, чем классификация респондентов на материалистов и постматериалистов. Это два параметра, полученные в результате факторного анализа на страновом уровне, в который были включены 44 различных индикатора. Часть этих индикаторов представляли собой ответы на исходные вопросы анкеты, другие – это готовые индексы (такие как Мотивация достижений или Постматериалистские ценности).

Первый параметр - Традиционная – Секулярно-рациональная власть и авторитеты (в некоторых источниках Рационально-легальные) описывает ориентации на традиционные авторитеты, конформность и религиозность в противоположность мотивации достижения, независимости, бережливости, терпимости, то есть описывает *модернизационные* сдвиги авторитетов: сначала с религии на политические институты, затем – отказ от авторитетов.

Выживание – Самовыражение (в более ранних работах – Благополучие) отражает линейный процесс, идущий от традиционного общества к постмодерновому и связанный прежде всего с увеличением благосостояния¹⁶.

В пространстве двух этих измерений Инглхарт расположил средние значения по странам и получил свою широко известную «карту мира», расположение стран в которой объяснялось комплексом различных переменных, таких как экономическое развитие страны (богатые/бедные страны), историческая принадлежность к одной из религиозных конфессий или философских учений (протестантские, католические, конфуцианские), опыт коммунизма (экс-коммунистические и все остальные) и континентальное расположение (Латинская Америка, Африка, Южная Азия).

В теоретической схеме Инглхарта экономическое развитие подталкивает к сдвигам в культуре – сначала к модернизационным, затем к постмодернизационным, а культурные изменения – к изменению политических институтов. При этом допускается и обратное

¹⁵ Инглхарт не использует одного названия этих «синдромов» – в одних источниках он говорит о современных/постсовременных ценностях, в других – о современных/постсовременных культурах, в третьих – о современных/постсовременных обществах, в четвертых – использует эти слова как существительные (модернизация/постмодернизация), видимо, подразумевая состояние и ценностей, и культуры, и общества в совокупности.

¹⁶ Наименьшие нагрузки получил низкий уровень счастья, отрицание аутизма, убеждение в том, что женщине требуются дети, а детям – родители, ценность денег и тяжелой работы; наибольшие нагрузки получили высокие удовлетворенности жизнью и своим здоровьем, хорошее настроение, постматериалистские ценности, терпимость к соседству с гомосексуалистами, доверие окружающим, забота о друзьях и другие (Inglehart, 1997:82).

воздействие культуры на экономику. Выведенные им два измерения культуры имеют множество коррелятов как с другими субъективными переменными, так и с независимыми экономическими индикаторами. Слабостью такого подхода является допущение о едином паттерне развития для *всех* стран. Помимо того, что существует множество исключений из этих закономерностей (например, нефтяные арабские страны), эти закономерности выведены из наличной ситуации, прослеживание же динамики демонстрирует отсутствие единого паттерна, хотя и может быть объяснено в контексте каждой отдельной страны. Например, в России сдвиг ценностей между 1990 и 1995 гг. в сторону ценностей выживания, связанный с экономическими проблемами, укладывался в общий паттерн, а вот сдвиг к традиционализму в ущерб секулярно-рациональным ценностям между 2000 и 2006 гг. – нет, поскольку это были годы бурного экономического роста. Детальное прослеживание динамики в других странах также не дает единообразной картины¹⁷.

Среди недостатков двух описанных ценностных параметров следует назвать два. Во-первых, с целью включения большего количества стран список показателей, на которых строились эти измерения и изначально составлявший 44 пункта, был сильно сужен – сначала до 22, а затем и до 10. При этом автор не менял названия осей и придаваемого им смысла. Во-вторых, эти измерения были получены только на агрегированных страновых данных, что указывает

Теория человеческого развития

Опираясь на идею "человеческого выбора" как высшей цели социального прогресса (Anand and Sen, 2000), Вельцель, Инглхарт и Клингеманн (Welzel *et al.*, 2001, 2003, Welzel & Inglehart, 2005, Inglehart & Welzel, 2005) разработали теорию "человеческого развития", которая включает в себя три компонента, обеспечивающих "человеческий выбор": социально-экономическое развитие, рост эмансипирующих ценностей и работающую демократию. Социально-экономическое развитие (урбанизация, социальная мобильность и разделение труда) дает человеку индивидуальные ресурсы, которые являются объективными средствами для реализации свободного выбора. Эмансипирующие ценности обеспечивают мотивацию выбора, то есть желание выбирать¹⁸. Работающая демократия воплощает институционализацию "человеческого выбора", обеспечивая его

¹⁷ Автор настоящей работы самостоятельно проследил динамику ценностей в Великобритании, Эстонии, Украине и Китае на основе значений по двум ценностным измерениям и данных экономического роста (World Bank, 1990, 1995, 2000).

¹⁸ Под «эмансипирующими ценностями» ценностями авторы подразумевают то, что ранее называли «ценностями самовыражения», в противовес ценностям «выживания», среди индикаторов: терпимость к соседству с гомосексуалистами и носителями ВИЧ, подписание политических петиций, постматериалистические ценности (короткий вариант), доверие людям, высокая удовлетворенность жизнью (Welzel *et al.*, 2003, p. 56)

как на уровне норм, так и на уровне реальных действий. Первый компонент дает возможность выбирать, второй – желание выбирать, третий – гарантирует право свободного выбора. "Человеческое развитие обществ означает расширение человеческого выбора на массовом уровне" (Welzel *et al.*, 2001, p. 346).

Связи между компонентами осуществляются с помощью двух причинно-следственных связей: средства-мотивы и мотивы-законы.

Связка *средства-мотивы* утверждает, что мотивация людей зависит от их возможностей, или, на другом языке, социально-экономическое развитие обуславливает эмансипирующие ценности. Этот процесс основан на механизме саморегулирования притязаний (*aspiration adjustment*), который позволяет людям адаптироваться к реальности, решать наиболее актуальные проблемы и избегать стремления к недостижимому. Ограничение возможностей человека приводит к снижению его притязаний, особенно притязаний высокого порядка - таких как самовыражение (последнее заложено в каждом человеке уже в силу того, что он осознает себя). Недостаток ресурсов приводит к борьбе за существование, к объединению в коллективы, к потере доверия к окружающим. Эти связи им удалось продемонстрировать на уровне индивидуальных данных.

Связка *мотивы-законы* означает, что появление эмансипирующих ценностей на массовом уровне приводит к демократизации политических институтов, поскольку "эмансипированная жизнь включает деятельность, как личную, так и общественную, которая требует легального пространства, основанного на работающих правах на свободу". В случае авторитарного режима элита может некоторое время сопротивляться, но при этом управление становится крайне неэффективным и затратным, и в конечном итоге она либо начинает реформы, либо свергается диссидентами. Коррупция становится меньше – как под давлением народа с эмансипирующими ценностями, так и под влиянием самих этих ценностей у элиты. При этом институционализированные права сами по себе, т. е. без экономической базы, не приводят к появлению эмансипирующих ценностей (как в Индии), а эмансипирующие ценности могут существовать без институционализации прав (как в Чехословакии). Эти связи удалось продемонстрировать только на агрегированных данных.

Теория упорядочила также использование разных уровней анализа и рассуждения: индивидуальный и страновой, так, например, в одной из последних статей используется статистический метод, учитывающий дисперсию на обоих этих уровнях – многоуровневый регрессионный анализ (Welzel, 2007).

Вопрос подтверждения идей Инглхарта и соавторов остается открытым, поскольку в большинстве демонстрируемых корреляций невозможно однозначно установить причинно-следственную связь и, как уже было сказано, реальная динамика ценностей во времени скорее *не* подтверждает единого для всех стран паттерна развития.

Россияне в измерениях Инглхарта

Инглхарт пишет, что вся советская система была эффективна лишь для определенного этапа общественно-экономического развития – для индустриализации и модернизации, и эта задача была советской системой решена. Но на следующем этапе, когда возникло поколение, выросшее в условиях экономической безопасности, возникли импульсы к смене режима. Этого не произошло сразу же, поскольку элиты стремились удержать свое влияние; в таких условиях экономическая и социальная системы становились все более неэффективными, что привело к коллапсу 1991 г. (Inglehart & Welzel, 2005:215). Основываясь на очень больших межпоколенных различиях в выраженности постматериалистических ценностей среди россиян (сильнее только в Южной Корее), Инглхарт в 1990г. ожидал ускоренного замещения материалистических ценностей постматериалистическими (Inglehart, 1990), но многое из перечисленного не подтвердилось данными опросов. К моменту коллапса советской системы распространенность постматериалистических ценностей в России была очень скромной по сравнению с другими странами, кроме того, оценить *рост* распространенности постматериалистических ценностей в СССР довольно трудно. Предположение о быстром сдвиге ценностей россиян в сторону постматериализма в 1990-е гг. тоже не подтверждается. Как показано на рисунках 1 и 2, пятнадцатилетняя динамика ценностей россиян не демонстрирует увеличения распространенности постматериалистических ценностей, также как и секулярно-рациональных, и ценностей самовыражения. В России наблюдается не плавное замещение одного ценностного поколения другим, а, скорее, реакция на сиюминутную экономическую и политическую ситуацию в стране¹⁹.

¹⁹ В то же время, обсуждая связь ценностей с экономическим развитием, Инглхарт делает важное исключение – это ближневосточные государства, формирующие свое благосостояние за счет продажи ресурсов. Фактически, у них нет экономического роста, они лишь потребляют продукты западной экономики, и ВВП в таком случае не может служить надежным показателем экономического роста (Inglehart, 1990, p. 45). Вероятно, в России отсутствие роста постматериалистических ценностей объясняется фактическим отсутствием экономического роста.

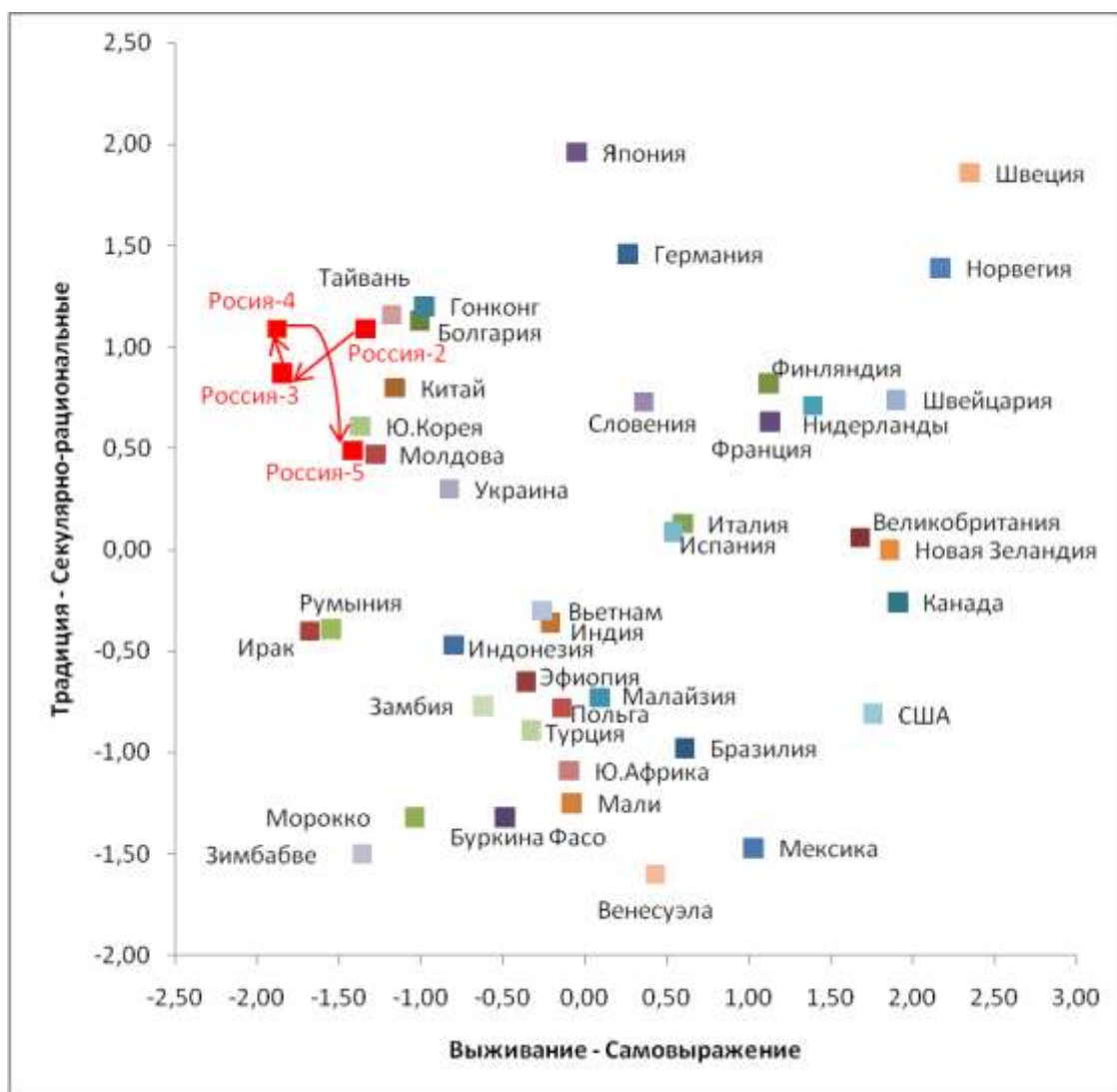


Рисунок 2.1. Положение и динамика ценностей россиян в контексте ценностей представителей других стран мира. Точки представляют собой индивидуальные факторные значения (из факторного анализа на агрегированном уровне). По данным WVS, 1990-2006. Цифра рядом с названием страны означает волну исследования (2 – 1990 г., 3 – 1995г., 4 – 1999 г., 5=2006г.). В график включены страны, принявшие участие в последнем раунде, а также Зимбабве и Венесуэла.

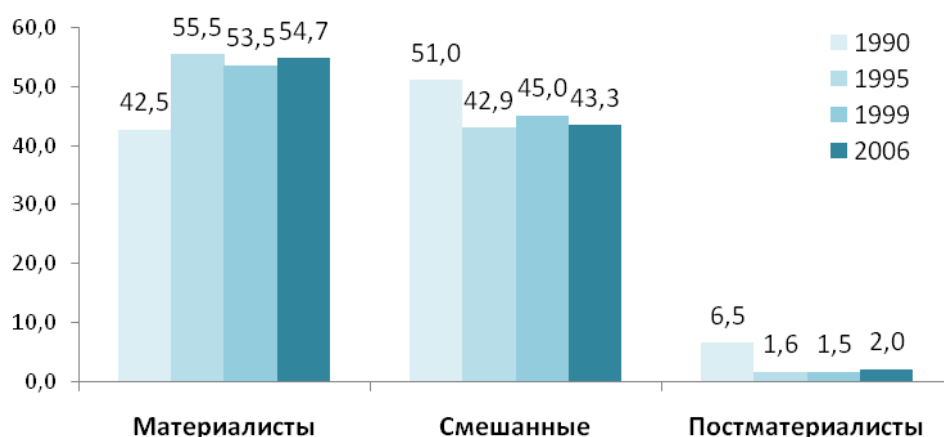


Рисунок 2.2. Динамика материалистических/постматериалистических ценностей россиян по данным Всемирного ценностного опроса (в % от ответивших)

1.2.10. Исследования базовых жизненных ценностей Ш. Шварцем

Исследования ценностей Ш. Шварца имели своей целью проверить разработанную им теорию универсальных базовых ценностей, что означало найти максимальное количество ценностей (или мотивационных типов), распознаваемых во всех культурах и находящихся в устойчивых взаимосвязях между собой (Schwartz, 1992).

Поскольку ставилась цель охватить все существующие жизненные ценности, в опросник было включено более 50 ценностей, а исследователям в каждой стране предлагалось добавить к ним те, которые, по их мнению, упущены и/или отражают культурную специфику данной страны. Поскольку ставилась цель достичь универсальности и распознаваемости ценностей во всех культурах, то количество стран, в которых проводился опрос, постоянно росло (от 20 в 1992 г. до 74 к 2006 г.), а в соответствии с новыми данными менялась и теория.

Шварц вел сравнения на двух принципиально разных уровнях: культурном и индивидуальном, для каждого из этих уровней выделялись свои собственные измерения ценностей, поскольку культуры отличаются друг от друга по одним параметрам, а индивиды – по другим. Это важное методологическое новшество, которого не было у других исследователей: Рокич вообще не разделял этих уровней, Хофстеде работал почти исключительно на уровне стран, Инглхарт использует одни и те же измерения ценностей для обоих уровней и дал им четкое разделение лишь в последние годы.

Шварц утверждает, что в его опросе изучались именно *личные приоритеты* респондентов, а не культурные идеалы (нормативы) по двум причинам: низкий консенсус внутри однородных в культурном плане групп (если бы их ответы были отражением нормативных идеалов, они должны бы были быть очень схожими), во-вторых, была

обнаружена связь с целым рядом индивидуальных характеристик, таких как пол, возраст, уровень образования, электоральное поведение, религиозность и т.д. – как на всем массиве, так и внутри большинства групп. В то же время, по мысли Шварца, усредненные ценностные показатели респондентов одной культурной группы тоже имеют смысл: они отражают ценности, сформированные у членов группы в схожих условиях социализации, под воздействием одних и тех же социальных институтов, одних и тех же СМИ и так далее. Эти усредненные ценности могут рассматриваться как ценности культуры в целом (Schwartz, 2008, p. 12).

Опрос и методика

Методика, на которой основывались опросы Шварца, являлась модификацией методики Рокича. Во-первых, Шварц расширил список ценностей, добавив ценности, касающиеся власти и авторитета, самостоятельности, гедонизма и другие. Также для каждой ценности (в разное время Шварц полагал, что их 8, 11 или 10) предлагалось по несколько индикаторов, что увеличивало надежность измерений. Во-вторых, вместо ранжирования, использовавшегося Рокичем и часто критиковавшимся, использовались оценки каждой ценности в отдельности (rating вместо ranking). Причем использовалась не стандартная шкала Лайкерта, а особая асимметричная шкала, которая хорошо подходит для кросс-культурного измерения ценностей, поскольку позволяет фиксировать «негативные ценности», то есть отрицание ценностей, чуждых данному респонденту (Schwartz, 1992, Schwartz, Bilsky, 1990).

Опросник представлял из себя два списка слов, каждое из которых респондент должен был оценить с точки зрения важности «как ведущего принципа моей жизни» по шкале: «-1» – противоречит моим ценностям, «0» – не важно, «3» – важно, «6» – очень важно и «7» – наиболее важно. При этом «-1» предлагалось поставить лишь один раз в каждом списке. Первый список включал набор абстрактных понятий с пояснениями в скобках, например: «СВОБОДА (свобода действий и мыслей)». Второй список состоял из «форм поведения, которые могут быть важны для Вас», например: «НЕЗАВИСИМЫЙ (полагается сам на себя, обеспечивает свои нужды)».²⁰ Порядок слов в списках был одинаков во всех странах. Разделение на два списка не несло содержательного смысла, возникнув из разделения Рокичем ценностей на терминальные и инструментальные, и было призвано облегчить работу респондента.

Выборки респондентов из разных стран состояли преимущественно из школьных учителей и студентов университетов (учителя, по мысли Шварца, являются одними из главных трансляторов ценностей, а студенты, как образованные и экономически активные

²⁰ Перевод сотрудников «Левада-центра».

люди, составляют будущую движущую силу общества; кроме того, большинство выборок благодаря этому оказались потенциально сравнимы, ведь их состав – по возрасту, образованию, для учителей – по профессии – оказался очень схожим в различных культурах. Размер выборок значительно различался от нескольких десятков (Коста-Рика, студенты, 2003) до нескольких тысяч человек (Израиль, подростки, 1994).

Ценностные измерения на индивидуальном уровне

Шварц ожидал обнаружить некоторые ценностные категории еще до проведения опросов, они являлись гипотетическими, и по результатам опросов их количество и содержание было уточнено. Для их обнаружения отдельных ценностей был использован метод наименьшего пространства Гуттмана (один из видов многомерного шкалирования), который давал визуальное отражение взаимосвязей между отдельными высказываниями (Schwartz, 1992). Единицей анализа выступали оценки каждого из 56 высказываний респондентами из разных стран одного типа выборок (например, только студенты или только учителя). В результате в ценностном пространстве было выделено 10 областей, в которые устойчиво попадали одни и те же ценности, как при анализе всего массива ответов, так и при анализе респондентов внутри большинства выборок. Помимо этого, было выделено также две ценностные оси – то есть ценностные измерения более высокого порядка, более обобщенные и показывающие еще большую устойчивость на разных выборках. Итак, было выделено 10 видов жизненных ценностей (или, по Шварцу, «латентных мотивационных типов»)²¹ и 2 ценностных оси (параметра)²²:

Власть-богатство (Power). Социальный статус и престиж, контроль или доминирование над людьми и ресурсами.

Достижение (Achievement). Собственный успех и его демонстрация через личные достижения и способности, соответствующие социальным стандартам.

Гедонизм (Hedonism). Собственное удовольствие и чувственное удовлетворение.

Риск-новизна (Stimulation). Жизнь, насыщенная острыми ощущениями, новизной и сложными задачами.

Самостоятельность (Self-direction). Независимость в мышлении и принятии решений, креативность, познание.

Универсализм (Universalism). Понимание, высокая оценка и защита благополучия всех людей, а также природы; толерантность.

²¹ Духовность (Spirituality), изначально включенная в ряд ценностей индивидуального уровня, была впоследствии исключена, поскольку она, во-первых, подразумевает раздумья о жизни, чем большинство людей в повседневной жизни не занимаются, а значит, для них она не служит ведущим принципом жизни; во-вторых, в разных культурах она представлена различными ценностями: связью с божественным, единством с природой, альтруизмом, отрывом от материального, познанием себя (Schwartz, 1992).

²² Классификация 56 высказываний по 10 ценностным типам приведена в Приложении, таблица 2.

Благожелательность (Benevolence). Сохранение и повышение благополучия людей, с которыми человек часто общается.

Традиция (Tradition). Уважение и принятие обычаев и идей, которые исходят от традиционной культуры и религии, приверженность им.

Конформность (Conformity). Избегание действий, склонностей и побуждений, которые могли бы расстроить других людей или причинить им вред, а также нарушить социальные требования и нормы.

Безопасность (Security). Безопасность, гармония и стабильность общества, отношений с людьми и самого человека (Schwartz, 2007).

Перечисленные ценности имеют устойчивые взаимосвязи. Чтобы отразить эти взаимосвязи, Шварц разработал свою широко известную круговую схему, получившую название «Круг Шварца», который отражен на рисунке 1.3. Чем ближе в этом круге расположены две ценности, тем сильнее они взаимосвязаны; ценности, расположенные в противоположных секторах имеют отрицательные корреляции. *Конформность* и *Традиция* располагаются в одном секторе из-за того, что имеют сходные взаимосвязи с остальными ценностями и к тому же тесно связаны между собой. При этом нужно иметь в виду, что 56 высказываний, которые подвергались анализу, классифицированы в 10 ценностей достаточно условно, они являются лишь одним – наиболее подходящим – способом обобщения всего массива ценностей; сама круговая форма схемы ценностей символизирует лежащий за ней континуум частных ценностей (Schwartz, 1992).

Взаимосвязи между десятью ценностями могут быть сведены к более интегральным показателям, к двум парам категорий. Категории внутри каждой пары коррелируют между собой отрицательно и образуют, таким образом, две биполярных ценностных оси.

Первая ценностная ось объединяет на одном полюсе ценности *Самостоятельности*, *Риска-новизны* и *Гедонизма*²³, а на другом – ценности *Безопасности*, *Традиции* и *Конформности*; Шварц назвал ее «**Открытость изменениям – Сохранение**» (*Openness to change – Conservation*). Эта ось описывает то, «насколько люди мотивированы следовать своим умственным и эмоциональным порывам в непредсказуемых направлениях – в противоположность мотивации сохранения status quo и определенности, которую он дает во взаимоотношениях с близкими людьми, институтами и традициями» (Schwartz, 1992).

²³ В «Круге Шварца» ценность *Гедонизма* имеет пунктирные границы по той причине, что на начальных этапах исследования этот ценностный тип можно было с равной вероятностью отнести и к категории «Открытости изменениям», и к «Самоутверждению». Однако, в последние годы, на основе исследований во все возрастающем количестве стран, *Гедонизм* все чаще относят к категории «Открытости изменениям».

Вторая ценностная ось объединяет на одном полюсе ценности *Универсализма* и *Благожелательности*, а на другом – *Власти-богатства* и *Достижения* и называется **«Самоотдача – Самоутверждение»** (*Self-Transcendence – Self-Enhancement*). Эта ось описывает ценности, которые «мотивируют людей ставить выше всего свои собственные интересы (даже ценой интересов других людей) – в противоположность ценностям, которые мотивируют людей быть выше эгоистических устремлений и заботиться о благополучии других, близких и далеких людей, а также о природе» (Ibid.).

В десятках своих исследований и статей Шварц и соавторы показали многочисленные связи типов ценностей с различными социально-демографическими характеристиками индивидов, с различными видами социальных установок, с поведением, а также с другими измерениями ценностей.



Рисунок 2.3 «Круг Шварца», иллюстрирующий взаимосвязи между десятью ценностными типами (Источник: Schwartz, 1992)

Ценностные параметры культур

Ценностные индексы культурного уровня строились по той же технологии, что и ценностные индексы индивидуального уровня, за исключением того, что единицами здесь выступали средние по каждой из выборок. Заметим, что в большинстве стран было опрошено по несколько выборок. На основе средних значений 56 пунктов опросника по 236 выборкам, проводилось многомерное шкалирование (SSA), в результате которого в полученном ценностном пространстве было выделено семь областей и три ценностные оси более высокого порядка (Schwartz, 2008):

Принадлежность – Автономия (*Embeddedness – Autonomy*). Противопоставляет ценность индивида как члена группы – самооценности отдельной личности. Автономия

имеет два вида: интеллектуальную, которая означает внимание к личному познанию мира, и аффективную, которая означает внимание к собственным чувствам, эмоциям, ощущениям.

Равноправие – Иерархия (*Egalitarianism – Hierarchy*). Эта ось противопоставляет два вида включенности в общество: горизонтальное и вертикальное. Равноправие подразумевает превосходство горизонтальных связей, признание в других людях равных себе, ценности социальной справедливости, ответственности, честности. Иерархия же означает высокую ценность вертикальных социальных связей, мотивируя людей подчиняться и властвовать.

Гармония – Господство (*Harmony – Mastery*). Третья ось ставит вопрос об отношении к окружающей среде – как социальной так и физической: на одном полюсе гармоничное сосуществование с окружающими людьми, мотивирующее людей принимать свою среду такой как она есть, на другом полюсе – ценности возможности все изменять и самодостаточности, которые мотивируют людей бросать вызовы окружающей реальности и подчинять ее себе.

Следует отметить, что как конкретное содержание, так и общий смысл ценностных измерений на уровне культур (выборок) принципиально отличается от измерений на уровне индивидов. Измерения на этих двух уровнях независимы друг от друга; взаимосвязи между 56 пунктами на индивидуальном и на культурном уровнях значительно различаются. Так, например, ценности скромности и власти над людьми на индивидуальном уровне коррелируют отрицательно, поскольку стремление к власти исключает скромность. На уровне культур они связаны положительно, поскольку в обществах, в которых социальная иерархия принимается и одобряется, сильнее, чем во всех остальных, ценности и скромности, и власти над людьми выражены сильнее. Это происходит потому, что члены этого общества, с одной стороны, в большей степени, чем члены других обществ, принимают власть над собой, с другой стороны – в большей степени, чем другие, готовы властвовать над другими (Schwartz, 2008).

Россияне в измерениях Шварца

В одной из работ Шварц и Барди (Schwartz, Bardi, 1997) судят об особенностях ценностей россиян на основе выборки учителей немногим превышающую 200 человек, в исследовании использовались показатели культурных ценностей. Россия в этом исследовании, также как и другие постсоциалистические страны, среди 20 европейских стран имеет крайне высокие значения ценностей *Иерархии* и *Консерватизма* (раннее название *Принадлежности*), и значимо более низкие, чем в остальной Европе ценности

Равенства, Господства, Интеллектуальной и Аффективной Автономии. Шварц называет этот синдром "адаптацией к коммунистическому режиму", причем ярче всего он выражен в странах-бывших членах СССР, в средней степени – в соцстранах Европы, не входивших в СССР и, соответственно, совершенно не выражен в странах Западной Европы. Другими словами, выраженность этого синдрома зависит от наличия в стране в прошлом коммунистического режима и его длительности. Шварц демонстрирует, что различия между тремя группами стран лучше всего объясняются этим синдромом, даже лучше, чем различием экономических условий жизни (уровнем ВВП на душу населения). Возникновение именно таких ценностей объясняется условиями жизни в тоталитарном обществе, к жизни в котором на протяжении нескольких десятков лет людям приходилось адаптироваться, вырабатывая особые навыки, установки и ценности, позволяющие жить в данных условиях и компенсировать депривацию других условий жизни. Патернализм, характерный для советской системы и использование информаторов, вызывавшее недоверие к окружающим, породили высокую важность ценностей *Иерархии* (и, соответственно, низкую ценность *Равенства*); подавление личности и самостоятельности вызвали высокую степень конформности людей, а поскольку режим очень стремился сохранить себя, он настраивал людей на ценности сохранения существующего порядка вещей, в терминах Шварца - на *Консерватизм* и соответственно низкую ценность *Интеллектуальной и Аффективной Автономии* (там же).

Ряд российских исследователей также занимались исследованием ценностей с использованием ценностных параметров Шварца. В таблице 1.3 перечислены основные исследования, из нее видно, что выборки, на которых проводились исследования, очень невелики по размеру, различаются по составу, были проведены в разных частях страны (Москва, Санкт-Петербург, Пенза, Вологда и др.) и в разное время (с 1993 по 2005 г.). Неудивительно, что результаты этих опросов, выраженные в ценностных индексах (как индивидуального, так и культурного уровней), не всегда согласуются друг с другом.

Наиболее интенсивные исследования ведет Н.М.Лебедева, ее данные собраны на выборках, которые достаточно велики и могут быть сравнимы с теми, что у Шварца (по критериям самого Шварца).

Лебедева и Татарко в терминах культурных измерений сравнивают ценности студентов и учителей между собой, замечая, что российские студенты в большей степени, чем учителя, схожи по своим ценностям с соответствующими группами Западной Европы.

Лебедева и Татарко сравнивают средние по обоим выборкам (студентов и учителей) со средними ценностями китайской и швейцарской выборок, отмечая, что по

одним ценностям (*Принадлежность, Иерархия, Гармония*) Россия похожа на Китай, а по другим (*Равноправие и Автономия*) – на Швейцарию (Лебедева, Татарко, с. 233).

Также они прослеживают временную динамику ценностей с 1999 по 2005 гг., отмечая, что в этот период “в России усиливаются как «коллективистский»... так и «индивидуалистический» блоки... то есть и «азиатский», и «европейский» тренды”, и делают вывод о том, что «возможно... изменение ценностей связано с различными ценностными приоритетами различных социальных слоев... а может быть, это проявление неполного соответствия российскому менталитету предложенной Шварцем методологии группировки ценностей» (там же). В связи с последним выводом, авторы на основе методики Шварца строят «культурно-специфический подход к изучению ценностей россиян», в рамках которого и ведут дальнейший анализ (там же, гл. 6).

Одним из продуктивных направлений этого исследования является поиск коррелятов ценностей (там же, с. 235), но, к сожалению, он осуществляется в терминах культурных ценностей – но на индивидуальном уровне.

Таблица 1.3. Исследования ценностей Россиян с использованием Ценностного опросника Шварца

Тип выборки	Размер выборки	Год проведения	Исследователи
Учителя педучилища (Санкт-Петербург)	86	1993	<i>Michael McCarrey</i>
Студенты педучилища (Санкт-Петербург)	63	1993	<i>Michael McCarrey</i>
Учителя (Москва)	194	1995	<i>А. Левинсон, И. Дубов, Л. Смирнов</i>
Репрезентативная выборка по Москве	188	1995	<i>А. Левинсон, И. Дубов, Л. Смирнов</i>
Воспитатели (Сибирь)	383	1996	<i>Pat Giurgevich</i>
Подростки (Москва)	284	1999	<i>Г. М. Андреева, Е.М. Дубовская, О. А. Тихомандрицкая, И. К. Безменова</i>
Подростки (Вологда)	192	2002	<i>Svetlana Roettges</i>
Учителя (Пенза, Санкт-Петербург)	87	1999	<i>Н.М. Лебедева</i>
Студенты (Пенза, Санкт-Петербург, Москва)	242	1999	<i>Н. М.Лебедева</i>
Студенты (Пенза, Санкт-Петербург, Москва, Балашов)	527	2005	<i>Н.М. Лебедева</i>
Студенты (Пенза, Санкт-Петербург, Москва, Балашов)	376	2005	<i>Н.М. Лебедева</i>

1.3. Российские исследования ценностей

Среди российских исследований ценностей почти отсутствуют сравнительные, которые представляют для данной работы основной интерес. В связи с этим из многочисленных исследований ценностей рассмотрим лишь некоторые, наиболее масштабные. Важность этих исследований увеличивается, если рассмотреть их в контексте различий между эмик и этик исследованиями (Berry, 1969, Triandis, 1983). Исследования, в которых используется стандартный инструмент во всех странах или культурах (именно о них шла речь в предыдущем разделе), относятся к категории этик-исследований, а те, в которых используются культурно-специфические инструменты (в силу специфичности изучаемых феноменов) объединяются эмик-подходом, в нем сравнение культур производится не на уровне конкретных показателей, а на уровне результатов анализа этих показателей в каждой культуре отдельно, то есть на уровне общих смыслов. С этой точки зрения можно рассматривать российские исследования ценностей, не носящие сравнительный характер, как части более широких эмик-исследований. Кроме того, отечественные исследования дают информацию о внутренней структуре ценностей россиян.

1.3.1. Диспозиционная теория В.А. Ядова

В советские годы ситуация с исследованиями ценностей была непростой, поскольку «неправильный» с идеологической точки зрения результат мог привести к различным нежелательным последствиям для ученых или просто не быть опубликованным (см. Лапин, 2009). Одним из важнейших фундаментальных исследований стал проект под руководством В.А.Ядова (Ядов и соавт., 1979). Авторами была разработана и затем скорректирована на основании опроса

1100 ленинградских инженеров диспозиционная концепция личности, призванная прогнозировать социальное поведение. Диспозиционная структура представляет собой "фиксированные в социальном опыте предрасположенности воспринимать и оценивать условия деятельности, а также действовать в этих условиях определенным образом", или - другими словами - систему различных субъективных образований, определяющих готовность индивида к определенному типу поведения в определенных условиях. Диспозиционная структура включает четыре уровня, первый из которых – элементарные фиксированные установки, которые реализуются при столкновении с конкретной ситуацией; второй уровень - это система менее конкретных социальных установок, или "предрасположенностей к восприятию, оценке и поведению, относящихся к отдельным социальным объектам, ситуациям, их свойствам", которые образуются на основе оценки социальных объектов (действий) и ситуаций (способов действий). Третий и четвертый уровни диспозиций образуют общая направленность интересов и – на вершине пирамиды - ценностные ориентации. После эмпирического исследования интересы заняли высшую позицию, а ценности – подчиненную (Там же, с. 61). Ценностные ориентации рассматриваются как "элементы общественного сознания и культуры, выполняющие по отношению к личности нормативные функции", они направлены на "цели и средства жизнедеятельности" и "отвечают высшим потребностям в саморазвитии и самовыражении". Общая направленность интересов ("предрасположенность к идентификации" с определенными сферами социальной жизни) – это наиболее устойчивый уровень диспозиций. Диспозиции имеют три компонента: когнитивный, эмоциональный и поведенческий.

Реальным поведением человека управляет диспозиционная система в целом, а не отдельные ее уровни. Тем не менее, разные уровни вносят различный вклад в руководство поведением - так, ценностные ориентации и общая направленность интересов несут ответственность за саморегуляцию поведения личности *в широком диапазоне*, то есть за контроль над обобщенными социальными установками. Можно сказать, что ценности описывают *желания* индивида, в то время как ситуативные установки регулируют конкретное поведение в конкретных ситуациях, не всегда согласуясь с вышестоящими социальными установками, ценностями и интересами, и тем самым обеспечивается адаптивность индивида к реальным обстоятельствам.

Авторов интересовали ценности индивидов, связанные с работой и досугом как сферами социального взаимодействия. Для измерения ценностей использовалась модифицированная методика Рокича, в которой более трети ценностей были заменены "с учетом опыта советских исследований", а также с учетом задач конкретного исследования, фокусированного на диспозициях к самостоятельности и творчеству (были изъяты "спасение", "любовь", "счастье" и добавлены "интересная работа", "твердая воля", "творчество"). В списке прилагательные, на которых строил свою методику Рокич, были заменены существительными. По результатам исследования было показано, что наиболее и наименее важные ценности (в противовес средне-значимым) и терминальные (в противовес инструментальным), показывают большую устойчивость, а ранги менее полярных ценностей носят плавающий характер. Наиболее важными

инженеры посчитали "общую хорошую обстановку в стране", "счастливую семейную жизнь", "интересную работу", "здоровье", среди отвергаемых оказались "высокие запросы" и "жизнь, полная удовольствий". На основе рангов различных ценностей авторы выделяли различные таксоны (кластеры) индивидов с похожими предпочтениями: среди них были группы с четкими и нечеткими ценностными ориентациями, среди "четких" различались направленные на работу или на семью и досуг, из чего делался вывод о подчиненности ценностей общим интересам в диспозиционной структуре. Помимо этого исследовалось соотношение ценностных ориентаций с социальными установками и реальным поведением. Одним из основных выводов исследования было подтверждение конструктивности диспозиционной концепции личности и осмысленности ее дальнейшего использования в социологических исследованиях.

1.3.4. Исследование «Наши ценности сегодня» Н.И. Лапина

В 1990 г. началось широкое исследование ценностей россиян под руководством Н.И. Лапина, которое продолжается до сих пор. Авторы этого исследования определяют ценности как «обобщенные цели и средства их достижения, выполняющие роль фундаментальных норм» («...деятельности людей» добавлено позже – Лапин, 2003). Основная функция ценностей – интеграция общества.

Исследование «Наши ценности сегодня» принимает ряд допущений, например, что ценностей «два-три десятка. Они формируются... к 18-20 годам, а затем остаются достаточно стабильными, претерпевая существенные изменения лишь в кризисные периоды жизни человека и его социальной среды». Допускается, что ценности подразделяются на «ядро», «резерв» и «периферию», на терминальные и инструментальные, а также на четыре «подсистемы»: витальную, интеракционистскую, социализационную и смысловую (Лапин, 1994). Допускается, что ценностей всего 14, и они в достаточной степени описываются 22 парными суждениями²⁴. Для изучения ценностей был разработан инструмент, представляющий 44 высказывания, в отношении каждого из которых респонденту нужно было оценить по 11-балльной шкале степень своего согласия²⁵. По результатам нескольких волн опросов (в 1990, 1994, 1998, 2002 гг.), репрезентирующих население России была обнаружена высокая устойчивость большинства ценностей, несмотря на происходящие в России социальные изменения и реформы. Первые места (на них стоят ценности, с которыми согласны, т.е. дают им оценки от 9 до 11 баллов, более 57% респондентов) – это «интегрирующее ядро», оно формируется ценностями порядка, семьи и общения; вторые позиции (согласие выражают 45-57% респондентов) – это «резерв», в него входят ценности «нравственность», «свобода» и «жизнь». С годами количество

²⁴ Обосновывая именно такое количество слов-ценностей, авторы ссылаются на «ряд экспериментов» (Лапин, 1996, с. 51) и «трудоемкую работу по операционализации ценностных понятий... и обратной процедуры обобщения» (там же, с.53), а также на то, что «надежность методики подтверждена ее использованием другими российскими социологами и соответствием получаемых результатов данным ряда международных исследований» (Лапин, 2003).

²⁵ Видимо, использовался именно этот инструмент, хотя в приводившейся в одной из публикаций анкете (Лапин, 1993, с. 195) включен вопрос, предполагающий ранжирование 14 слов-ценностей.

ценностей, преодолевающих 45% рубеж растет, из чего делается вывод о плюрализации и либерализации ценностей россиян. На основании одобрения высказываний 30-45% респондентов и менее, чем 30% респондентов, выделяются также «оппонирующий дифференциал» и «конфликтогенная периферия» ценностей. Каждый из этих уровней популярности ценностей выполняет, по мнению авторов, свои функции – наиболее популярные интегрируют общество, чуть менее популярные выполняют роль резерва, к которому обращаются за новыми приоритетами, «если, например, старые стали недоступны» (Лапин, 1996, с. 138), еще менее популярные выполняют ту же функцию, что и оппозиция в политике и, наконец, наименее популярные ценности («конфликтогенная периферия») – это ценности «власти» и «вольности», в противостоянии которых заключен «острейший конфликт в социокультурном основании властно-регулирующей функции общества».

Отмечается некоторая неоднородность населения по ценностям; поиск групп, поддерживающих различные ценности, отмечается как «наивное заблуждение» и вместо этого осуществляется факторный анализ ценностей. Увеличение количества факторов в факторном анализе данных по двум волнам интерпретируется как плюрализация ценностей (Лапин, 1996). Производятся различные классификации 14 рассматриваемых ценностей и через динамику полученных групп ценностей делаются содержательные выводы, в основном, о либерализации и плюрализации ценностей россиян как реакции на реформы и кризисы, при этом с сохранением устойчивого «ядра» самых главных ценностей.

1.3.2. Исследования ценностей, проведенные Фондом «Общественное мнение»

В 1993 г. группа исследователей из Фонда «Общественное мнение» провела одно из первых исследований базовых ценностей россиян (Дубов, Ослон, Смирнов, 1994, 2002).

Авторы считают, что составление начального списка ценностей, предъявляемого респонденту, является важнейшим этапом исследования ценностей и предпринимают для этого значительные усилия. Дубов и соавторы критикуют Шварца, Рокича и других исследователей ценностей за то, что их теории, претендуя на описание всего спектра жизненных ценностей, не предъявляют в то же время доказательств представительности отобранных списков ценностей²⁶.

Базой для их собственного списка стал словарь русского языка Ожегова, из которого четверо экспертов отбирали слова по критериям связанности с "желаемым для большинства нормальных людей в нашей стране будущим" и с "хорошей, счастливой жизнью" (1), достаточно высокого уровня абстрактности (2) и всеобщности ("надгрупповой характер") (3). Те слова, которые совпали у всех экспертов (232 слова-ценности) и еще 10 слов из политического словаря тестировались на

²⁶ Стоит заметить, что по отношению к исследованиям Шварца это не совсем верно: достаточность своего списка ценностей он обосновывает тем, что исследователям в каждой из стран, в которых проводилось исследование, предлагалось включить в список особые, локальные специфические ценности, которых, по их мнению, не хватало в его списке, а последующий анализ данных показал, что все "добавочные" ценности вошли в состав предложенных 10 ценностных индексов, и совпали с ними по смыслу.

30 испытуемых, которым предлагалось сгруппировать слова, близкие по смыслу. В результате анализа группировки и в силу прикладных задач исследования (характеристики политических ориентаций населения), был получен список из 38 слов, представляющих в 30 кластерах и 11 классов более высокой степени общности. Затем этот список предъявлялся респондентам из репрезентативной по России выборки (2500 человек, а также 1000 руководителей различного уровня) с инструкцией выбрать «девять слов, которые с Вашей точки зрения, лучше всего выражают Ваше представление о хорошей, счастливой жизни, возрождении России».

В результате авторы получили иерархии ценностей, составленные на основе долей респондентов, выбравших соответствующее слово – чем выше доля, тем выше место ценности в иерархии. На первых местах оказались такие ценности, как мир, законность, безопасность, семья, стабильность, труд, справедливость, достаток, порядок и могущество. Затем исследователи сравнивают иерархии ценностей в разных социально-демографических группах. Например, мужчины отличаются от женщин большей значимостью законности, безопасности и порядка (46% - второе место у мужчин и 41% - четвертое место у женщин), и меньшей – труда (39%, 5 место среди мужчин и 45%, 2 место среди женщин), и «семьи, достатка» (40%, 4 место и 44%, 3 место – соответственно).

В вопросе, предложенном авторами, смешаны два основания «хорошая, счастливая жизнь» и «возрождение России». Кроме того, в самом вопросе уже заложена ценность «возрождение России», которой у респондента может не быть. Два основания для выбора слов могли отразиться на ответах респондентов: одни руководствовались первой частью, другие – второй, третьи – обеими. Разработанный авторами список ценностей представляет большой интерес (если не учитывать тех слов, что были включены туда из политического словаря). Однако этот список основан и применим пока только к жителям России, а кроме того, не все этапы его составления достаточно обоснованы²⁷.

Различия между социально-демографическими группами выражаются в различиях между рангами тех или иных ценностей, но статистическая значимость этих различий не оценивается.

На анализе данных этого исследования базировалось и несколько других значимых работ российских авторов, посвященных ценностям россиян.

И. М. Клямкин и Б. Г. Капустин (Капустин, Клямкин 1994) теоретически выделяют три основных (идеальных) типа ценностного сознания россиян. Традиционно советский тип - сложившийся в позднюю брежневскую эпоху особый тип «развитого индивидуализма потребительски-приватного, а не производственного толка», когда все равны перед центром власти и распределения благ. Коллективизм здесь выражается в форме уравнительной организации атомизированных индивидов. Второй тип - нелиберальный индивидуализм, в котором есть свобода, но как свобода от закона, т.е. свобода, не ограниченная необходимостью

²⁷ Говоря о необходимости соответствия списка определению ценностей, авторы руководствуются критериями, которые нарушаются включением ряда политических ценностей и исключением ценностей не вошедших ни в один «класс», но прошедших все критерии отбора. И также не поясняется, почему респондентам предлагалось выбрать именно 9, а не 5 или 20 ценностей.

соблюдать права и свободы других людей; это, по сути, модификация традиционно советского типа, в котором уравнивательные акценты полностью вытеснены потребительскими. И третий – это либеральный тип с двумя подтипами: экономически-либеральный, характеризующийся уважением принципа частной собственности обязательно сопряженным с правами и свободами человека, и социал-либеральный, отличающийся приоритетом свободы над всеми остальными ценностями, даже над собственностью. Анализируя данные опроса, авторы отслеживают распространенность ценностей, которые соответствуют либеральному типу сознания, в различных социально-профессиональных группах, обнаруживая наиболее либеральные ценности среди предпринимателей и фермеров, с оговоркой, что их «либерализм» может оказаться лишь реакцией на быстрые социальные изменения и в реальности может оказаться «нелиберальным индивидуализмом».

Авторы сравнивают ценности тех, кто сознательно обозначает свои взгляды как либеральные со всеми остальными респондентами, и выясняется, что «либералы» характеризуются более высокой актуализированностью ценностей профессионализма, свободы, собственности и духовности. При этом доля выбравших демократию среди них не отличается от доли среди «нелибералов». Подчеркивается излишняя идеологизированность либералов, которая осложняется «тяготением к национально-этнической идее». Делается вывод, что никаких существенных изменений в распространенности либеральных идей не произошло: представители «старых элит» держатся за старые ценности, вновь появившиеся предприниматели и фермеры озабочены лишь правом на собственность, демонстрируя «нелиберальный индивидуализм», а все остальные – идеалисты, верящие в «демократию» как символ светлого будущего. Кроме того, важны выводы о том, что для «советского типа» сознания характерны конкуренция не в производстве, а в потреблении; о том, что «либералы» характеризуются излишней идеологизированностью, не связанной с защитой конкретных интересов конкретных людей. Крайне важен вывод о том, что слова «равенство», «демократия», «терпимость» и др. воспринимаются как идеологические декларации, а не как реальные понятия.

Авторы построили очень интересную типологию, но не предприняли достаточных усилий по ее эмпирическому обоснованию, эмпирические данные используются скорее как иллюстрации. Кроме того, авторы зачастую забывают о том, что их данные собраны в рамках определенного методического формата: респонденты имели возможность выбрать лишь 9 ценностей из 38 и, говоря, например, о «почти нулевой значимости терпимости» среди либералов, не учитывают того, что она могла быть вытеснена не только политическими словами-ценностями, но и – даже более вероятно – личными, такими как «любовь», «карьера», «дом».

На следующем этапе исследования (1994 г.) исследователи ФОМ занялись решением конкретных исследовательских задач по уточнению политических ориентаций населения, составив два списка: 22 слова-символа, призванные стать "ядром" ценностных кластеров (вопрос: "Какие из следующих слов лучше всего передают Ваше представление о достойной, счастливой жизни?", можно было выбрать любое количество слов) и 37 ценностей-условий и ценностей-

качеств, призванных наполнить содержанием эти слова-символы (вопрос: "Какие из перечисленных ценностей вы лично считаете для себя наиболее важными?") – (Клямкин, 2003; Лапкин, Пантин, 1998). Методическое сходство между первым и вторым этапами исследования очень небольшое: вопрос о ценностях ставился по-иному, список ценностей делился на две части и совпадал со списком первого этапа лишь небольшой степени, критерии составления списка были на втором этапе изменены (из-за чего второй список наполовину состоял из политических терминов). Тем не менее, Клямкин (Клямкин, 2003) сравнивает данные этих двух этапов и делает вывод о динамике ценностей, отмечая, в частности, повышение значимости ценности «собственность».

Наибольший интерес этого второго этапа исследования представляет то, что обновленная анкета позволила выяснить какие ценности из списка респонденты считают традиционно русскими, советскими и западными, то есть зафиксировать стереотипы. Так, из тех ценностей, которые респонденты назвали важными для себя, они отнесли к традиционно русским "терпеливость", "гостеприимство", "веру в бога", "бескорыстие", "благотворительность", "чувство долга", "самопожертвование"; к советским: «атеизм», «энтузиазм», «борьбу», «чувство долга», «терпеливость», «гарантии социальных прав личности», «дисциплину труда» и «верховенство госинтересов над интересами личности»; и к западным ценностям были отнесены "деловитость", "профессионализм", "предприимчивость", "неприкосновенность частной собственности", "свобода выбора убеждений", "богатство" и "прибыльность труда". При этом наиболее важные для респондентов ценности, такие как "личное достоинство" и "справедливость" не были отнесены ни к одной из этих групп, что, по мнению авторов, указывало на ощущение выпадения постсоветских людей из истории.

В.П.Горяинов (1996, 1997б) провел анализ таблиц из работы Клямкина, в которых были представлены доли людей, выбравших каждую из 59 ценностей в каждой социально-профессиональной группе. В результате были выделены "консолидирующие" социальные группы – то есть те, что выражают наиболее общие для россиян ценности, и вокруг которых может, соответственно, объединяться общество. Наиболее консолидирующей группой выступают рабочие, бюджетники и предприниматели, наиболее «деконсолидирующими» - безработные и пенсионеры.

В другой работе (Горяинов, 1997а) автор выделяет типологизирует уже не социальные группы, а ценности и делит их на "центральные", "промежуточные" и "периферические", имея в виду, соответственно, ценности наиболее, средне и наименее популярные во *всех* социально-профессиональных группах ценности. По функциональному признаку Горяинов выделяет 6 типов ценностей, три из которых – «консолидирующие»²⁸ (их распределение похоже на нормальное) и три – дифференцирующие (распределение с двумя и более вершинами, то есть в одних группах низкое распространение ценностей, а в других – высокая). Каждый из типов ценностей делился

²⁸ Для обозначения и функционального типа ценностей, и группы населения, выполняющей ту же функцию, используется одно и то же наименование – «консолидирующий».

также на активный и пассивный по силе их консолидирующего или дифференцирующего воздействия. В каждом из типов также выделялись центральные, промежуточные и периферические ценности. К «центральной ценности» активно интегрирующего типа были отнесены "семья", "права человека", "свобода", "духовность", "гуманизм", "трудолюбие", "профессионализм"; к центральной "ценности" активно дифференцирующего типа отнесены "безопасность", "личное достоинство", "справедливость", "образованность", "гостеприимство", "деньги" и "порядок".

Лапкин и Пантин (1998) указывают на то, что основной метод Горяинова – анализ распределений по социально-профессиональным группам некорректен, поскольку выборка не репрезентирует население России (перепредставлены фермеры, управленцы и др.), и указывают на неточность расчетов Горяинова (там же, с.5-7).

В.В. Лапкин и В.И. Пантин (Лапкин, Пантин, 1998, 1999, Пантин, Лапкин, 2000) продолжают это исследование, в целом, подтверждая выводы Горяинова и дополняя их тем, что дифференциация по ценностям имеет место, в основном, между массовыми группами, лишенными власти и "элитобразующими" группами, при этом последние разделяют более "западные" ценности. Авторы лишь пять активно дифференцирующих общество ценностей: демократия, справедливость, деньги, равенство, терпеливость. Далее, с помощью выявления связей между различными ценностями, авторы приходят к выводу, что идет отторжение типично советских ценностей и очень осторожное принятие западных, а наиболее актуальны для постсоветского человека «деидеологизированные ценности», такие как «семья» и «порядочность», а также прагматические ценности.

В дальнейшем Лапкин и Пантин объединяют результаты различных исследований ФОМ в некоторую последовательность, выделяя период 1991-1994 гг., в который было наибольшее размежевание между элитами и массами, 1994-1997 гг., характеризующийся размежеванием в самих элитах и период после 1997 г., когда отмечалось увеличение авторитарных «настроений»; все эти три периода привели в 1999 г. к ситуации «значительного ценностного размежевания среди россиян» (Пантин, Лапкин, 1999). Авторы с сожалением заключают, что на момент исследования нет общей для всех россиян единой системы ценностей, она противоречива и различается в разных группах. В дальнейших работах эти авторы анализируют политические ценности по косвенным источникам, не обращаясь к конкретным данным (Лапкин, Пантин, 2000).

В 2002 г. ФОМ провел два опроса (не связанных с описанными выше), посвященных изучению ценностей (Климова Галицкий, 2002, Галицкий, Климова, 2002). В них респондентам предлагалось выбрать "из перечисленных слов [те, которые] означают наиболее важные для Вас понятия". Список состоял из двух с половиной десятков ценностей, критерии его составления в публикациях не уточняются, но создается впечатление, что слишком обширно представлен ряд политических терминов. Помимо содержательного исследования, авторы проводят еще и своего рода методический эксперимент: в одном из опросов количество слов, которое мог выбрать респондент,

было ограничено, а в другом - не ограничивалось. В итоге отсутствие ограничений на количество выборов оказалось более предпочтительным.

Основное содержание этой работы заключалось в агрегировании ценностей в группы. Для этого использовалась сложная процедура, включавшая несколько этапов. Вначале получили четыре фактора, затем на их основе - 6 кластеров ("силы", "благополучных", "депривированных", "патриотов", "обывательский" и "законников"), и затем выделялись "ядра" этих кластеров, то есть наиболее типичные сочетания слов-ценностей для каждого из них. В некоторых кластерах получилось по 2 ядра, которые рассматривались как ценностные подтипы. Анализ был сфокусирован на рассмотрении этапов агрегирования ценностей. Эти данные дают богатую почву для рассуждений о связях и значениях отдельных ценностей и для дальнейшего изучения социально-демографического состава кластеров.

1.3.3. Исследование «Томская инициатива»

В 2001 г. коллективом авторов под руководством А. В. Рябова и Е.Ш. Курбангалеевой был осуществлен проект «Томская инициатива», включавший масштабное исследование ценностей и социальных установок жителей Томской области (Базовые ценности россиян, 2003). Методология этого исследования во многом была заложена в проекте ФОМа 1993 г. (Дубов и соавт., 2002), но была существенно развита и расширена. Базовые ценности определяются как «достаточно абстрактно выраженные представления о том, что наиболее желательно и эмоционально привлекательно... либо... эмоционально привлекательный... модус поведения или способ действий». Также был добавлен список «антиценностей», и, кроме того, отдельно анализировалась значимость различных ценностей «для России в целом».

Процедура составления списка ценностей и антиценностей включала следующие этапы: экспертный отбор слов-ценностей; группировка слов небольшой выборкой респондентов; отбор слов, "репрезентирующих" полученные группы ценностей. Процедура опроса заключалась в том, что респондента просили выбрать 9 слов "наиболее значимых лично для Вас" и 9 слов из другого списка "наиболее неприемлемых, отвергаемых, раздражающих лично Вас" (также предлагалось сделать аналогичный выбор в отношении "России в целом"). На основе этого инструмента в 2001 г. были опрошены четыре полуторатысячные выборки жителей Томской области.

По результатам анализа данных этих опросов рассматриваются процентные распределения выборов ценностей и антиценностей по выборкам в целом и по отдельным социально-демографическим группам, электоральным группам, группам с различными типами социально-политических установок ("ментальным типам"), с активным и пассивным мировосприятием, с различным уровнем "мифологизации сознания" и т.д. Авторы приходят к ряду выводов, среди которых:

- о различных типах достижительных позиций: целенаправленной, приводящей к результатам, и ориентированной на сохранение; именно последний тип преобладает в исследуемом регионе;

- о «сверхиндивидуализации» российского массового сознания;
- о том, что ценностные свойства россиян приводят к выжидательной позиции по отношению к переходному периоду;
- о том, что национально-этническая основа не является консолидирующей;
- о возникновении на основе ценностей россиян особого вида отношений с властью - "неоконсервативной".

Анализ на данном материале связи ценностей с поведением привел к очевидному выводу о неоднозначности этой связи. В рамках проекта, но с помощью другого инструмента, Винарский и Ходонов (там же, с.113-156) изучали политические ценности и обнаружили более либеральные ценности среди представителей более молодых поколений, в менее мифологизированных группах, среди респондентов, чувствующих свою близость к предпринимателям и среди отрицающих "чуждость" европейцев; выделялен также ряд типов российского либерализма.

Изучая семейные и трудовые ценности, авторы приходят к выводу, что ценностная модель советской нуклеарной семьи у новых поколений россиян разрушается, меняясь в сторону либо более «традиционной», либо более «либеральной»; делается также общий вывод о несформированности среди россиян "ценностей рыночной экономики". Изучение свободных ассоциаций со словами-ценностями, дало развернутую картину смысловых (и символических) наполнений различных слов-ценностей. В других разделах этой работы исследовалась также связь ценностей с современными российскими мифами и восприятием различных «графем».

В целом, данное исследование является очень подробным анализом различных аспектов ценностей и родственных явлений. Правда, работа называется «Базовые ценности россиян», а между тем исследование основано на опросе населения лишь одного из субъектов РФ.

1.3.5. Другие исследования ценностей

Исследователи из «Левада-центра» опубликовали ряд работ, посвященных изучению ценностей россиян. Б.В. Дубин проанализировал результаты ответы людей в 36 странах мира на вопрос о «качествах детей, которые... кажутся Вам самыми важными» в 36 странах мира, в том числе в России, полученных в рамках исследования INRA 1995 г. (Дубин, 1995). Он сделал вывод о низком уровне активности ответов в России по сравнению с другими странами (и снижение этого уровня по сравнению с 1989 г.), а также о небольшом разбросе в популярности между наиболее и наименее популярными качествами. Анализируя иерархию этих качеств, автор отмечает, что «для респондентов в мире куда выше значимость хороших манер, чувства ответственности и терпимости, уважительности в отношениях с другими; для опрошенных в России – выше значимость умения общаться с людьми и добросовестности в работе».

Л. Д. Гудков проводит метаанализ множества опросов, на основании которого делает выводы о закономерности появления неоконсерватизма среди россиян (1997) на основе «негативной мобилизации» и «ценностного снижения» (т.е. роста раздражения и усталости, и объединении

граждан на этой основе в «нигилистический консенсус», в противовес конструктивным ценностям) приходит к выводу об «отсутствии какой-либо внятной ценностной позиции» (2005)

А. А. Голов на основе ценностных модулей международного маркетингового исследования, сравнил ценности населения России и США (Голов, 1997). В другой работе он обращается к ценностям дружбы и отмечает несоответствие между поведением респондентов и выраженностью этой ценности (Голов, 1995). Еще в одном исследовании Голов и Гражданкин (2001) сформулировали ряд выводов делают ряд интересных выводов о «жизненных принципах» различных социальных групп россиян, расположив эти группы в контексте двух ценностных координат – «локальность-универсальность» и «эгоцентризм-теоцентризм».

М. С. Орджоникидзе проанализировала социально-политические ценности россиян (2007). Д.В. Сапунков вывел на основе факторного анализа ценностные оси, которые совпали с осями Ш. Шварца, и выделил на этой основе четыре категории ориентаций респондентов: Потребители, Достижители, Созидатели и Сохранители (1999). Н. А. Зоркая и Н.Дюк проанализировали ценности российской молодежи (2003).

Сотрудники Института сравнительных социальных исследований в 2006 г. повторили на репрезентативной российской выборке всесоюзный опрос, проведенный в 1986г. Под руководством И.Т.Левыкина) и продемонстрировали изменения ряда жизненных ценностей. Во-первых, за 20 лет снизилась ценность «семьи» и «супружества», и вместо них первые места заняли «материальное благополучие» и «бытовой комфорт». Во-вторых, менее выраженной стала ценность «интересной работы» относительно других ценностей и почти полностью исчезла самооценочность труда, чуть ли не единственным смыслом которого россияне стали считать заработок. Среди критериев общественного статуса материальную обеспеченность россияне стали ценить значительно выше, а значимость «уважения окружающих», наоборот, упала на 20%. В-третьих, среди факторов жизненного успеха считавшееся прежде универсальным – «трудолюбие» оказалось вытеснено «образованием»; снизилась значимость «честности», «порядочности», «взаимопомощи», «ответственности», «бескорыстия», а выросла значимость «везения», различных «связей» и поддержки родственников, а также таких качеств, как лидерство, целеустремленность, талант (Андреевкова, 2007).

Т. Зарицкий сравнивая «цели и устремления» студентов России и Польши приходит к выводу о большей значимости для россиян «большого состояния и привилегий», «высокой должности», «яркой, полной впечатлений жизни», и меньшей значимости «общественной пользы», а также того, что люди называют «реализацией определенных ценностей» (Зарицкий, 2006).

Серию феноменов близких к ценностям изучал А.Г. Здравомыслов. Например, при изучении молодежи изучались предпочтения «нравственно-психологических качеств», среди предложенных наиболее популярными оказались «ум», «добродетель» и «юмор», а наименее – «красота», «оригинальность», «сила» (Здравомыслов, 1998).

Существует также большое количество различных исследований, фокусирующихся на отдельных видах ценностей (трудовых, военных, религиозных и т.п.), на отдельных социальных группах (молодежь, регионы, студенты и т.п.). Так, В. С. Магун изучал трудовые ценности в России и множестве других стран на основе Всемирного исследования ценностей (Магун, 1995), придя к выводам об усилении инструментального отношения к труду и об очень высокой (и в абсолютном смысле, и относительно других стран) ценности зарплаты. Л.Зубова изучала трудовые ценности научных работников (Зубова, 1998); С.С.Соловьев изучал ценности военной службы среди военнослужащих (1996); В.Э.Бойков описывает социально-политические установки, определяемые им как ценности (2004); П.А. Михеев описывал динамику жизненных ценностей сельской молодежи (2005); Е.С.Элбакян и С.В.Медведко – связь религиозных ценностей и социально-политических установок (2001); А.С.Антипова – исламские ценности в связи с принятием «светских» ориентаций (2007); В.В.Гаврилюк и Н.А.Трикоз описывали межпоколенческие разрывы на материале опроса школьников и их родителей по методике Н.Лапина (Гаврилюк, Трикоз, 2002); Л.З.Сафиуллина и Н.В.Зоткин пытались найти различия между осознаваемыми и неосознаваемыми ценностями на основе методик Рокича и Люшера (2007).

В 1994 г. А.В. Андрееenkova (Андрееenkova, 1994), опираясь на данные Всемирного ценностного опроса, сравнила ценности россиян с ценностями населения нескольких десятков других стран, отметив высокие показатели материалистических ценностей (по показателям Инглхарта). Кроме того, автор поострил два собственных ценностных индекса, фиксирующих материализм/постматериализм и авторитарные/либеральные ценности, отмечая, что хотя по первой оси россияне впереди всех (то есть больше других ориентированы на экономическую безопасность в противовес «экологических» ценностей), то по второму индексу находятся в одной группе с такими странами, как Дания и Швеция, то есть демонстрируют достаточно высокую значимость либеральных ценностей. Также фиксируется отрицательная связь выраженности постматериалистических ценностей с возрастом и уровнем образования, а также отсутствие связи с социальным классом и уровнем дохода, опровергая в последнем пункте выводы Инглхарта.

Б.З. Докторов одним из первых в России опубликовал результаты сравнительных исследований «социокультурного пространства», полученных в рамках проекта Исследовательского института социальных изменений RISC – (Докторов, 1994). Основным результатом этого международного исследования стала социокультурная карта, расположение стран на которой «позволяет судить о степени близости ценностных структур сознания представителей различных общностей». В этом социокультурном пространстве этих двух осей Россия располагается близко к таким странам как Италия, Франция, Чехословакия. Согласно методологии RISC население всей Европы поделено на 10 социокультурных групп по 10% и отличие размера этих групп в разных странах расценивается как особенности населения этой страны. На 1991-1992 гг. в России были увеличены группы 2 «Энергичные и следующие своему пониманию долга» (уважающие порядок профессионалы) и 4 «Коллективисты, сторонники

сложившихся норм» (консервативные, идеологизированные), а уменьшены 7 «Самоориентированные и импульсивные искатели» (молодые нонконформисты), 9 «Замкнутые на собственные проблемы» и 10 «Одинокие и бедствующие» (полная сосредоточенность на материальных проблемах). Остальные группы представлены в России в той же мере, что и в целом по Европе, из чего делается вывод, что россиянам «присущи, с одной стороны, высокий уровень коллективизма, ориентированность на выполнение общественных норм... а с другой, для них в меньшей степени, чем для европейцев, характерно стремление вырваться из своей среды». Автор также разрабатывает свою классификацию социокультурных групп, которые дополнительно подчеркивают коллективистические особенности россиян. При этом отмечается, что если для большинства европейских стран в 1990-х характерна конвергенция ценностей, то есть их унификация, однако, к населению России, по предположению автора, эта тенденция не относится.

В этом исследовании индикаторы и методология построения ценностных параметров не раскрываются, поэтому не представляется возможным в полной мере раскрыть смысл этих осей, убедиться в надежности методологии (необходимое требование возможности фальсификации по Т. Куну), а также сравнить полученные здесь результаты с результатами других исследований.

Систематические исследования под руководством М. К. Горшкова и Н. Е. Тихоновой, сфокусированные на изучении различных социальных процессов и явлений – таких, как модернизация, бедность, идентичность, – и активно использующих в этом контексте понятие ценностей (см. например, Российская идентичность в социологическом измерении, 2008, Тихонова, 2008а, 2008б, 2009). В публикациях последних лет ценности здесь стали рассматриваться также в сравнительной перспективе – данные российских опросов сравнивались с результатами Всемирного исследования ценностей, при этом некоторые вопросы WVS были включены в российскую анкету и позволили, таким образом, изучать ценности, измеренные по «международному стандарту». Авторами делается ряд важных выводов, во-первых, о специфике ценностей россиян относительно населения других стран мира, например, о внешнем локусе контроля россиян, низкой значимости ценности толерантности, и высокой – трудолюбия и настойчивости (относительно других стран мира). Во-вторых, о неоднородности населения России в ценностном плане. В частности, отмечаются различия в ценностях среди различных возрастных, образовательных, профессиональных групп. Общий вывод состоит в том, что, несмотря на более «модернизированное» мировоззрение молодежи «автоматически, по мере смены поколений... завершение социокультурной модернизации России не произойдет», поскольку даже среди российской молодежи слишком мало (по

сравнению с другими странами) «модернистов». Специальное внимание уделяется ценностям демократии (Тихонова, 2008а).

1.4. Гипотезы настоящего исследования

Существует ряд совпадающих и взаимодополняющих выводов о ценностях россиян, которые позволяют составить «собирательный» профиль ценностей российского населения.

С одной стороны, россияне характеризуются более выраженной ориентацией на тесные взаимосвязи с социальным окружением (Инкелес), на желание принадлежать к опекающей корпорации, обеспечивающей безопасность (Хофстеде), на принадлежность к коллективу (Шварц), стремлению к определенности и стабильности (Хофстеде), отличаются внешним локусом контроля и большей ценностью происхождения в ущерб достижениям (Тромпенаарс). С другой стороны – россияне характеризуются высоким уровнем недоверия окружающим (Инкелес, МакКре), высоким авторитетом государства и рациональности (Инглхарт), преобладанием значимости личных мотивов над публичными (Тромпенаарс), высокой иерархичностью взаимоотношений (Хофстеде, Шварц, GLOBE). Такая совокупность особенностей россиян может быть охарактеризована как «вертикальный коллективизм» (в терминах Г. Триандиса), который характеризуется более тесными отношениями внутри ингруппы и повышенной враждебностью ко всем аутгруппам, при этом ингруппа очень велика и неравенство в ней принимается ее членами как должное, отношения в ней очень тесны и непросты. Достичь чего-то в такой «большой семье» – значит занять более высокое положение в иерархии, значит потеснить окружающих, значит опираться на личные связи, в связи с чем нужно сильнее контролировать эмоции, декларировать преданность и честность (в противовес терпимости и вежливости, которые воспринимаются как лицемерие). Тех, кто занимает более высокие позиции в этой иерархии, недолгобливают (Инкелес) и побаиваются (Хофстеде), но стремятся с опорой на связи и «клановые» отношения занять в своей ингруппе высокостатусное положение. Дефицит ресурсов в такой ситуации обостряет эту иерархичность и борьбу за власть (которая единственная располагает ресурсами) – вынужденность такой позиции выражается в высокой распространенности *практик Дистанции власти* и крайне низкой их ценности (по GLOBE). Таков самый краткий портрет россиян на основании совпадающих описаний в различных подходах.

На основании зафиксированных в описанных исследованиях характеристик базовых ценностей россиян, а также на основании исследования ценностей населения Украины в рамках ЕСИ (Магун, Руднев, 2007), можно предположить, что:

1) По сравнению с населением большинства европейских стран россияне придают бóльшую значимость ценностям материального благополучия и безопасности.

В различных исследованиях российские ценности не рассматриваются как уникальное явление и в один ценностный «кластер» с Россией попадают очень различные страны, часто это пост-социалистические страны или страны Восточной Европы, на основании чего мы формулируем следующую гипотезу.

2) Население России похоже по своим базовым ценностям на население других постсоциалистических европейских стран.

Согласно выводам ряда отечественных исследователей, население России раздроблено в ценностном плане, на основании этого возникла третья гипотеза.

3) Население России, так же, как и население других европейских стран, является неоднородным по своим базовым ценностям – в его составе имеется ценностное большинство и ценностное меньшинство.

Цель исследования, отраженная в его теме, – выявить сходства и различия между базовыми ценностями российского населения и ценностями населения других европейских стран. Ряд недостатков описанных исследований ценностей, включающий как их теоретические предпосылки, так и методологию и стратегии анализа базовых ценностей, поставил перед нами следующие задачи:

1) проанализировать отечественную и зарубежную научную литературу, посвященную сравнительному исследованию базовых ценностей, включая ценности россиян;

2) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы на уровне страновых средних, чтобы: а) выявить сходства и характер отличий в базовых ценностях между средним россиянином и средними представителями других европейских стран; б) выявить сходства и отличия между иерархией базовых ценностей среднего россиянина и ценностными иерархиями средних представителей других стран;

3) сравнить базовые ценности россиян с ценностями населения других стран Европы с учетом внутристранового разброса ценностей;

4) выявить различия базовых ценностей между Россией и другими европейскими странами, остающиеся после устранения влияний со стороны различий социального состава населения разных стран (их называют «несмещенными», или «чистыми»);

5) сравнить степень влияния страновой принадлежности и социально-демографических характеристик на базовые ценности.

Глава 2. Методология исследования

2.1. Методическая и эмпирическая база исследования

Выбор теоретического подхода. В предыдущих разделах мы показали, что наиболее методологически обоснованным подходом к изучению ценностей в сравнительной перспективе является подход Ш. Шварца, поскольку он а) основан на теории (а не выведен из конкретных данных), б) подтвержден и скорректирован широким кросс-культурным исследованием, в) учитывает наиболее современные требования к такого рода исследованиям (например, ценностные параметры выделяются на двух уровнях – страновом и индивидуальном). Основным недостатком такого подхода является то, что он подтвержден лишь на небольших выборках специфических групп (учителей и студентов), однако единственная альтернатива ему – Всемирное исследование ценностей Р. Инглхарта, основанное на репрезентативных выборках – оказывается еще более неприемлемым из-за ненадежности выделяемых ценностных измерений и их узкой направленности. Шварц же предоставляет весомые аргументы того, что его теория охватывает весь диапазон ценностей, распознаваемых людьми в разных культурах, из чего следует, что использование этой теории в кросс-культурных исследованиях (при условии использования ценностей в качестве индикаторов культурных различий) может привести к наиболее полной фиксации культурных различий. Поскольку наиболее полная фиксация межстрановых различий с использованием наиболее разработанных современных методов является одной из ключевых задач данной работы, то предпочтение отдается подходу Шварца.

Выбор массива данных. На данный момент существует три международных массива данных, располагающих информацией, собранной с помощью методик Шварца и включающих данные по России.

Во-первых, это **Ценностный опрос Шварца (SVS)**, включающий данные из 74 стран, выборки студентов и учителей (около 200 респондентов в каждой) и других групп населения, основанный на оригинальной методике Шварца, предполагающей оценку 56 ценностей в двух списках по 9-балльной шкале (подробно описана в предыдущем разделе). Основное достоинство этого массива данных в том, что он основан на исходной и достаточно подробной методике, позволяющей с высокой степенью надежности фиксировать 10 четко разделенных ценностей на индивидуальном уровне и 7 – на культурном. Основным недостатком этого массива является то, что он основан на небольших и специфических выборках, что приводит к нерепрезентативности данных. Как мы показали выше, данные, собранные на разных специфических выборках по

методике Шварца в России, сильно расходятся между собой, что указывает на зависимость результатов исследования от специфики выборки. Следовательно, такие выборки не могут отражать ценностей всего населения страны.

Другой международный массив данных, содержащий информацию о ценностях, измеренных по методике Шварца – это **Европейское социальное исследование (ESS)**. Ценностный модуль анкеты этого исследования, включает сокращенную версию Портретного опросника. Этот массив обладает рядом преимуществ: исследование проводится каждые два года, начиная с 2003 г. (уже проведено 4 волны), исследование основано на репрезентативных выборках и включает, помимо ценностного модуля, десятки блоков, посвященных различным аспектам от субъективного благополучия до электорального поведения. Есть, правда, и недостатки: круг стран, в которых проведено исследование, ограничен Европой, а Портретный опросник не совпадает с оригинальной методикой; в силу экономичности опросника есть проблемы с измерением всех 10 ценностей.

Третий массив данных – это модуль Шварца в **пятом раунде Всемирного опроса ценностей**, в анкету которого была включена еще более краткая версия Портретного опросника. Преимущества этих данных очевидны – большой круг стран различных континентов (более 40 стран по всему миру); репрезентативные выборки; возможность сравнения с ценностными измерениями Инглхарта на уровне индивидов; включение ценностных измерений Шварца в более широкий контекст измерения ценностей. Решающий недостаток этих данных – в том, что сокращенная до 10 пунктов версия Портретного опросника едва позволяет измерить один или два интегральных параметра ценностей, а также имеет существенные проблемы межстрановой сравнимости.

Итак, существует три массива, первый (SVS) из которых обладает очень специфическими выборками и едва ли позволяет судить о специфике населения всей страны, но обладает очень точным инструментом; третий (WVS) обладает репрезентативными выборками во множестве стран, но имеет очень грубый инструмент, едва ли позволяющий раскрыть межстрановые различия. Данные же ESS представляют собой компромиссный вариант, охватывая большое количество европейских стран репрезентативными выборками и включающее инструмент, позволяющий с достаточной степенью достоверности судить о различиях стран и индивидов по отдельным ценностям. В связи с этим, основным массивом данных, на которых будет осуществляться большинство сравнений, станет массив ESS.

Европейское социальное исследование. Европейское социальное исследование проводится каждые два года с 2003 г., сразу после сбора данные получают публичный

доступ, что позволяет исследователям фиксировать новейшую социологическую информацию. ЕСИ основано на опросе репрезентативных выборок, так что в каждой из стран Европы опрашивается от 1500 до 3000 респондентов. Среди стран-участниц ЕСИ 20-25 стран, каждая новая волна включает все новые страны. ЕСИ является одним из наиболее тщательно проработанных в методологическом плане кросс-культурных опросов в мире. ЕСИ является ярким примером этик-подхода к проведению кросс-культурных исследований, то есть стремится к использованию универсальных категорий, измерения которых можно сравнивать в разных культурах. Специальная работа в рамках методологических исследований ведется в направлении улучшения сравнимости данных, полученных с помощью ЕСИ, в нее входит: контроль за соблюдением строгого этик-подхода при составлении анкет, контроль обратного перевода анкеты, а также post-hoc тесты (то есть предпринятые после сбора данных), такие как когнитивные тесты на одинаковое понимание в разных культурах одних и тех же вопросов (Sarıs, 2008) проверки на эквивалентность методами структурного моделирования, такими как конфирматорный факторный анализ и др. (Davidov, 2008) и многое другое (см. Jowell *et al.*, 2007). За высокое качество предоставляемых данных ЕСИ был удостоен приза Декарта в 2005 г. – первый в истории этого приза проект, не связанный с естественными науками.

Выборка. Общая выборка каждой волны составляет более 40000 респондентов. Выборки в каждой стране, в которых существует общенациональный реестр своих жителей, строятся по случайному принципу, так что у любого жителя страны есть равные шансы стать респондентом. В некоторых странах, не обладающих единым реестром жителей (таких как Россия), случайный отбор производится на уровне макрорегионов (Jowell *et al.*, 2007). В России выборка строилась в несколько этапов. На первом этапе в каждом из 11 экономических регионов случайным образом отбирались избирательные участки. На втором этапе на основе списков избирателей составлялся перечень домохозяйств и из них случайным образом отбирались уже конкретные домохозяйства. Интервьюер получал анкеты с прописанным адресом, а выбор одного из членов домохозяйства для опроса осуществлялся с помощью случайных чисел. При опросе используется метод личного интервью – наиболее качественный, хотя и наиболее дорогой. Для опроса отсутствующего или отказывающегося от опроса респондента предпринималось до 5 посещений интервьюера. Отклонения от идеальной случайности попадания респондента в выборку корректировались с помощью специального веса.

Основная часть анализа в нашей работе основана на данных 3-го раунда Европейского социального исследования, проведенного в 2006 г. в 25 европейских странах, в том числе в России. Для максимизации количества стран, использующихся в

анализе, к данным третьего раунда были добавлены данные из других раундов по тем странам, которые не участвовали в 3-ем: из 1-го раунда была включена выборка по Израилю; из 2-го раунда – выборки по Греции, Исландии, Люксембургу, Турции и Чехии. Такое «смешение» данных из разных временных точек допустимо, поскольку, во-первых, по утверждению Шварца, ценности изменяются крайне медленно, во-вторых, данные по тем странам, которые участвовали во всех трех волнах ЕСИ, подтверждают высокую устойчивость измерений ценностей в этом проекте. В результате описанного расширения общая выборка исследования составила 59100 респондентов в 31 европейской стране: Австрия, Бельгия, Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Кипр, Латвия, Люксембург, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Россия, Румыния, Словакия, Словения, Турция, Украина, Финляндия, Франция, Чехия, Швейцария, Швеция, Эстония. В России выборка составила 2437 человек. Размеры выборок в каждой из стран приведены в Приложении, Таблица 3. Выборки были случайными или случайными стратифицированными, каждый житель стран-участниц ЕСИ старше 15 лет имел равные шансы попасть в выборку, если этот принцип нарушался, то он корректировался с помощью специального веса.

Взвешивание данных. В ЕСИ используются два веса: один для коррекции дизайн-эффекта, второй – для коррекции размера населения страны (Ganninger, 2007).

В некоторых странах обеспечение равных шансов каждого жителя на попадание в выборку не могло быть обеспечено, следовательно в некоторых выборках пере- или недопредставлены жители определенных районов или населенных пунктов. Вес дизайн-эффекта представляет собой нормированную инверсию вероятности включения данного респондента в выборку, и корректирует «неслучайность» попадания данного человека в выборку. Этот вес используется во всех вычислениях, основанных на данных ЕСИ. На момент обсчета данных для Румынии и Латвии, включенных в ЕСИ, веса дизайн-эффекта не были доступны, поэтому для респондентов из этих стран указанная коррекция не проводилась. Проведенное в рамках "Европейского социального исследования" изучение влияния весов, корректирующих смещения выборок стран-участниц из-за недостижимости респондентов, показало, что перевзвешивание, как правило, не слишком значительно влияет на результаты анализа данных. (См.: Vehovar, Zupanic, 2007, Billiet, 2007).

Европейские страны очень различны по размеру своего населения, размеры выборок же в каждой из стран различаются не столь сильно. Для того, чтобы получить достоверные данные, скажем, по Восточной Европе в целом, необходимо скорректировать вклад населения каждой страны в общий показатель – из-за того, что выборки схожи по

размеру, то, например, Словакия и Россия дадут одинаковый вклад, что не соответствует реальности, поскольку население России в несколько раз превышает население Словакии. Для коррекции на размер населения в ЕСИ введен специальный вес, он используется при вычислении одного показателя по двум и более странам (в том числе по Европе в целом).

Портретный ценностный опросник Ш. Шварца. В ESS базовые жизненные ценности измеряются с помощью сокращенной версии Портретного опросника Шварца (*Portrait Value Questionnaire – PVQ*). Портретный опросник был разработан как альтернативный инструмент по измерению ценностей во-первых, как доказательство независимости теории Шварца от конкретного инструмента и его способность измерять эти ценности была подтверждена – причем даже на тех выборках, на которых «не справлялся» оригинальный инструмент Шварца (SVS). Это произошло благодаря меньшей абстрактности формулировок в этом опроснике (Schwartz, Melech, Lehmann *et al.*, 2001). Инструменты Рокича и Шварца, представляющие собой списки слов и словосочетаний с уточнениями неоднократно подвергались критике за их абстрактность, критики отмечали, что обычные люди редко размышляют в таких абстрактных выражениях. Портретный опросник же приблизился к пониманию респондента, Шварц и соавторы отмечают, что затруднений в его заполнении не возникло даже в наименее образованных и культурно «отдаленных» от западного прототипа группах, таких как угандийские девочки-подростки (Ibid.). Использование не прямых формулировок, выведенных напрямую из смысла 10 базовых ценностей (а не из предыдущего опросника) показало, что теория имеет дело с ценностями, не обязательно осознающимися респондентом. И, наконец, несмотря на использование нового инструмента, структура (как классификация отдельных высказываний в типы ценностей, так и взаимосвязи ценностей между собой) остались прежними и стали даже более четкими – то есть такими, как предусмотрено теорией. Последний вывод указывает на независимость выведенной Шварцем структуры базовых ценностей от способа ее измерения.

Портретный опросник представляет собой набор из 21 ценностного портрета людей, сходство с которыми респонденту предлагается оценить по шкале из 6 пунктов: от «Очень похож на меня» до «Совсем не похож на меня», которая по результатам заполнения преобразовывалась в числовую шкалу. Инструкция звучала так:

«Сейчас я приведу короткое описание некоторых людей. Пожалуйста, послушайте каждое описание и скажите мне, насколько каждый из этих людей похож или не похож на Вас».

Шварц утверждает, что сравнение других с собой (а не себя с другими) фиксирует внимание респондента на ценностных характеристиках других (а не на своих качествах),

заставляя человека взглянуть на себя со стороны, поэтому используется именно такая форма вопроса (Schwartz *et al.*, 2001). Вот пример ценностного портрета:

«Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности» (Направлен на фиксацию ценности *Безопасности*)²⁹.

В зависимости от возможностей опроса использовались различные версии опросника – в одни включалось 40 ценностных портретов, в другие - 29, 21 или 10. В ЕСИ используется вариант, включающий 21 ценностный портрет. Портретный опросник создавался и предназначен для измерения важности 10 базовых ценностей индивидуального уровня. В ЕСИ 9 ценностей измеряются с помощью 2-х ценностных портретов каждая, а ценность *Универсализма* – с помощью 3-х портретов, поскольку является наиболее сложным конструктом (Ibid.).

2.2. Ценностные показатели

Наше исследование построено на анализе трех видов ценностных показателей, которые являются агрегатами одних и тех же ответов респондентов, но имеют разный уровень их обобщения: это исходные показатели, ценностные индексы и ценностные оси.

Исходные оценки (показатели «первого уровня»). Наиболее простой способ использования имеющихся данных состоит в сравнении распределений исходных оценок респондентами 21 ценностного портрета. Каждый из ценностных портретов несет характеристику определенной ценности, а его оценка респондентом указывает на важность этой ценности для него. Приняв допущение о непрерывности шкалы оценок (напомним, что использовалась 6-балльная интервальная шкала), а точнее, о равенстве интервалов между пунктами шкалы, вычислим средние по каждому из ценностных портретов в различных группах (например, среди мужчин и среди женщин) и сравним их между собой. Применив процедуру центрирования к этим значениям для снятия эффекта стиля реагирования (см. ниже), эти значения можно использовать для содержательного обогащения основного анализа, поскольку на этом уровне мы обладаем неагрегированной, исходной информацией о ценностях. В дальнейшем эти показатели будем называть *исходные оценки*.

Ценностные индексы (показатели «второго уровня»). Портретный опросник, как мы уже упоминали, предназначен для фиксации 10 базовых ценностей, однако даже сам Шварц указывает на недостаточность 21 портрета. 2 или 3 портрета недостаточны для четкого измерения отдельной ценности, так что показатели устойчивости на различных выборках оказываются довольно низкими (Schwartz, 2002). Шварц, также как и критики

²⁹ Полный список ценностных портретов приведен в Приложении, Таблица 1.

Портретного опросника и его применения в ЕСИ (Davidov, 2008, Saris, 2008), видят решение этой проблемы в укрупнении ценностных показателей и сокращении количества стран, в которых предпринимается сравнение. Только таким образом, по мнению Давидова, можно обеспечить сравнимость данных по ценностным индексам, гарантировав устойчивость их измерения.

Ценностные индексы вычисляются как средние оценок нескольких ценностных портретов, данных респондентом; затем чего проводится поправка на средний уровень ответов. Среди индивидов, среди представителей разных культур существует особая склонность к особой работе со шкалой, некий стиль. Так, в Греции и Турции, например, респонденты более других склонны отмечать свое сходство с другими, а жители Швеции, Норвегии и Исландии, наоборот, более других склонны отмечать свое несходство *со всеми* предложенными портретами. Эти особенности работы со шкалой могут дать ложную информацию о ценностях, поэтому Шварц предлагает делать поправку на этот стиль реагирования с помощью процедуры центрирования. Центрирование представляет собой вычитание средней по всем оценкам данного респондента из его значений по ценностным индексам. Это помогает обойти склонность различных респондентов работать только в одной части шкалы. Итак, значение индекса представляет собой центрированную среднюю оценок нескольких ценностных портретов.

В связи с тем, что ценности измеряются в анкете по 6-балльной порядковой шкале, а затем на основе этих данных вычисляются средние – то есть с данными обращаются как если бы они имели интервальный уровень, – то возникает проблема перехода от порядковой шкалы к интервальной. Сам Шварц не видит в этом проблемы и процедура центрирования не предполагает вариантов, с помощью которых можно было бы избежать возникновения этой проблемы. Также, к сожалению, не предпринималось специальных тестов, которые показали бы равенство «расстояний» между различными пунктами шкалы. Поскольку на данном этапе этого нельзя доказать, то мы принимаем допущение об интервальном уровне этой, по сути, порядковой шкалы.

Определим оптимальное количество ценностных индексов, которые могут быть использованы для анализа культурных различий. С одной стороны, мы заинтересованы в наибольшем количестве индексов для более полного освещения культурных различий, с другой стороны существуют ограничения, связанные с недостаточностью 21 оценки для выделения всех 10 ценностных показателей и связанных с этим проблем сравнимости. Э. Давидов выделяет от 5 до 8 различных ценностных показателей в различных странах трех раундов ЕСИ (Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008, Davidov, 2008, Davidov, 2008a), но останавливается на 7 для ряда стран из 3-го раунда, в том числе для России. В. Сарис

исключает из анализа ценности Традиции и Власти-богатства, а также преобразует Универсализм в Справедливость, разрушая, таким образом подход Шварца, основанный на его предыдущих исследованиях и которого придерживаемся мы. Шварц, основываясь на данных первого раунда, утверждает наличие от 7 до 10 различных ценностей. Перечисленные авторы указывают на «перекрытие» или смешение близких в теоретической структуре ценностей, то есть сама теория Шварца получает лишь дополнительное подтверждение. При этом Шварц утверждает, что «в идеале, структурный анализ, такой как мы описали [многомерное шкалирование], должен быть предпринят для данных из каждой новой выборки перед тем как конструировать индексы для каждого типа ценностей. Это отразит реальные ценностные типы, имплицитно разделяемые в этой выборке и особые ценности, которые их формируют» (Schwartz, 1992, p. 57). На рисунке 2.1 приведены результаты многомерного шкалирования (алгоритм PROXSCAL в SPSS) исходных оценок ценностных портретов на данных используемого нами массива³⁰. Из рисунка видно, что, как и в указанных работах, чаще всего смешиваются пункты, принадлежащие а) к ценностям *Традиции* и *Конформности*, б) к ценностям *Власти-богатства* и *Достижения*, в) к ценностям *Универсализма* и *Благожелательности* и г) к ценностям *Гедонизма* и *Риска-новизны*. В связи с этим объединим исходные оценки, принадлежащие к трем перечисленным парам ценностей в три общих ценностных показателя, которые получают название, соответственно: *Конформность-Традиция*, *Самоутверждение*, *Самоотдача*.

³⁰ Показатели качества аппроксимации в данном случае высоки (Normalized Raw Stress, NRS=0.006, DAF=0.994, Tucker's CC=0.997) и модель в целом, таким образом, приемлема.

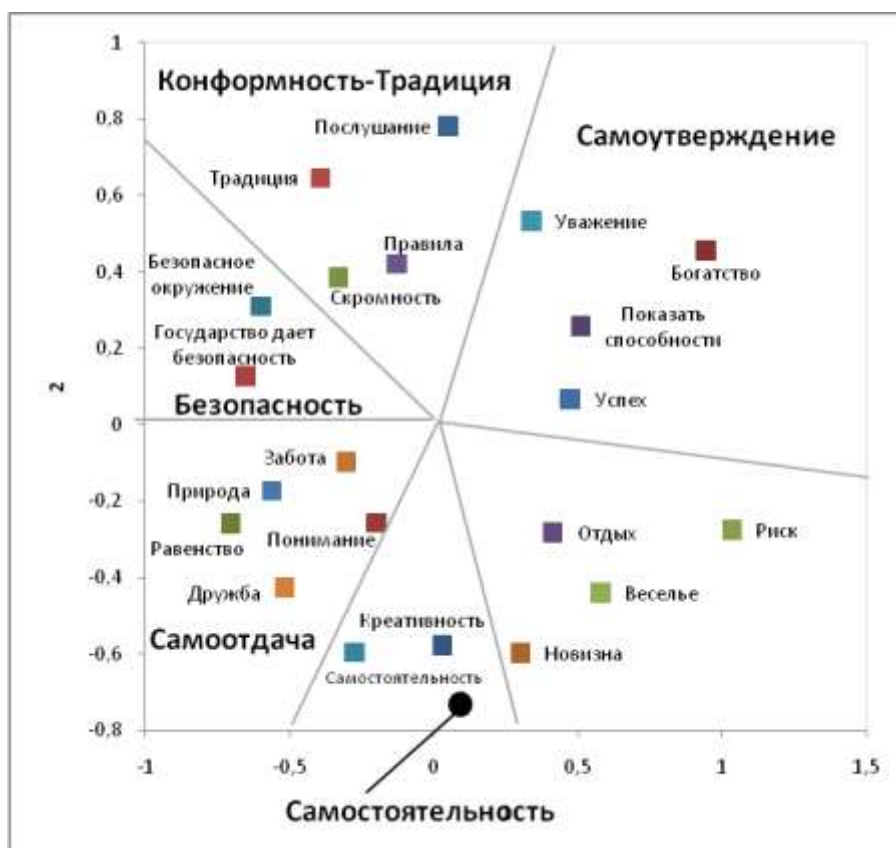


Рисунок 2.1. Результаты многомерного шкалирования (PROXSCAL) 21 исходной оценки. Области в этом пространстве выделены на основе алгоритма построения пространства – в виде лучей от нулевых координат.

Коэффициенты надежности (внутренней согласованности) показателей альфа Кронбаха приведены в таблице 2.1. Объединение *Традиции* и *Конформности*, также как и *Универсализма* и *Благожелательности*, по отдельности обладавшими низкими показателями надежности, в результате дало надежные укрупненные индексы. В паре *Власть-богатство* и *Достижение* первый показатель обладает крайне низкой надежностью, второй – достаточно высокой, однако при их объединении надежность повышается еще сильнее. В связи с тем, что использование показателя с уровнем надежности менее 0,5 крайне нежелательно и из-за того, что в пространстве многомерного шкалирования исходные пункты этих показателей смешаны между собой, объединение этой пары в один показатель представляется допустимым. Что же касается последней пары ценностей *Гедонизм* и *Риск-новизна*, то они, несмотря на смешанное расположение их пунктов в пространстве многомерного шкалирования (рисунок 2.1), обладают высокими коэффициентами надежности по отдельности (равны соответственно 0,70 и 0,63). Поэтому объединение пары показателей *Гедонизм* и *Риск-новизна* не является необходимым. Отметим также низкий уровень надежности для показателя

Самостоятельности, однако его объединение с близкими ценностями не представляется возможным из-за существенно отличающегося смысла этой ценности и в соответствии со смыслом – отдельной области в ценностном пространстве (рисунок 2.1). В связи с этим мы будем использовать этот показатель как самостоятельный, однако уделим особое внимание анализу составляющих его исходных показателей.

Таблица 2.1. Показатели надежности (внутренней согласованности) семи используемых ценностных индексов и 6 не вошедших в анализ гипотетических индексов

	Альфа Кронбаха	Количество исходных пунктов
Традиция-Конформность	0,65	4
Самоутверждение (Власть-богатство+Достижение)	0,73	4
Самоотдача (Универсализм+Благожелательность)	0,72	5
Гедонизм	0,70	2
Риск-новизна	0,63	2
Самостоятельность	0,46	2
Безопасность	0,61	2
<i>Традиция</i>	<i>0,39</i>	<i>2</i>
<i>Конформность</i>	<i>0,55</i>	<i>2</i>
<i>Власть-богатство</i>	<i>0,45</i>	<i>2</i>
<i>Достижение</i>	<i>0,72</i>	<i>2</i>
<i>Универсализм</i>	<i>0,58</i>	<i>3</i>
<i>Благожелательность</i>	<i>0,59</i>	<i>2</i>

Вычислено на выборках от 55137 до 56125 респондентов, в зависимости от показателя, размеры выборок варьируются в связи с пропущенными значениями.

Итак, мы будем использовать ценностную модель, включающую 7 «наблюдаемых» базовых ценностей, которые могут быть зафиксированы имеющимся инструментом. Обозначим смысл новообразованных ценностных показателей.

Два из них повторяют полюса одной из ценностных осей, в соответствии с теорией Шварца: *Самоотдача*, подчеркивающая фиксацию на окружающих и преодоление собственных эгоистических устремлений, противопоставляется ценностям *Самоутверждения*, выводящих на первый план собственное благополучие.

Традиция и *Конформность* никогда четко не были разделены (в круге Шварца они находятся в одном секторе), а их разделение было обусловлено теоретическим постулатом о различии их мотивационных целей, никак, впрочем, не подтвердившимся эмпирически.

Ценности *Традиции-Конформности* подчеркивают важность социальных правил и установлений и незначительность желаний и побуждений личности.

В дальнейшем, чтобы избежать смешения с ценностными осями и исходными оценками, мы будем называть семь описанных в этом подразделе ценностных показателей *ценностными индексами*.

Ценностные оси (показатели «третьего уровня»). Ряд современных методологов говорят о существовании двух типов социальных показателей: *формативных*, то есть формирующихся априори и *рефлексивных* показателей, отражающих структуру конкретных эмпирических данных, и выводимых непосредственно из существующего массива данных. В случае формативных показателей, конкретные эмпирические данные используются для вычисления индексов по готовым формулам, эмпирические данные являются лишь «сигналами», входящими в теоретическую модель, подтверждая или опровергая гипотезы о взаимосвязях теоретических конструкторов, заданных априори. В случае рефлексивных показателей, теория также применяется для разработки эмпирических индикаторов, однако собранные с их помощью эмпирические данные рассматриваются как «табула раса». Другими словами, в рамках этого подхода не принимается допущение о том, что априорные индикаторы фиксируют именно те содержательные области, которые им были приписаны исследователем, а оставляют этот вопрос открытым и предлагают проверять это на эмпирических же данных. Оба подхода и оба типа показателей имеют ряд преимуществ и недостатков, о чем ведется широкая дискуссия (например, Howell et al., 2007), однако все сходятся на том, что в идеальной ситуации эти показатели должны совпадать, а в реальной – предпочтительно использование обоих типов показателей.

Выводя оптимальное количество ценностей в предыдущем подразделе, мы применили смешанный подход, с одной стороны, пытаясь сохранить теоретическую структуру и максимальное количество ценностных показателей, с другой стороны, скорректировали эту структуру с учетом конкретных эмпирических данных. При выведении ценностных осей мы применим такой подход напрямую.

Шварц, описывая ценностные показатели более высокого порядка (категории), или ценностные оси, предлагает вычислять их также как ценностные индексы – четыре категории в качестве укрупненных индексов (Самоутверждение, Сохранение, Самоотдача, Открытость изменениям), а затем – для получения осей – вычитать значения по одним категориям из других (Самоутверждение минус Самоотдача, Сохранение минус Открытость изменениям). Такие показатели являются формативными в чистом виде, при этом неизвестно, существуют ли они в реальных данных ЕСИ. Выведем же рефлексивные

показатели для проверки правомерности использования формативных и сравним их между собой.

Как видно из рисунка 2.1 общая конфигурация исходных оценок указывает на существование двух ценностных осей в наших данных – ценности *Безопасности* и *Традиции-Конформности* противостоят ценностям *Самостоятельности*, *Риска-новизны* и *Гедонизма*, а *Самоутверждение* противостоит *Самоотдаче*. Предпримем факторный анализ для уточнения этой структуры. В качестве исходных переменных мы взяли 21 не центрированную исходную оценку и методом главных компонент (без вращения) получили 3 фактора, описывающих 45,0% дисперсии. Матрица факторных нагрузок приведена в Приложении, Таблица 4. По первому фактору все исходные оценки имеют большие нагрузки и представляет собой фактор стиля реагирования, что подтверждается высокой корреляцией индивидуальных значений по этому фактору с индивидуальной средней по всем ответам (с помощью которой осуществляется центрирование) – $r=0,99$. Нагрузки по второму и третьему фактору, представленные в виде графика на рисунке 2.2, отражают эмпирическую структуру ценностных осей.

На положительном полюсе второго фактора находятся оценки, относящиеся к ценностям *Конформности*, *Традиции* и *Безопасности*, то есть к категории *Сохранения*, на отрицательном полюсе находятся ценности *Открытости изменениям*, то есть ценности *Риска-новизны*, *Гедонизма*, *Самостоятельности*. Итак, второй фактор представляет собой ценностную ось *Открытость изменениям – Сохранение*, но с важными уточнениями: на положительном полюсе, помимо ценностей *Сохранения*, с меньшими нагрузками также находятся ценности *Самоотдачи*, а на отрицательном, вслед за ценностями *Открытости изменениям* следуют с меньшими нагрузками ценности *Самоутверждения*.

Третий фактор аналогично отражает ценностную ось *Самоотдача – Самоутверждение*, второстепенным на полюсе *Самоотдачи* являются ценности *Открытости изменениям*, второстепенными на полюсе *Самоутверждения* являются ценности *Сохранения*.

По своей конфигурации второй и третий факторы отражают ценностные оси, предлагаемые Шварцем с тем уточнением, что за основным смыслом этих осей стоит и дополнительный, который, если вернуться к «Кругу Шварца», действует по принципу «против часовой стрелки». Здесь важно отметить, что эти дополнительные взаимосвязи возникли не случайно, ведь, например, на полюсе *Сохранения* (второй фактор) в качестве второстепенных нагрузок могли быть столь же близкие *Сохранению* ценности *Самоутверждения*, но вместо этого здесь присутствуют ценности *Самоотдачи*.

Содержательная интерпретация такого результата может быть выражена в качестве гипотезы: когда наиболее важными (терминальными) являются ценности *Сохранения*, то вспомогательными (инструментальными), как правило, выступают ценности *Самоотдачи*; и аналогично по отношению ко всем остальным полюсам.

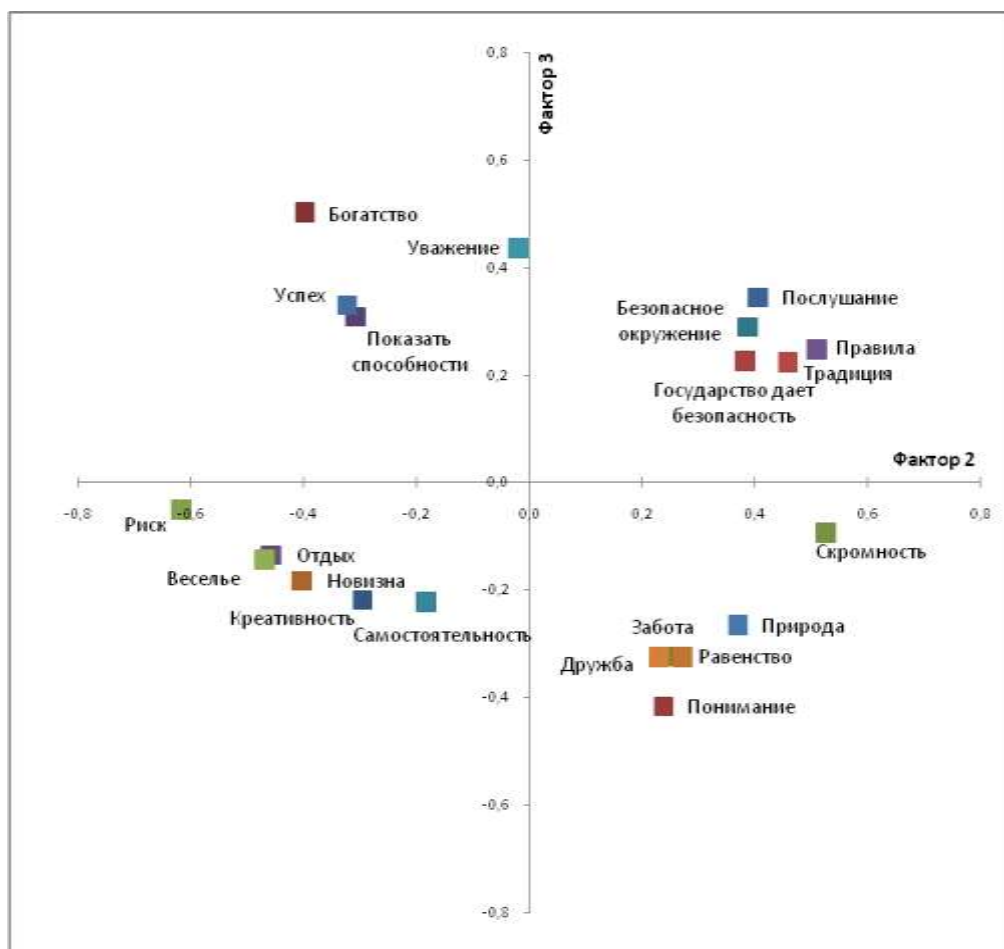


Рисунок 2.2. Факторные нагрузки второго и третьего факторов по 21 исходной переменной.

Индивидуальные факторные значения по второму и третьему факторам являются рефлексивными показателями в чистом виде, отражающими только структуру данных и не связанными с теоретическими постулатами. Сравним теперь формативные (ценностные индексы высокого порядка) и рефлексивные (индивидуальные факторные значения) ценностные показатели: корреляция двух показателей оси *Открытость изменениям* – *Сохранение* на индивидуальном уровне составляет 0,91, а двух показателей оси *Самоотдача* – *Самоутверждение* составляет 0,77. При этом факторные значения первой оси также значимо и отрицательно коррелируют с индексом второй оси, $r=-0,56$, что отражает описанные выше «второстепенные» нагрузки.

Как мы видим, ценностные показатели двух типов не совпали, но оказались достаточно близки друг другу. С одной стороны, это подтверждает применимость теории Шварца к нашим данным, с другой стороны, ставит вопрос о том, какой тип показателей использовать в анализе.

Для фиксации ценностных осей мы будем использовать рефлексивные показатели, то есть индивидуальные факторные значения по второму и третьему фактору, по двум причинам. Во-первых, эти показатели отражают реальную структуру данных, а не гипотетическую; гипотетическая уже отражена в семи используемых нами ценностных индексах. Во-вторых, эти показатели являются ортогональными, то есть независимыми друг от друга, они уже включают в себя существующие взаимосвязи между ценностями. Чтобы избежать путаницы, в дальнейшем мы будем называть индивидуальные факторные значения второго и третьего факторов описанного факторного анализа, отражающие ценности *Открытости изменениям – Сохранения* и *Самоотдачи – Самоутверждения* с указанными второстепенными нагрузками *ценностными осями*.

Итак, в нашем анализе мы будем пользоваться тремя видами ценностных показателей, это: 21 исходная оценка (исходные ответы респондента), 7 ценностных индексов (средние по нескольким ответам респондента), 2 ценностных оси (индивидуальные факторные значения второго и третьего факторов описанного выше факторного анализа).

Из-за того, что шкала, представленная в анкете, имеет обратный порядок категорий (1 – «очень похож», 6 – «совсем не похож»), то в изначальном виде все показатели характеризуют «несхожесть» с указанными портретами, или «неважность» соответствующих ценностей. Для удобства в дальнейшем анализе шкалы на всех уровнях анализа инвертированы, то есть бóльшие значения показателей указывают на бóльшую схожесть и бóльшую значимость ценностей.

Сравнимость ценностных показателей. Э. Давидов (Davidov, 2008, 20086), проверяя ценностные показатели в различных раундах ЕСИ на эквивалентность с помощью мульти-группового конфирматорного факторного анализа (MGCF), указывает на ограниченность сокращенной версии Портретного опросника для измерения всех 10 ценностей. Давидов говорит о трех уровнях эквивалентности (инвариантности) показателей: конфигуральная инвариантность указывает на то, что «отдельные пункты измерительного инструмента представляют одну и ту же конфигурацию нагрузок во всех странах и временных точках исследования»; метрическая инвариантность указывает

«насколько пункты соответствуют ценностным индексам в разных странах... позволяя сравнивать связи между ценностями и другими теоретическими конструктами»; скалярная инвариантность означает точное совпадение конфигураций исходных пунктов в разных странах и позволяет сравнивать средние по странам показатели (Davidov, 2008). Используя MGCFA, Давидов проверяет шкалу Шварца на данных трех раундов ЕСИ, утверждая конфигуральную инвариантность почти для всех ценностей и всех стран и метрическую инвариантность для нескольких стран (в том числе России) с укрупненными ценностными показателями. Образец, по которому Давидов укрупняет ценностные индексы для достижения метрической инвариантности принят нами и использован. Давидов также говорит об отсутствии скалярной инвариантности этой шкалы вообще. В то же время относительно ценностных осей (имеются в виду формативные показатели Шварца) утверждается высокая степень сравнимости.

В. Сарис и Д. Кнопен утверждают, что проверка Давидова слишком строга и предлагают другой способ проверки сравнимости данных – когнитивные тесты (Sarıs, Knorpen, 2008). Сначала они проводят лингвистический анализ высказываний, отсеивая на основе смыслового несовпадения индексы *Традиции* и *Власти-богатства* и исключая из индекса *Универсализма* пункт, касающийся заботы о природе. Затем они, опираясь на MGCFA, проводят проверку на инвариантность и обнаруживают для различных ценностей разные уровни инвариантности, вплоть до метрической (для *Самостоятельности*), а для других едва находит конфигуральную (*Конформность*). Для проверки инвариантности авторы также сравнивают взаимосвязи ценностей с другими переменными в разных странах и приходят к выводу, что во всех странах эти взаимосвязи одинаковы. Однако, Сарис и Кнопен не делают однозначного вывода о сравнимости данных по этой шкале, указывая на более широкую их применимость, чем говорит об этом Давидов.

Ш. Шварц также предпринимает попытки проверить используемую в ЕСИ ценностную шкалу на сравнимость в разных странах и применяет для этого многомерное шкалирование, показывая, что взаимосвязи между ценностными показателями остаются устойчивыми в разных странах (Schwartz, 2007).

В зависимости от подхода, использующегося для проверки инвариантности, эквивалентности или сравнимости данных по ценностной шкале Шварца, зависит и решение о варианте их использования в различных сравнениях. Подробный анализ литературы показывает, что решение об использовании 7 ценностных индексов, в целом, устроило бы всех трех упомянутых критиков, а использование двух ценностных осей – не вызвало бы никаких возражений. Поэтому в дальнейшем анализе мы будем использовать

7 ценностных индексов, не отказываясь при этом от ценностных осей и обогащая содержательно наш анализ 21 исходной оценкой.

2.3. Общая стратегия анализа данных

Общая стратегия анализа данных основывается на разделении двух уровней фиксации ценностей – групповом и индивидуальном. Различия между ними существенны, поскольку на разных уровнях не совпадают даже взаимосвязи между отдельными ценностями (Smith, Schwartz, 1996). Поскольку в центре нашего внимания именно различия между странами, то в первую очередь предпринимается *сравнение ценностей средних* представителей различных европейских стран. Средние по ценностным показателям отражают преобладающий в каждой из стран тип ценностных приоритетов, дает возможность продемонстрировать межстрановые различия и интерпретировать их в связи с особенностями отдельных стран. Сравнения на уровне средних могут быть очень удобными, поскольку большинство экономических, социальных, демографических показателей вычисляются именно на уровне стран. Например, средние по странам ценностные показатели можно сопоставлять с уровнем ВВП или уровнем демократизации различных стран. Это то, что невозможно сделать на индивидуальном уровне.

Большая же часть анализа должна проводиться на индивидуальном уровне. Во-первых, измерения ценностей, которые используются в ЕСИ, направлены, в первую очередь, на фиксацию ценностей индивидуального уровня. Как мы отмечали выше, Шварц разработал специальные измерения для изучения ценностей на страновом уровне, которые не совпадают с индивидуальными измерениями (Schwartz, 2008), хотя в других работах отмечает, что средняя по стране значимость различных ценностей *может* выступать характеристикой культуры (Schwartz, 1992). Во-вторых, средние по странам скрывают гетерогенность ценностей жителей каждой из стран, отражая либо наиболее общую тенденцию, то есть ценности большинства, и упуская значимые меньшинства, либо «среднюю по больнице температуру», когда разные ценности нескольких групп одного общества складываются в несуществующую и бессмысленную среднюю. Чтобы избежать подобных усреднений и, с другой стороны, чтобы зафиксировать саму гетерогенность и ее уровень в различных странах, следует анализировать ценности населения на индивидуальном уровне внутри каждой из стран. В-третьих, учитывая тесноту связей между европейскими странами и их культурную близость, развитие коммуникаций и т.д., мы отказываемся принимать допущение о ведущей роли проживания в конкретной стране для формирования ценностей. В связи с этим предлагается рассматривать признак проживания в данной стране как одну из индивидуальных характеристик, в одном ряду с профессией, образованием и другими.

При таком подходе мы получаем дополнительную информацию о силе влияния проживания в конкретной стране. Другими словами, мы проверяем силу этого влияния на эмпирических данных вместо того, чтобы принять ее на веру.

Основным направлением нашего анализа является поиск сходств и различий в жизненных ценностях россиян и других европейцев, сначала – на страновом (агрегированном) уровне, затем на индивидуальном уровне. После того, как будут показаны различия и сходства, мы обратимся к причинам этих различий.

Страна как единица анализа. Тема нашей работы указывает на то, что основное внимание в ней будет уделено межстрановым сопоставлениям. Это так, и анализ ценностей на индивидуальном уровне не противоречит и не исключает межстрановых сопоставлений. Напротив, делая сравнения на индивидуальном уровне, мы каждый раз возвращаемся к вопросу о межстрановых различиях. Даже «разрушив» страну как наиболее важную единицу анализа, мы не исключаем ее, а постоянно используем. Отличие в том, что мы не отталкиваемся от влияния страны на ценности, а проверяем его. По сути, при переходе на индивидуальный уровень анализа, страна перестает быть для нас единицей анализа, становясь обычной переменной из «паспортички».

В одном случае мы отказываемся от страны как единицы анализа даже на агрегированном – страновом уровне. В ходе анализа мы увидели, что выборку населения Эстонии целесообразно разделить по культурно-языковому признаку на основе ответа респондентов на вопрос о предпочитаемом языке общения в домашней обстановке. Разделение населения Эстонии по этническому признаку при анализе ценностей сделано по совету Ш. Шварца; и, как показывают предпринятые нами сопоставления, среди четырех стран со значительным русскоговорящим населением наибольший ценностный разрыв с «титульным этносом» зафиксирован именно в Эстонии (Руднев, 2009). Более подробный анализ показал также, что в Эстонии наибольший внутристрановой разрыв ценностей среди всех поликультурных европейских стран. Соответственно, в дальнейшем анализе население Эстонии будет использоваться в виде двух отдельных единиц: русскоговорящих и эстоноговорящих жителей Эстонии.

2.4. Статистические методы, применяемые для анализа данных

В анализе данных мы применяем ряд статистических методов. Одним из основных является **однофакторный дисперсионный анализ ANOVA**, который позволяет корректно тестировать равенство средних в нескольких группах одновременно. Это особенно полезно для сравнения средних значений по ценностным индексам в разных странах, в разных социально-демографических группах. Зачастую для этой цели ошибочно используется t-тест, позволяющий сравнивать средние лишь по двум группам

(Крыштановский, 2007, Rencher, 2002). Процедура ANOVA дает F-статистику, уровень значимости которой говорит о дискриминирующей способности независимой переменной (то есть указывает на отвержение нулевой гипотезы о равенстве средних во *всех* группах). Для указания на частные *попарные* различия между средними всех групп используются так называемые *post-hoc* тесты, ряд из которых принимает допущение о равенстве дисперсий. Критерий Тамхена *Tamhane T2* не требует равенства дисперсий зависимой переменной во всех группах, поэтому именно этот критерий будет использоваться для фиксации частных различий.

Ценностные дистанции. Указанные тесты лишь фиксируют различия, а размер отличий на метрических переменных можно фиксировать с помощью квадратов разниц между средними по одной группе и по другой. Поскольку интерес представляют размер различий по всем ценностям одновременно, то мы будем использовать сумму квадратов разниц между средними. Смысл такого показателя в том, что он фиксирует фактические ценностные дистанции между двумя группами, выделенными по любому критерию (например, страны) и одновременно демонстрирует состав этих ценностных дистанций – т.е. показывает, какие именно ценности сделали наибольший «вклад» в ценностное отдаление одной группы от другой. Чтобы избежать громоздких выражений и возвращения к методике его вычисления, назовем этот показатель ценностной дистанцией.

Коэффициенты корреляции. В работе используется два вида коэффициентов корреляции. Первый – это традиционный коэффициент корреляции Пирсона, который указывает на линейные связи между двумя переменными, измеренными на интервальном уровне. При этом выдерживаются требования интервального уровня измерения переменных (или применяется так называемая редуцированная корреляция с дихотомической переменной). Другой тип коэффициентов корреляции, применяемый в работе – это коэффициент ранговой корреляции *гамма*. Этот коэффициент применяется по отношению к ранговым данным, он строже традиционно применяемого коэффициента Спирмена и на данный момент более всего распространен для описания связей ранговых данных. В нашей работе он используется для проверки взаимосвязей ценностных иерархий различных стран.

Также в работе будут использованы факторный, кластерный и множественный регрессионный анализы, широко описанные в методической литературе.

Факторный анализ используется нами в виде анализа главных компонент (то есть без вращения) для получения ценностных осей. Как известно, процедура вращения факторов упрощает структуру факторов, стремясь к поляризации нагрузок на одни и те же переменные – так, одна переменная не может получить достаточно высокие нагрузки по двум факторам одновременно. Такое упрощение может искажать реально

существующую латентную структуру взаимосвязанных переменных. Анализ главных компонент позволяет зафиксировать эту структуру без больших искажений, давая более богатую картину взаимосвязей.

Кластерный анализ. В работе используются два вида кластерного анализа: иерархический и k -средних (Hartigan, 1975). Иерархический кластерный анализ обычно используется для небольшого количества случаев, давая при этом полную картину кластеризации (все варианты кластерных решений) в виде дендрограммы. В нашей работе эта процедура используется для кластеризации средних представителей европейских стран на основании их ценностей.

Кластерный анализ k -средних используется для построения кластеров на большом количестве случаев, в нашей работе – для создания групп индивидов на основании их жизненных ценностей. Главное преимущество этого метода в том, что он позволяет распределять по группам очень большое количество случаев. Основные вопросы, которые он ставит перед исследователем – это сколько кластеров следует выделять (такова необходимая входная информация для этой процедуры) и насколько устойчиво кластерное решение. Ответ на первый вопрос обсуждается в статистической литературе (Milligan & Cooper, 1985) и часто связан с содержательной интерпретацией получаемых классификаций. Он может быть решен, например, с помощью отслеживания изменения коэффициента кластерной дистанции, который также называют «камнепадом» или «спинкой кресла». Недавно этот принцип нашел математическую реализацию в виде гар-статистики (Tibshirani, Walther, Hastie, 2001). Что касается вопроса об устойчивости, то уточним, что широко критикуемая неустойчивость процедуры k -средних, связана с изначальной сортировкой массива данных. Это означает, что повторно проделанная на тех же данных, но отсортированных по-другому, эта процедура выдает другие результаты. С целью проверить устойчивости наших результатов, был проведен специальный методический эксперимент, в котором массив подвергали сортировке по случайным переменным и проводили процедуру кластерного анализа. При этом фиксировалось смещение центров кластеров, устойчивость размера кластеров, "миграция" респондентов из кластера в кластер. Обе эти проблемы подробно обсуждаются в соответствующем разделе.

При проведении **множественного регрессионного анализа** проводились тесты на мультиколлинеарность и гетероскедастичность независимых переменных, ошибки коэффициентов проходили коррекцию на робастность. Для гарантии отсутствия обратного влияния зависимых переменных, приводится две различные модели, одна из которых подразумевает бесспорные каузальные связи, вторая же включает расширенный список независимых переменных, потенциально допускающих и обратные влияния, но скорее

всего их не имеющих. Подробно это обсуждается (в том числе все параметры регрессионных моделей) в соответствующем разделе.

Глава 3. Базовые ценности среднего россиянина по сравнению с ценностями средних представителей других европейских стран: анализ агрегированных данных

В этой главе представлены результаты анализа агрегированных данных, конкретнее – сравнение средних по странам значений ценностных показателей. В первом разделе строятся внутристрановые иерархии ценностей и затем сравниваются между собой. Во втором подразделе сравнивается средняя значимость одних и тех же ценностей в разных странах, таким образом, выявляются их сходства и различия базовых ценностей средних россиян и средних представителей других европейских стран.

3.1. Иерархия ценностей средних представителей России и других европейских стран

Прежде всего, рассмотрим иерархию ценностей среднего россиянина, для чего получим средние по России значения ценностных показателей и проанализируем их относительную величину.

Как видно из рисунка 3.1, на первом месте у россиян стоит ценность *Безопасности*, затем *Самоотдача*, *Самостоятельность* и *Конформность-Традиция*, затем идет *Самоутверждение* и наименее значимые для россиян ценности – это *Гедонизм* и *Риск-Новизна*.

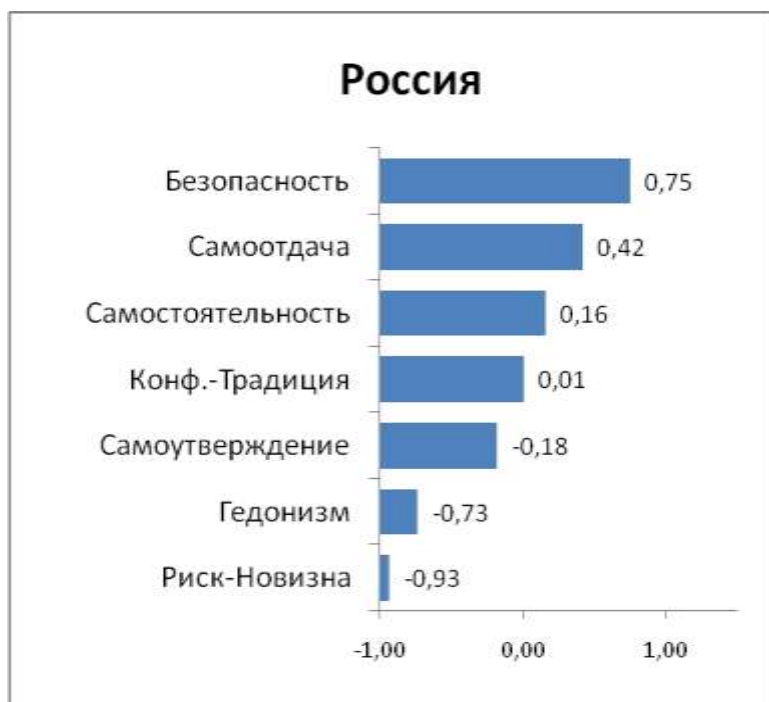


Рисунок 3.1. Иерархия жизненных ценностей среднего россиянина (ценностные индексы «второго уровня»), N=2364

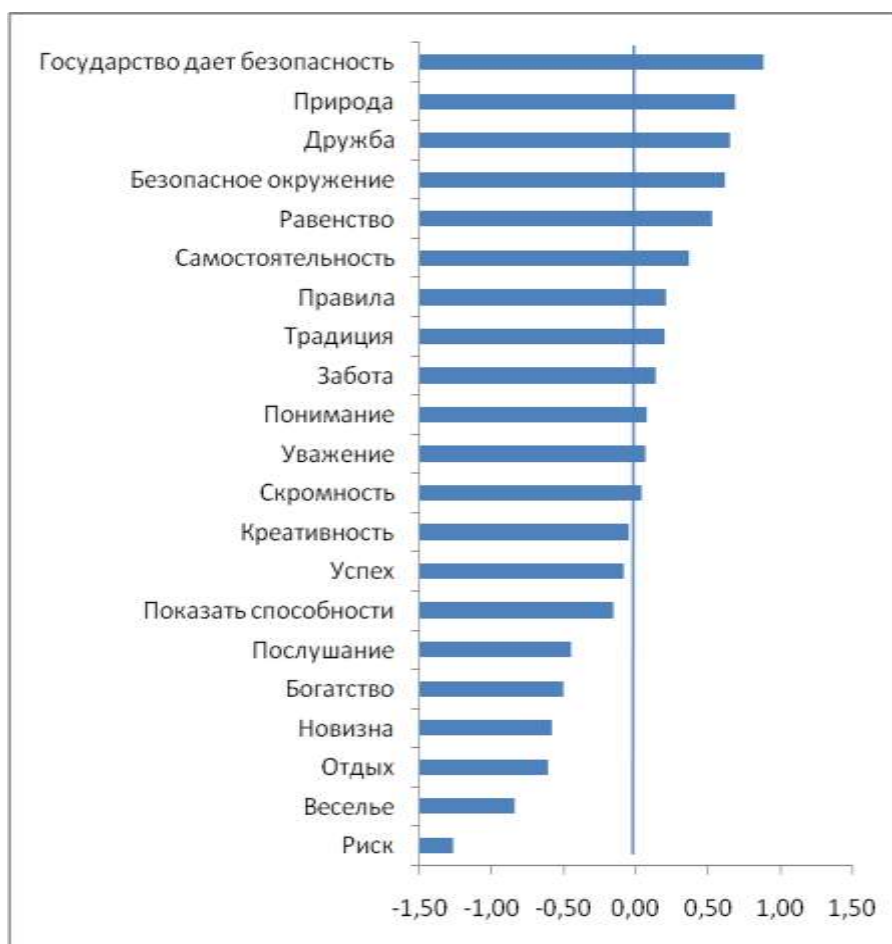


Рисунок 3.2. Иерархия жизненных ценностей среднего россиянина (исходные показатели «первого уровня»). N=2364

Положительные значения в этой иерархии указывают на то, что ценности *Безопасности*, *Самоотдачи* и *Самостоятельности* важнее, чем средний уровень оценки всех ценностных портретов, а отрицательные значения указывают на значимость *Самоутверждения*, *Гедонизма* и *Риска-Новизны* ниже среднего.

Если обратиться к иерархии исходных оценок, представленной на рисунке 3.2, то можно заметить, что она пересекается с иерархией ценностных индексов, но не полностью их повторяет. Наибольшие значения с большим «отрывом» от других получил пункт «государство должно обеспечивать безопасность», рядом с которым идет также входящая в индекс *Безопасности* ценность «безопасного окружения», а также «природа», «дружба» и «равенство», входящие в индекс *Самоотдачи*. Достаточно предсказуемо, что последние места в иерархии исходных оценок занимают «веселье», «отдых» и «новизна», соответствующие ценностям *Риска-Новизны* и *Гедонизма*. На последнем месте с большим «отрывом» значений стоит «риск».

Сравним теперь ценностные профили россиян и средних представителей других европейских стран. В таблице 3.1 приведены коэффициенты ранговой корреляции российской иерархии ценностей с иерархиями средних представителей остальных вошедших в исследование стран, а на рисунке 3.3 приведена общеевропейская иерархия ценностей (ценностные иерархии некоторых других стран приведены в Приложении, рисунок 1). Первое, что следует отметить – это высокая степень сходства ценностных иерархий всех рассматриваемых стран. Ценностные иерархии средних представителей большинства европейских стран значимо коррелируют с российской. Даже самые непохожие на российскую иерархии Швеции, Дании и ряда других стран, не имеющие значимых корреляций с российской, тем не менее, имеют определенное сходство с ней. Это сходство распространяется на иерархии всех стран в Европе, и заключается оно в том, что ценности, направленные на групповое благополучие, в большинстве европейских стран стоят выше тех, которые направлены на благополучие индивида. Различия же в иерархиях обнаруживаются, если смотреть на предпочтения внутри *ценностных пар*: так, у средних представителей стран Северной Европы ценность *Самоотдачи* всегда стоит выше *Безопасности*, а *Риск-Новизна* – выше *Самоутверждения*, в странах же Восточной Европы наблюдается обратная ситуация.

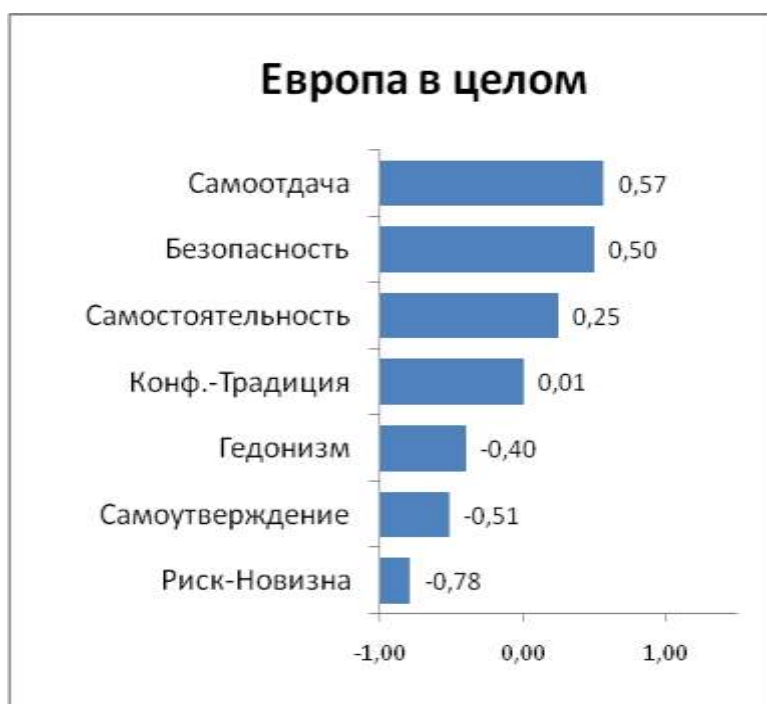


Рисунок 3.3. Иерархия жизненных ценностей среднего европейца.

N=57 184, данные взвешены на размер страны

Как показывают корреляции между ценностным профилем среднего россиянина и профилями средних представителей других стран, все они связаны положительно (то есть нет отрицательных корреляций), однако есть страны, с которыми коэффициенты незначимы и очень малы, своеобразные «ценностные антиподы» среднего россиянина – это Дания, Швеция, Франция, Нидерланды, Исландия и другие.

Таблица 3.1. Коэффициенты ранговой корреляции ценностного профиля России с профилями других стран

Страна	Гамма-коэффициент	Уровень значимости $p \leq$	Страна	Гамма-коэффициент	Уровень значимости $p \leq$
Румыния	1,00	0,00			
Эстония (р.)	1,00	0,00	Латвия	0,71	0,02
Кипр	0,90	0,00	Люксембург	0,71	0,02
Словакия	0,90	0,00	Эстония (э.)	0,71	0,02
Турция	0,90	0,00	Германия	0,62	0,05
Украина	0,90	0,00	Норвегия	0,62	0,05
Чехия	0,90	0,00	Словения	0,62	0,05
Греция	0,90	0,01	Финляндия	0,62	0,05
Болгария	0,81	0,01	Швейцария	0,62	0,05
Венгрия	0,81	0,01	Австрия	0,60	0,06
Польша	0,81	0,01	Бельгия	0,52	0,10
Португалия	0,81	0,01	Исландия	0,43	0,18
Испания	0,80	0,01	Нидерланды	0,43	0,18
Ирландия	0,79	0,02	Франция	0,43	0,18
Великобритания	0,71	0,02	Швеция	0,43	0,18
Израиль	0,71	0,02	Дания	0,40	0,22

$N=7$. При ранжировании семи ценностей в каждой стране соблюдался порог, равный двум стандартным ошибкам средней (0,02), так что средние, имевшие меньшую разницу, получали промежуточные ранги.

Небольшие различия в иерархиях ценностей важны, так как, по утверждению Шварца, именно относительная важность ценностей больше всего влияет на установки и поведение человека (Schwartz, 2007).

Рокич (Rokeach, 1974) указывал на устойчивость относительной значимости ценностей в стране, а Инглхарт (Inglehart, 1990) уточнял, что иерархия ценностей устойчива только на страновом уровне, по сравнению с ней индивидуальные предпочтения оказываются крайне неустойчивыми. Шварц и Барди, также отмечая большое сходство ценностных иерархий в очень разных странах (исключая, правда, некоторые африканские), приходят к выводу, что это связано с нормативной рамкой

общества в целом. Именно поэтому на первое место во всех обществах выходят ценности, ставящие на первое место интересы группы – именно такие ценности одобряются обществом «в целом». Конечно, существуют индивиды, ценности которых идут вразрез с общегрупповыми, но такие индивиды могут подвергаться санкциям и сами обычно понимают, что их ценности отличаются от общественно желательных. По сути, среднестрановая иерархия ценностей – это выражение «социально желательного нормативного паттерна», а не реально желаемого отдельными индивидами (Schwartz, Bardi, 2001). Отсюда следует вывод, что для эффективного существования общества важно не столько единство ценностей среди индивидов (как считал Парсонс), сколько приоритет в общегрупповой иерархии ценностей ориентированных на группу над теми, которые ориентированы на интересы индивида.

3.2. Сравнение среднего представителя России со средними представителями других европейских стран по выраженности 7 ценностей

Сравним среднего россиянина со средними представителями других европейских стран по ценностным показателям. В таблице 3.2 представлены сходства и отличия ценностей среднего россиянина и средних представителей других стран в терминах 7 ценностных индексов.

Из этого описания видно, что большинство отличий России по ценностным индексам от других европейских стран статистически значимо и, следовательно, эти ценностные показатели среднего россиянина, как и ожидалось, чаще отличаются, чем совпадают с ценностями «средних» представителей других стран.

По 5 из 7 ценностных индексов Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции среди остальных стран. Следует, правда, иметь в виду, что Россия, как правило, делит свою позицию с другими странами. Например, по средней важности ценности *Безопасности* Россия стоит на 2-ом месте среди других стран. В действительности же это крайнее положение, поскольку Украина, которая формально опережает Россию, статистически значимо не отличается от нее (критерий Тамхена, $p < 0,05$). Значимо не отличаются от России по этой ценности и население Венгрии, Болгарии, Кипра, Греции и русскоговорящая часть Эстонии, занимающие по ценности *Безопасности* соответствующие 3-е, 4-е, 5-е, 6-е и 7-е места.

Таблица 3.2. Средние значения 7 ценностных индексов в России и результаты сравнения России с другими странами с помощью процедуры ANOVA

Названия типологических ценностных индексов	Средние значения ценностных индексов, баллы Россия, N = 2395	Характеристика положения России в сравнении с другими странами на основе средних значений*
Безопасность	0,75	Россия опережает все страны вместе с Украиной, Венгрией, Болгарией, Кипром, Грецией и с русскоговорящими эстонцами, с которыми нет значимых различий также.
Традиция-Конформность	0,01	Россия занимает среднюю позицию среди остальных стран. Отсутствуют значимые различия с Чехией, обеими частями Эстонии, Норвегией, Кипром, Португалией, Словенией, Финляндией, Ирландией, Люксембургом и Бельгией.
Самостоятельность	0,16	Россия находится в нижней части диапазона, вместе с Латвией, Словакией, Румынией, Польшей, Португалией и русскоязычной частью Эстонии. Ниже значения лишь у 4 стран: Украины, Греции, Турции и Бельгии .
Риск-Новизна	-0,93	Россия имеет крайне низкие значения , относительно остальных стран, вместе с Украиной, Грецией, русскоязычной частью Эстонии, Турцией, Испанией, Венгрией и Румынией.
Гедонизм	-0,73	Россия имеет крайне низкие значения вместе с Украиной, Румынией, Словакией и русскоязычной частью Эстонии, опережая лишь Польшу
Самоутверждение	-0,18	Россия опережает большинство стран вместе с Турцией, Израилем и русскоязычной частью Эстонии. Россию же опережают лишь Румыния и Польша .
Самоотдача	0,42	Россия находится в группе стран с наиболее низкими значениями, в которую также входят Словения, русскоязычная часть Эстонии, Чехия, Израиль, Турция, Словакия, Румыния и Латвия.

* Характеристика основывается на статистически значимых различиях по критерию Тамхена ($p < 0,05$). Стандартные ошибки средних во всех случаях не превосходят 0,04 балла.

Рисунки 3.4.-3.6 являются графическим сопровождением таблицы 3.2. На этих рисунках приведены средние значения ценностных индексов в каждой из 31 страны, включенной в Европейское социальное исследование. На графиках страны ранжированы в порядке убывания важности соответствующей ценности; объемы выборок колеблются от 983 (Кипр) до 2889 (Германия). Окраска столбиков позволяет увидеть, с какими странами у России есть статистически значимые отличия (их окраска отличается от российской), а с какими они отсутствуют.

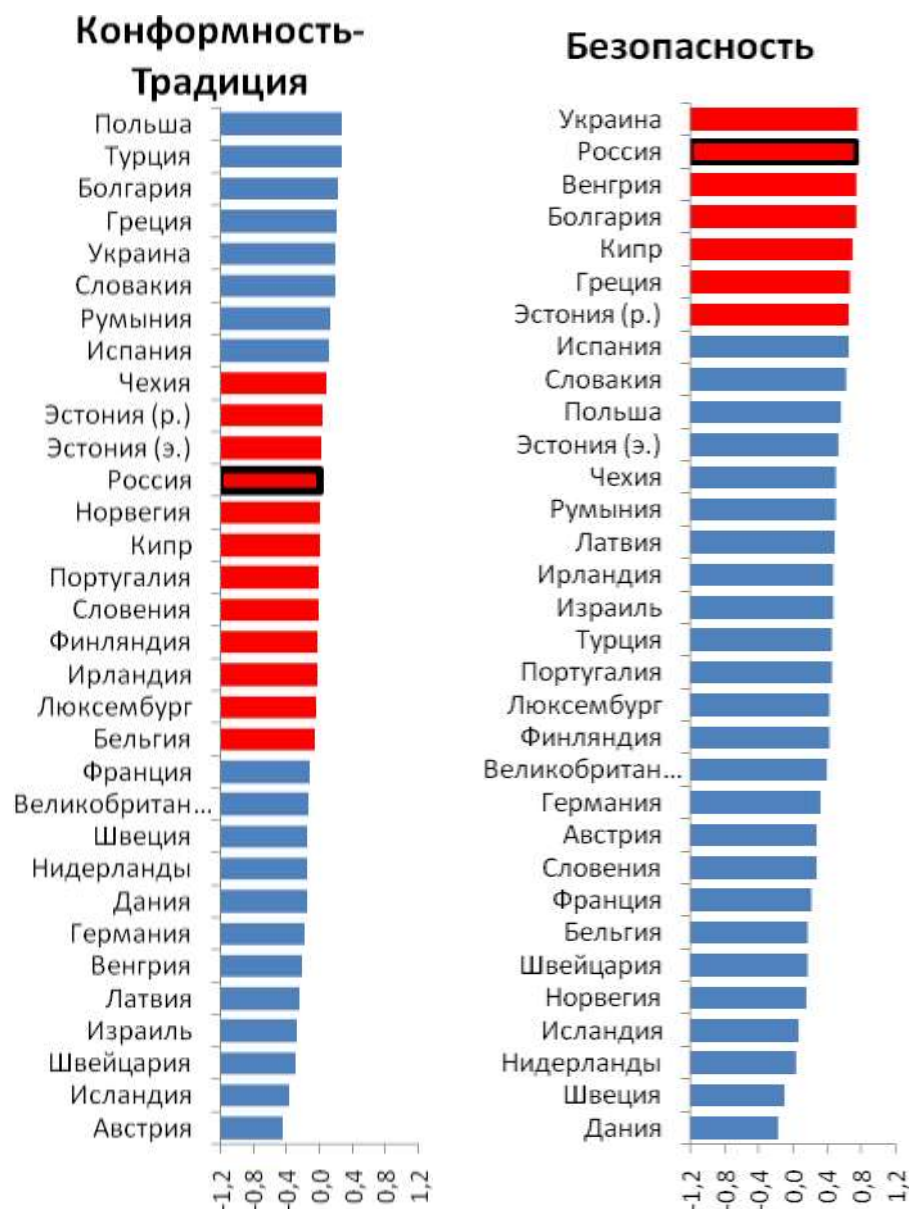


Рисунок 3.4. Средние по странам значения ценностных индексов *Безопасности* и *Конформности-Традиции*, относящихся к категории «Сохранения». Цветом отмечены страны, не имеющие статистически значимых отличий от средней по России (ANOVA, критерий Тамхена, $p < 0,05$).

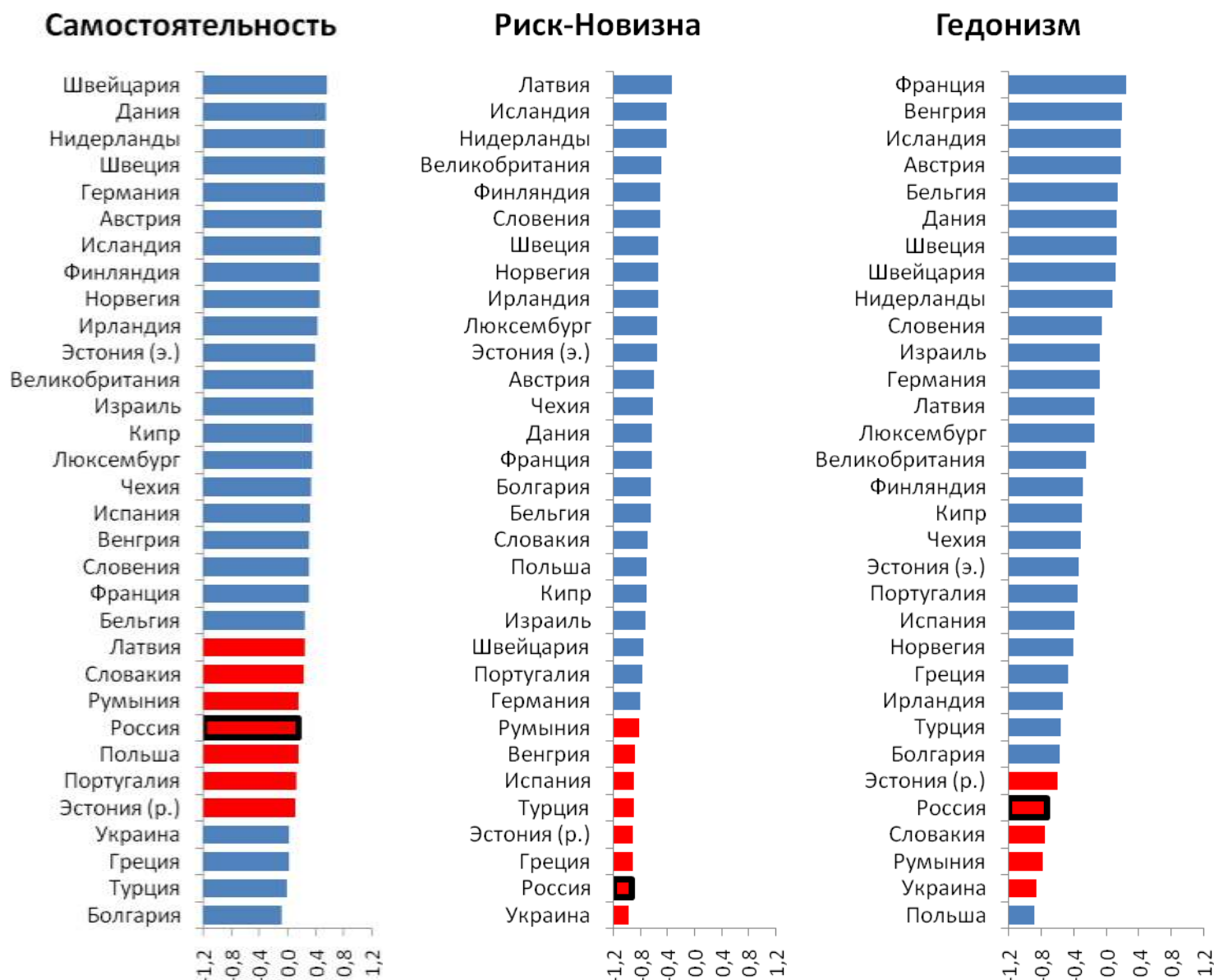


Рисунок 3.5. Средние по странам значения ценностных индексов *Самостоятельности*, *Риска-Новизны* и *Гедонизма*, относящихся к категории «Открытость изменениям». Цветом отмечены страны, не имеющие статистически значимых отличий от средней по России (ANOVA, критерий Тамхена, $p < 0,05$)

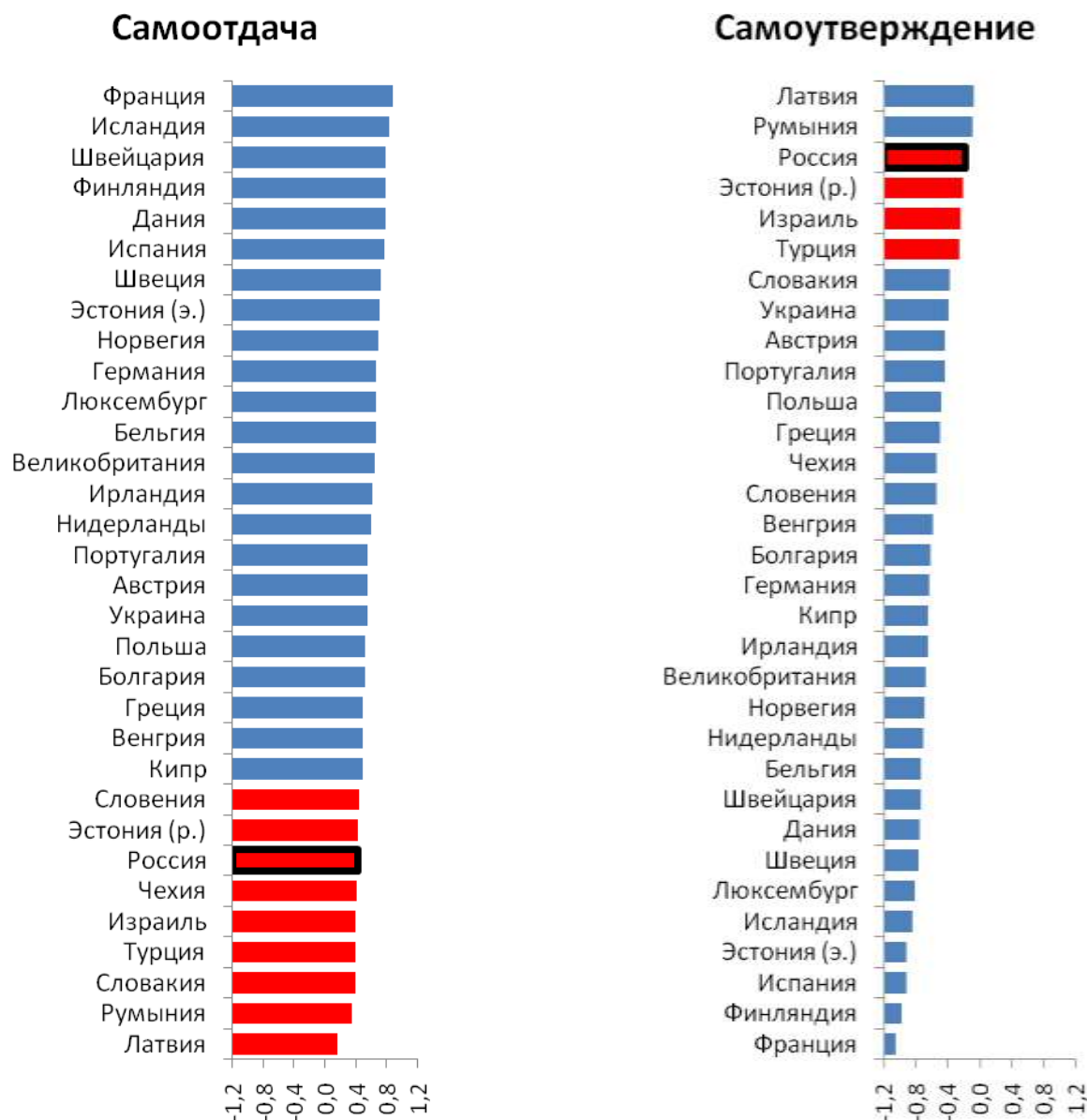


Рисунок 3.6. Средние по странам значения ценностных индексов *Самоотдачи* и *Самоутверждения*. Цветом отмечены страны, не имеющие статистически значимых отличий от средней по России (ANOVA, критерий Тамхена, $p < 0,05$)

На основе попарных сравнений российского населения с населением других стран можно сделать следующие выводы:

1) По ценностям, образующим ось *Открытость изменениям – Сохранение*:

Россия превосходит большинство стран по выраженности ценностного индекса *Безопасность*, входящего в категорию «*Сохранение*», но занимает среднее положение по выраженности других ценностей из этой категории – *Конформности-Традиции*. По выраженности ценностей, входящих в категорию “Открытость изменениям”, Россия, наоборот, уступает большинству стран (см. рисунок 3.5 с графиками ценностей *Самостоятельность*, *Гедонизм* и *Риск-новизна*). Важно отметить, что по значимости ценности *Самостоятельности* средний россиянин находится хоть и в нижней части европейского диапазона, но не на его краю, опережая четыре других страны.

Кроме того, по всем ценностям, относящимся к этой оси, средние российские оценки всякий раз оказываются неотличимы от значительного числа других стран, что указывает на заметную степень общности в отношении этой группы ценностей между россиянами и другими европейцами.

2) По ценностям, образующим ось *Самоотдача — Самоутверждение*:

Россия занимает крайние или близкие к краям позиции по средней выраженности ценностных индексов (рисунок 3.6). Ценности *Самоутверждения* выражены у россиян сильнее, чем у жителей большинства других рассматриваемых стран, а ценности *Самоотдачи* выражены, наоборот, слабее, чем в большинстве других стран. Вывод о сильной выраженности у россиян ценности богатства и достижений (индекс *Самоутверждения*) согласуется с тем фактом, что на всем протяжении 1990-х гг. по ценностным показателям «материализма» и «ориентации на выживание», разработанным Р. Инглхартом, Россия устойчиво находилась в числе мировых лидеров (Андреенкова, 1994, Inglehart 1997, Inglehart, Baker, 2000). Он согласуется также и с выводами о дальнейшем усилении «материалистической» мотивации россиян в 2000-е годы (Магун, 2006).

Важно отметить также, что по всем ценностям, относящимся к этой оси, средние российские оценки значимо отличаются от большинства рассматриваемых стран, что указывает на значительную специфику современной России в степени выраженности этих ценностей.

3.3. Сравнение среднего представителя России со средними представителями других стран по ценностным осям

Описав результаты попарных сравнений среднего россиянина со средними представителями других европейских стран на основе 7 ценностных индексов, перейдем теперь к сравнениям по ценностным осям, что позволит дать более целостную характеристику российского населения.

На рисунке 3.7 показано положение России и 30 других стран в пространстве двух ценностных осей. При движении по горизонтальной оси меняются средние показатели стран по оси *Открытость изменениям* – *Сохранение*: чем правее на графике расположена точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности *Сохранения* и менее значимы ценности *Открытости изменениям*. При движении по вертикальной оси меняются значения средних на оси *Самоотдача* – *Самоутверждение*: чем выше на графике расположена точка, тем более значимы для среднего представителя соответствующей страны ценности *Самоутверждения* и менее значимы ценности *Самоотдачи*.

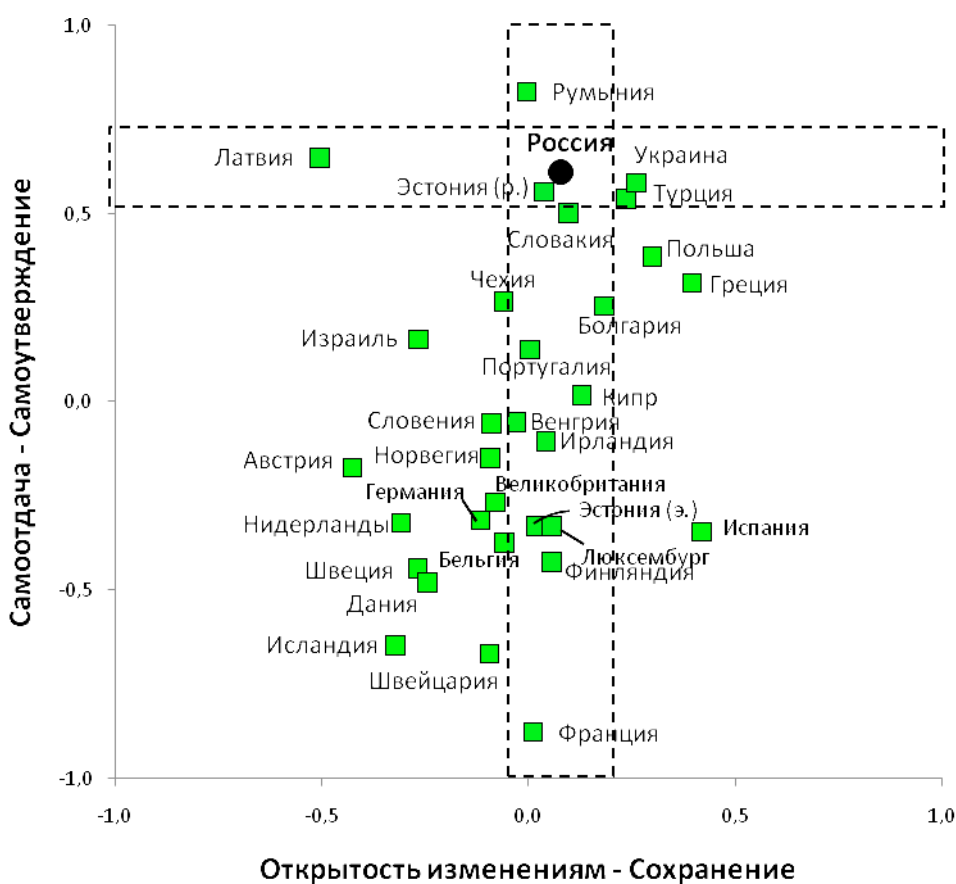


Рисунок 3.7. Положение 31 страны в пространстве двух ценностных осей, средние по странам

Как видим, Россия по горизонтали занимает срединное положение, а по вертикали – почти самое верхнее. Иными словами, население России (если сравнивать его с населением других европейских стран на основе средних величин) характеризуется срединным положением в ценностной оппозиции *Открытость изменениям – Сохранение* и одной из самых высоких ориентаций на ценности *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Самоотдачи*).

При этом по значениям оси *Открытость изменениям – Сохранение* средний россиянин похож на представителей большого числа других стран – российская средняя по этой ценностной оси не дает статистически значимых отличий от средних оценок 12 других стран! По степени выраженности ценностей *Открытости – Сохранения* россияне попадают в одну категорию с очень разными странами: с Болгарией, Венгрией, Румынией, Словакией, Эстонией (включая и русскоговорящую, и эстоноязычную части), Кипром, Португалией, Ирландией, Францией, Финляндией, Люксембургом.

Что же касается ценностей *Самоотдачи – Самоутверждения*, то в этом отношении средний россиянин гораздо более своеобразен – только с русскоговорящими жителями Эстонии, Латвией, Украиной и Турцией у России нет статистически значимых различий³¹.

В целом, ценностная характеристика населения России, полученная на основе межстранового сравнения интегральных факторов, согласуется с той, что была дана выше на основе сравнения 7 ценностных индексов и является ее интегральным выражением. Так же, как и сравнение индексов, сравнение факторов показало, что по одной группе ценностей (*Самоотдача – Самоутверждение*) Россия сегодня заметно отличается от большинства европейских стран. По другой же группе ценностей (*Открытость изменениям – Сохранение*) анализ на уровне ценностных осей несколько «сгладил» существенные отличия ценностей россиян: анализ 5 ценностных индексов, относящихся к этой группе ценностей, продемонстрировал «сдвиг» российских ценностей в сторону невысокой значимости *Открытости изменениям* и высокой значимости *Безопасности*.

Обратим внимание, что относительная значимость одной ценности относительно других ценностей внутри страны часто не совпадает с ее сравнительной важностью относительно этой же ценности в других странах. Иными словами, иерархия ценностей внутри страны никак не связана с ее значимостью в сравнении со значением этой ценности в других странах (в первом случае значения разных ценностей сравниваются между собой, но внутри одной страны, во втором – сравниваются значения одной и той же ценности, но в разных странах). Как видно из российской иерархии ценностей

³¹ Все описанные сравнения средних по интегральным ценностным факторам осуществлялись с помощью процедуры ANOVA, применялся критерий Тамхена, $p < 0,05$.

(рисунок 3.1), для среднего россиянина ценности *Самоотдачи* более важны, чем ценности *Самоутверждения*, но в сравнении с другими странами ценности *Самоотдачи* выражены в России, наоборот, слабее, чем в других странах, а ценности *Самоутверждения* – сильнее, чем в других странах.

3.4. Сравнение среднего представителя России с ценностями средних представителей других стран по исходным ответам

Сравнение по 21 исходной оценке также демонстрирует ряд существенных отличий ценностей среднего россиянина от большинства других европейцев и помогает нарисовать его подробный ценностный портрет. Так, средний россиянин характеризуется крайне высокими (по сравнению со средними представителями всех рассматриваемых стран) значениями ценностей богатства, уважения окружающих и важностью обеспечения государством его безопасности, а также крайне низкой значимостью ценностей новизны и заботы об окружающих. Относительно других средних представителей европейских стран, средний россиянин придает средне-высокую значимость ценностям безопасного окружения и демонстрации способностей, а средне-низкие – ценности равенства, понимания, креативности, отдыха и веселья. Средними, то есть не тяготеющими к краям европейского диапазона, являются для среднего россиянина ценности послушания, скромности, соблюдения правил, дружбы, традиции, а также риска, успеха и самостоятельности.

В целом, эти характеристики отражают обыденные представления о типичном россиянине как о человеке, в большой степени ориентированном на иерархические отношения, высший иерарх в которых – опекающее государство; расположения последнего можно добиться, продемонстрировав свои способности и вызвав этим или чем-то еще уважение среди окружающих; при этом риск и инновации среднего россиянина не интересуют, также как и то, что происходит рядом и с другими людьми.

* * *

По итогам всех описанных в этом разделе ценностных сравнений можно представить сегодняшнего среднего россиянина, как человека, для которого, в сравнении с представителями большинства других европейских стран, включенных в исследование, характерна более высокая осторожность (или даже страх) и более выраженная потребность в защите со стороны сильного государства. У него слабее выражены ценности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и ему менее свойственна склонность к риску, веселью и удовольствиям. Средний россиянин демонстрирует

высокую степень стремления к личным достижениям, в его сознании остается меньше, чем у представителей большинства других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает. Такой человек, вероятно, эгоистичен и подозрителен к окружающим, стремится преуспеть, но не готов к изменениям и не очень-то заботится об интересах окружающих. Подобные характеристики позволяют преуспевать отдельным индивидам, но негативно сказываются на развитии общества и экономики в целом.

Стоит отметить, что у этих особенностей есть, конечно, свои истоки. Например, стратегия сохранения накопленного хорошо работает, когда экономическая и социальная жизнь находится в процессе стагнации. Однако даже после окончания (или замедления) стагнации, ценности как феномен, всегда отстающий от актуальной ситуации, остались соответствующими и в ситуации стабильной экономики выступают «барьером», препятствующим дальнейшему развитию. В то же время, мы предполагаем, что ценности динамичны, и одним из важнейших направлений дальнейшего исследования является эмпирическое изучение динамики ценностей в сравнительной перспективе, которое выходит за рамки данной работы, но является приоритетным для будущей деятельности.

3.5. Ценностная типология средних представителей различных стран и дистанции между средним россиянином и средними представителями европейских стран

В предыдущих подразделах были продемонстрированы особенности ценностей среднего россиянина по сравнению со средними представителями других европейских стран. В то же время сходная выраженность многих ценностей характерна и для представителей ряда других европейских стран, причем не только пост-социалистических. Другими словами, у россиян есть как различия, так и сходства с другими странами по ценностным показателям. Например, по одной из ценностных осей средний россиянин не отличается от средних представителей 4 стран, по другой – от 12 стран; по разным ценностным индексам Россия не отличается от ряда стран – от 3 до 12 в зависимости от индекса, по 21 показателю количество стран колеблется от 3 до 16. Если рассматривать все эти отличия и сходства одновременно, можно получить типологию стран и проследить в какие группы и подгруппы попал средний россиянин, к каким странам он ближе по своим ценностям. Для этого воспользуемся процедурой иерархического кластерного анализа, позволяющего проследить все этапы объединения единиц (стран) в группы. В качестве исходных данных используем средние 21 исходной оценки по 31 стране. Исходные оценки (а не, скажем, ценностные индексы) выбраны в качестве базы

кластеризации, поскольку располагают большей информацией о сходствах и различиях, нежели более интегральные показатели. Результаты кластерного анализа представлены на рисунке 3.8, а на рисунке 3.9 разбиение стран на кластеры отражено в пространстве двух ценностных осей.

Из рисунков видно, что Россия объединяется в первую очередь с пост-советскими странами (Украина и русскоязычная часть Эстонии), затем с восточно-европейскими (Румыния, Польша, Словакия, Чехия, чуть позже – с Болгарией), а также со средиземноморскими (Греция, Турция, Португалия), все вместе они образуют один из двух наибольших кластеров и отличаются высокими значениями ценностей *Самоутверждения* и *Сохранения*. Второй кластер составляют все остальные европейские страны, среди которых особое положение занимают Латвия, Израиль и Австрия, для средних представителей которых важны ценности *Самоутверждения* в сочетании с высоким уровнем *Открытости изменениям* (такое сочетание, как мы видим, нетипично для рассматриваемых стран). Оставшиеся страны тоже имеют особую структуру, в которой выделяются – на более низком уровне обобщения – северно-европейский кластер, включающий Нидерланды, Швецию, Данию и Норвегию, характеризующихся высокой значимостью ценностей *Самоотдачи* и *Открытости изменениям*; особый кластер из двух стран – Исландии и Франции, отличающихся наивысшими значениями ценностей *Самоотдачи* и *Открытости изменениям*; другая группа стран, сочетающая относительно высокую значимость ценностей *Самоотдачи* и среднюю склонность к ценностям *Сохранения*, в нее входят Испания, Люксембург, Эстония (эст. яз.) и Финляндия. И, наконец, самый большой кластер, характеризующийся средне-высокими показателями ценностей *Самоотдачи* и *Открытости изменениям*, составляют 8 стран: Великобритания, Ирландия, Кипр, Бельгия, Германия, Швейцария, а также Словения и Венгрия.

Итак, средний россиянин попадает в кластер стран, в зависимости от уровня обобщения содержащий 3, 4, 10 или 11 стран, характеризующийся наивысшими в диапазоне ценностями *Сохранения* и *Самоутверждения*.

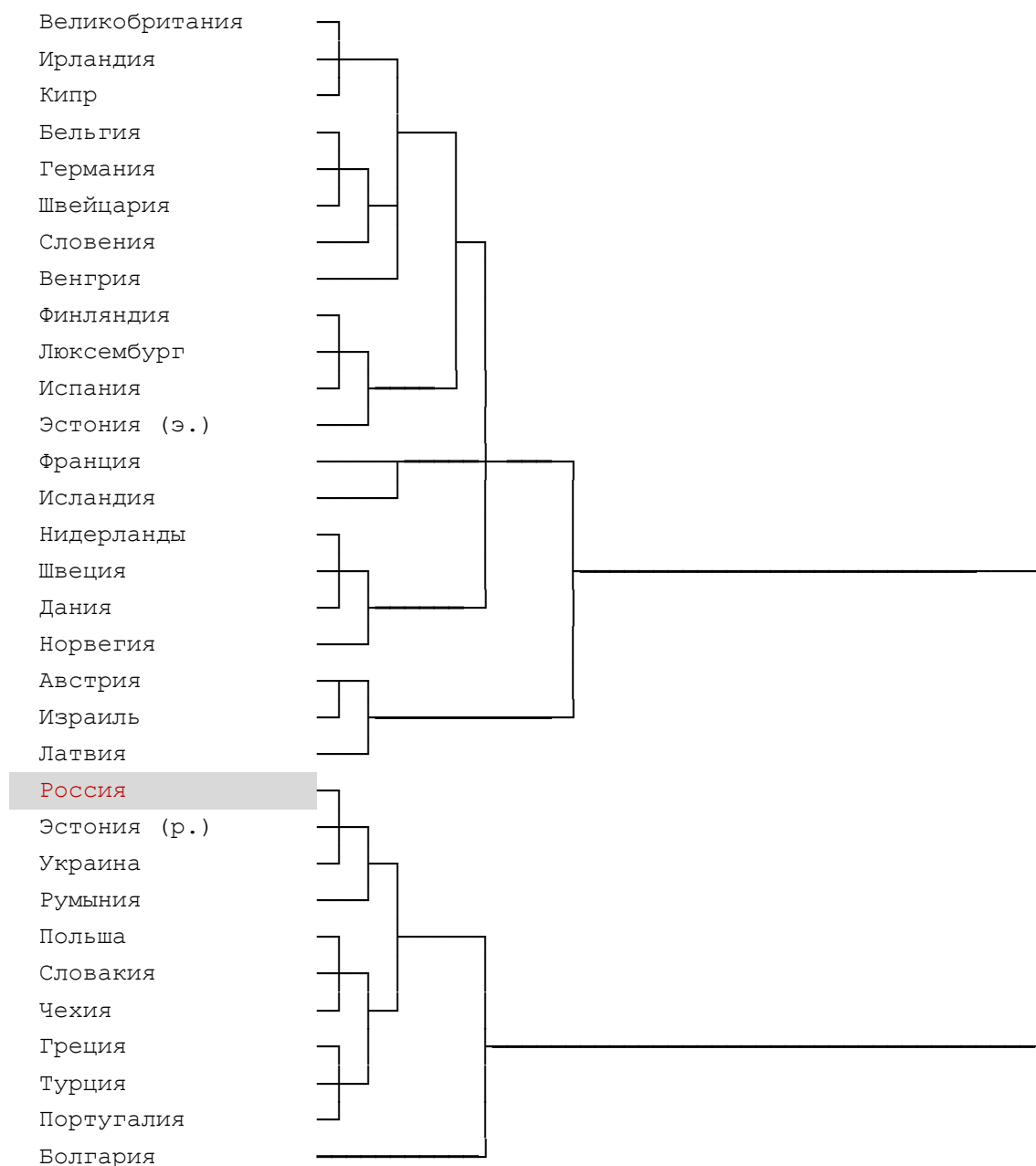


Рисунок 3.8. Дендрограмма иерархического кластерного анализа средних представителей различных стран (на основе 21 исходной оценки, метод Варда)

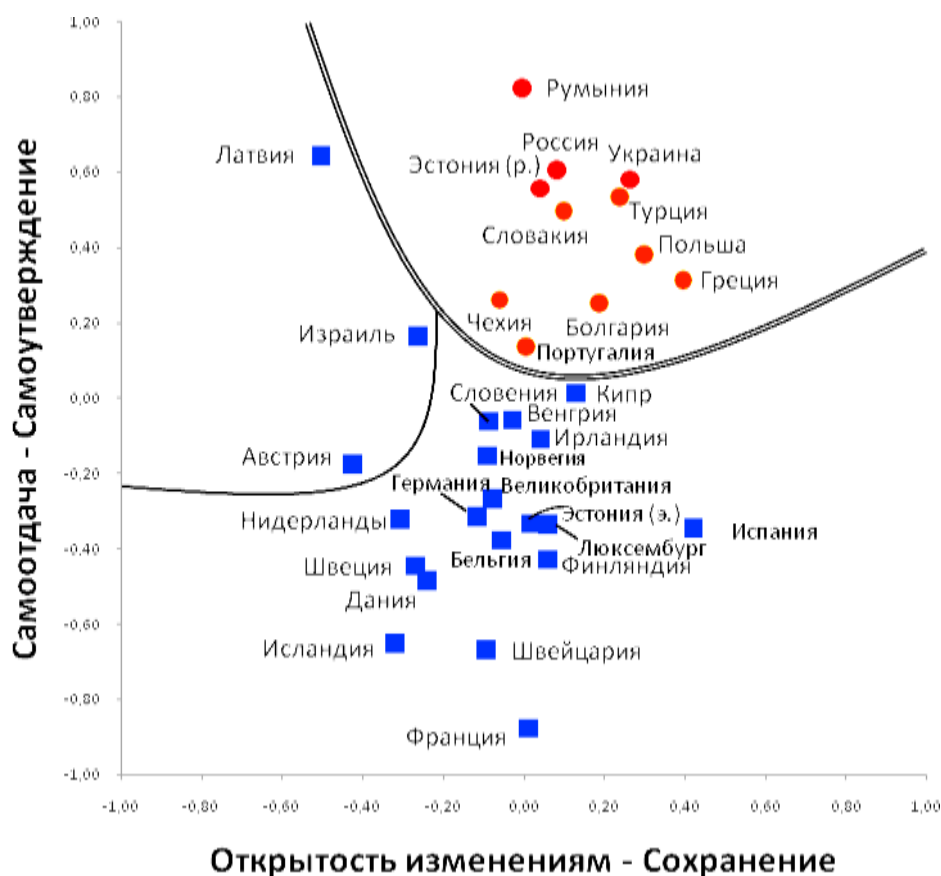


Рисунок 3.9. Расположение стран, объединенных в ценностные кластеры, в пространстве двух ценностных осей

Следующий этап анализа средних по странам ценностных показателей, направленный на выявление ценностных различий, во многом повторяет описанные выше сравнения средних и кластеризацию, с той лишь разницей, что теперь фиксируются не наличие и направление различий, а их *величина*. Чтобы узнать величину различий, вычислим ценностные дистанции между средним россиянином и средними представителями других стран. В качестве показателя дистанции используется сумма квадратов разностей между средними по России и средними по другим странам (см. §2.4). На рисунке 3.10 представлены ценностные дистанции, вычисленные на основе трех используемых нами наборов показателей: исходные оценки, ценностные индексы и оси.

Из рисунка видно, что дистанции, измеренные на разных уровнях ценностных показателей, несколько различаются, и для Болгарии, Чехии, Испании, Швейцарии, Финляндии и эстоноязычной части Эстонии эти показатели расходятся существенно. Это объясняется разными уровнями измерения и различным влиянием исходных оценок на более интегральные индексы и ценностные оси. В целом же последовательность стран по величине ценностной дистанции до России очень схожа на разных уровнях измерения.

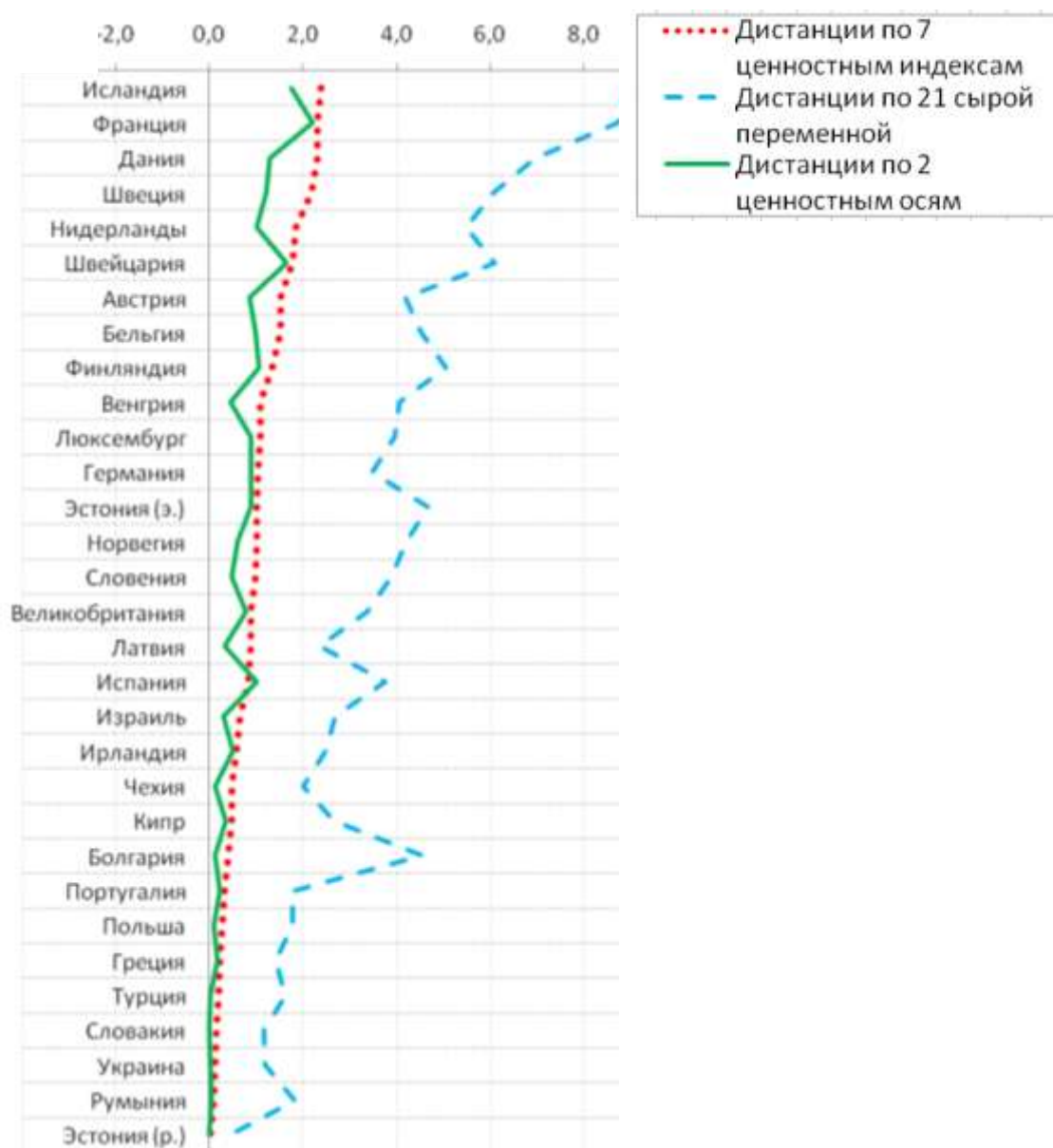


Рисунок 3.10. Ценностные дистанции между средним россиянином и представителями 31 страны, вычисленные для разных наборов ценностных показателей. Упорядочены по ценностной дистанции, вычисленной на основе 7 ценностных индексов (центрированные баллы).

Наиболее близки к россиянам по своим ценностям русскоязычные жители Эстонии, население Румынии, Украины, Словакии и так далее, а наиболее удалены от россиянина средние представители Исландии, Франции, Дании, Швеции и т.д. Если группировать страны по географическому признаку, то можно заметить, что наиболее близки по ценностям к среднему россиянину жители Восточной Европы (Румыния, Украина, Словакия, Польша, Болгария, Чехия, Латвия), не слишком отдалены от России и Средиземноморские страны (Турция, Греция, Кипр, Португалия, Израиль, Испания),

сильно удалены от россиян Центральная и Западная Европа, а Франция и страны Северной Европы удалены от россиян в ценностном плане больше всего.

В целом, эти данные совпадают с результатами кластерного анализа, но у данного подхода есть одно важное преимущество – он позволяет увидеть содержательный смысл дистанций. Выше использовалась суммарная по всем показателям (по 21, 7 или 2-м) ценностная дистанция, теперь же разложим эти дистанции на составляющие и посмотрим, какие ценности ответственны за большие ценностные дистанции и какие – за небольшие. Полные матрицы ценностных дистанций приведены в Приложении, Таблицы 5-6.

В терминах 21 исходной оценки, суммарно по 30 странам, сильнее всего отдаляет россиян от всех остальных их высокая ценность *богатства*. В случае ценностной дистанции до каждой отдельной страны ситуация выглядит по-разному, но в основном именно ценность *богатства* отдаляет россиян от большинства средних представителей других европейских стран. Во «втором эшелоне» ответственных за высокие дистанции идут ценности *веселья* и *отдыха* (их низкая значимость), и затем – ценности *защиты государства* и *уважения со стороны окружающих* (высокая значимость). Наиболее схожие – или наиболее общие – ценности у россиян и других европейцев – это ценности *заботы о природе, соблюдения правил, равенства и самостоятельности*.

В терминах 7 ценностных индексов наиболее «отдаляющей» ценностью оказывается *Гедонизм*, за которым следует *Самоутверждение*, наиболее «сближающей» ценностью здесь оказывается *Конформность-Традиция*.

Интересный результат был получен при сопоставлении вкладов двух ценностных осей в вычисленные на их основе ценностные дистанции: ось *Самоотдачи – Самоутверждения* вносит в межстрановые дистанции во много раз бóльший вклад, чем другая ось. Так, сумма дистанций до России по 30 странам по первой оси *Самоотдачи-Самоутверждения* равна 18,7 баллов, а по оси *Открытости изменениям – Сохранения* – всего лишь 1,8 балла. Таким образом, именно ценности, описываемые осью *Самоотдача – Самоутверждение*, в наибольшей степени отличают среднего россиянина от средних представителей других европейских стран, в частности, благодаря высокой ценности *Богатства*, а также низкой ценности *Гедонизма*.

Глава 4. Сравнение базовых ценностей населения России и других стран на уровне индивидов: кластерный анализ

В сравнениях и классификациях, описанных в предыдущем разделе, в качестве единиц анализа выступали агрегированные объекты – целые страны; мы принимали как само собой разумеющееся, что ценности отдельных респондентов, отвечавших на вопросы анкеты, определяются страной, в которой они живут. А что произойдет, если при классификации людей на основе их ценностей отказаться от этой страновой презумпции и рассматривать отдельных участников исследования как самостоятельные единицы, не связывая их с самого начала определенной страновой идентичностью? Мы полагаем, что при таком подходе люди совсем не обязательно объединятся между собой по страновому принципу. Попытка именно такой классификации с использованием кластерного анализа (по методу *k*-средних) и была нами предпринята.

4.1. Построение кластеров

За единицу анализа был взят отдельный респондент. В качестве статистического алгоритма была использована процедура *k*-средних, поскольку она подходит для работы с большим количеством случаев. В качестве оснований для кластеризации респондентов была взята 21 исходная оценка, использование именно этого набора показателей (а не, скажем, 7 ценностных индексов) обусловлено тем, что большее количество ценностных показателей дает больше оснований для классификации. В результате, все респонденты были распределены по кластерам только на основании их оценок 21 ценностного портрета, безотносительно страны проживания.

Определение количества кластеров. Процедура *k*-средних требует указания количества кластеров, на которые следует поделить массив, эта проблема всегда перед исследователем. Оптимальное количество кластеров – это минимальное количество групп объектов с минимальной дисперсией внутри этих групп и максимальной дисперсией между этими группами. Взаимосвязь этих трех параметров на наших данных и при описанных условиях кластеризации показана на рисунке 4.1. Наиболее распространенный способ определения количества кластеров – это принцип «спинки кресла» или «камнепада», когда количество кластеров определяется с помощью визуальной оценки графиков типа 4.1. Формализация этого метода и перевод в его разряд статистических критериев была осуществлена несколько раз и одним из наиболее надежных методом является «метод разрыва» (“gap method” – Tibshirani, Walther, Hastie, 2001), который сопоставляет функцию уменьшения дистанций между индивидами внутри кластера с предсказанным распределением, обладающим похожими параметрами. Оптимальным

количеством кластеров является такое, при котором эмпирическая кривая отклоняется от теоретического распределения. В соответствии с этим критерием оптимальным количеством кластером для наших данных является 4³². Такое решение можно принять также и на основе визуального анализа кривых увеличения дисперсии между кластерами и уменьшения дисперсий внутри кластеров с возрастанием количества кластеров, из рисунка 4.1 видно, что более 4 кластеров выделять нецелесообразно.

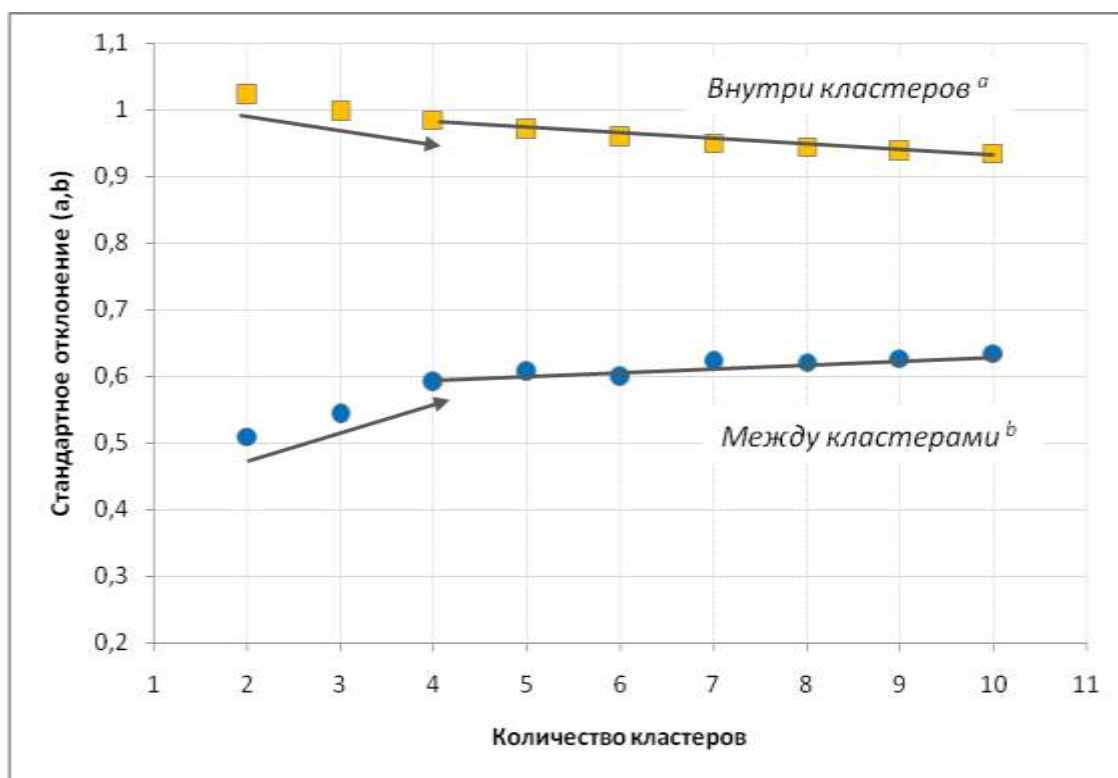


Рисунок 4.1. Зависимость дисперсии внутри и между кластерами от количества выделяемых кластеров

- а.** Внутрикластерная дисперсия (среднее стандартное отклонение по всем показателям всех кластеров для каждого из кластерных решений, единица вычисления – индивид);
- б.** Межкластерная дисперсия (среднее стандартное отклонение по всем показателям всех кластеров, единица вычисления – кластер).

Проверка кластерного решения на устойчивость к сортировке. Процедура k -средних часто критикуется как неустойчивая и зависящая от сортировки массива. Такая зависимость возникает из-за того, что процедура использует в качестве изначальных центров кластеров первые в массиве точки, и затем корректирует их на каждом следующем шаге (то есть для каждого нового респондента) и на каждой итерации (то есть прохождения всего массива заново). Для проверки устойчивости кластерного решения

³² Использовался модуль Cluster Size Estimation программы “R” (Автор - Edward Susco).

массив был отсортирован по случайной переменной и кластерный анализ проводился еще раз. Эта процедура была повторена 30 раз с использованием случайных переменных, имеющих различное распределение (нормальное, бета, гамма, хи-квадрат, логистическое, равномерное). Результаты полученных при разных сортировках кластерных решений сравнивались по трем параметрам: совпадение центров кластеров, "миграция" респондентов из кластера в кластер, размер кластеров.

Под центрами кластеров подразумеваются средние по каждому кластеру значения 21 переменной, на основе которых были построены кластеры. Центры являются основанием для классификации респондентов, поэтому их смещение при разных сортировках представляет наибольшую угрозу устойчивости кластерного решения. Совпадение же центров кластеров при разных сортировках массива означает устойчивость основания для группировки индивидов. При всех сортировках конфигурация центров кластеров (то есть относительная величина и знак) остается одинаковой. Абсолютные значения центров в четырех из шести сортировок совпадают. При сортировке по случайным переменным (из нормального и бета-распределений), отдельные центры не совпадают, однако различия не превышают одного стандартного отклонения и лежат в рамках общей конфигурации центров кластеров. На устойчивость конфигурации кластеров указывают также корреляции центров одних и тех же кластеров, полученных на разных сортировках, наименьший коэффициент равен 0,94 ($n=21$).

Миграция респондентов из кластера в кластер означает долю респондентов, которая при кластеризации на иначе отсортированном массиве оказывается в другом кластере. В нашем эксперименте такая миграция при некоторых сортировках достигала 9% всей выборки. Статистики указывают на то, что добиться устойчивого решения можно простым увеличением количества попыток кластеризации, это подтвердилось и на нашем массиве. Доведя количество попыток до 50, мы обнаружили, что возникает всего два типа кластеризации, миграция внутри каждого из которых не превышает 0,2% от всей выборки, а центры полностью совпадают. Другими словами, при разных сортировках выделилось два очень устойчивых кластерных решения со стабильными размерами кластеров, очень низкой «миграцией» и совпадающими центрами. И даже в этих двух решениях центры кластеров очень близки, поэтому рассматривать оба решения не имеет смысла. Сопоставив результаты первого и второго кластерных решений (они представлены в Приложении, таблица 5) мы пришли к выводу о том, что первое решение лучше отражает структуру ценностей по Шварцу – так, каждый из 4 кластеров отличается от всех остальных ярко выраженной значимостью одной из ценностных категорий, таких как *Самоутверждение*, *Открытость изменениям* и т.д. Во втором кластерном решении такое

разделение не очевидно, поэтому мы будем использовать первое решение. Повторимся, что, несмотря на необходимость выбора между ними, оба решения очень похожи и вероятность потери какой-то информации из-за выбора одного из них очень низка.

Очистка от промежуточных случаев. Любая классификация – это редукция широкого набора протяженных характеристик лишь к одному признаку; всегда существует искушение преувеличить значимость этого признака. Классификация это большое упрощение, в то время как объекты, попавшие в одну группу, могут быть различными не только из-за наличия у них других признаков, но и по степени выраженности основного признака. Так, например, попавшие в первый ценностный кластер респонденты имеют различные *дистанции* до центра кластера, а центры, напомним, выражают смысл, основание классификации. Процедура *k*-средних не создает пропущенных значений, она относит *каждого* респондента, имеющего значения по ценностным переменным, к какому-либо кластеру. Так что в один кластер могут попасть как люди, ценности которых очень близки к значениям центра, так и те, которые отнесены туда лишь по формальным признакам. Такие промежуточные случаи следует исключить из классификации, так как они, по сути, не укладываются в нее. Отсечем 5% респондентов, имеющих наибольшие дистанции от центров кластеров, это существенно не влияет ни на центры, ни на размеры кластеров, но делает их более отчетливыми. Во всех дальнейших вычислениях эти 5% случаев не учитываются.

В качестве пропущенных значений также рассматривались 3% респондентов, которые не ответили на большую часть ценностных вопросов (то есть ответили на 11 и более из 21). Суммарно, характеристики этих 8% пропущенных респондентов имеют случайное распределение – т.е. не имеют перекосов ни по собственно ценностным показателям, ни по социально-демографическим характеристикам, ни по страновой принадлежности. По отношению к другим пропущенным значениям применялся метод попарного удаления (*pair-wise deletion*).

4.2. Описание выделенных кластеров

В результате кластеризации и всех описанных выше процедур было выделено 4 общеевропейских ценностных кластера, каждый из которых включал респондентов со схожими ценностями из всех европейских стран. Центры выделенных кластеров представлены в таблице 4.1. и на рисунке 4.2.

Таблица 4.1 Центры общеевропейских ценностных кластеров

	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
Креативность	-0,42	0,62	0,04	0,33
Богатство	-1,63	-0,79	-0,52	-2,05
Равенство	0,98	0,61	0,26	0,98
Показать способности	-0,71	0,15	0,03	-0,95
Безопасное окружение	1,05	-0,24	0,39	0,35
Новизна	-1,07	0,55	-0,19	-0,02
Послушание	0,54	-1,42	-0,15	-0,61
Понимание	0,54	0,21	-0,03	0,73
Скромность	0,72	-1,03	-0,30	0,40
Отдых	-1,27	0,59	-0,14	0,08
Самостоятельность	0,28	0,91	0,27	0,69
Забота	0,73	0,29	0,13	0,76
Успех	-0,73	0,17	0,09	-0,87
Государство дает безопасность	1,07	-0,08	0,33	0,38
Риск	-2,30	0,17	-0,93	-1,42
Правила	0,89	-0,89	0,10	0,13
Уважение	-0,10	-0,47	0,04	-1,00
Дружба	1,02	0,78	0,41	1,04
Природа	0,98	0,28	0,28	0,93
Традиция	0,93	-0,94	0,11	0,12
Веселье	-1,52	0,52	-0,24	-0,01
Средние по ценностным индексам				
Безопасность	1,06	-0,17	0,36	0,37
Конформность-Традиция	0,77	-1,07	-0,06	0,01
Самоотдача	0,85	0,43	0,21	0,89
Самостоятельность	-0,07	0,77	0,15	0,51
Риск-Новизна	-1,69	0,36	-0,56	-0,72
Гедонизм	-1,40	0,55	-0,19	0,03
Самоутверждение	-0,80	-0,23	-0,09	-1,22
Размер кластера	22%	17%	36%	24%

Размер выборки – 54503 респондента, респонденты, не оценившие более 10 ценностных портретов из 21 отсекались как пропущенные.

Первый кластер составляет 22% всей выборки; члены первого кластера придают бóльшую, чем все остальные респонденты, значимость ценностям *Сохранения* и меньшую, чем все остальные респонденты, значимость ценностям *Открытости* *изменениям*, то есть, как это видно из рисунка 4.2, на ценностной одной оси тяготеют к полюсу *Сохранения*, по второй имеют средние значения, немного тяготея к полюсу *Самоотдачи*. В терминах исходных показателей, на которых основывается эта кластеризация, респонденты этого кластера больше других отмечают свое сходство с

людьми, для которых высоко значимы: *безопасное окружение и защита государства, послушание, правила, скромность, забота, равенство, дружба, природа и традиция*, и меньше, чем для всех остальных значимы *риск, веселье, отдых, самостоятельность, успех и креативность*. По остальным исходным оценкам отличия членов данного кластера невелики. В целом, его составляют люди, разделяющие консервативные и традиционные ценности.

Второй кластер самый небольшой – 17% выборки, он состоит из людей, разделяющих ценности *Открытости изменениям* в ущерб всем остальным ценностям. Важнее всего для них ценности *Самостоятельности* и *Гедонизма*, и слабее всего выражены, соответственно, ценности *Безопасности* и *Конформности-Традиции*. В терминах исходных оценок, этот кластер характеризуется высокой важностью *самостоятельности, креативности, новизны, демонстрации способностей, риска и успеха, отдыха и веселья*. Меньше, чем представители других кластеров, они ценят *правила, скромность, послушание, безопасность, традицию и природу*.

Третий кластер – наиболее крупный – 36% и наиболее неопределенный. Среди членов этого кластера достаточно отчетливо видна склонность придавать высокое значение ценностям *Самоутверждения* (в частности – *богатству и уважению*), в ущерб ценностям *Самоотдачи* (наиболее низкие значения ценностей *равенства, дружбы, природы и самостоятельности*). Неопределенность же состоит в том, что по большинству остальных сырых оценок данный кластер имеет среднее, ничем не примечательное положение. Это отражается в том, что по оси *Открытости изменениям – Сохранения* он имеет средние, близкие к нулю значения.

Четвертый кластер включает почти четверть выборки – 24% и характеризуется наибольшей выраженностью ценностей *Самоотдачи* (а именно – *равенства, заботы, дружбы и природы*), соответственно самой низкой значимостью ценностей *Самоутверждения* (*богатство, уважение, успех, демонстрация способностей*) и средним уровнем по всем остальным измерениям.

Таким образом, первый и второй кластеры разделяют респондентов в соответствии с первой ценностной осью *Открытость изменениям – Сохранение*, а третий и четвертый – в соответствии со второй ценностной осью *Самоотдача – Самоутверждение*. Важно отметить, что в данном случае оси рассматриваются не как ортогональные измерения, а как равноправные категории. Например, можно сказать, что для членов первого кластера ценности *Сохранения* важнее, чем ценности *Самоутверждения*.

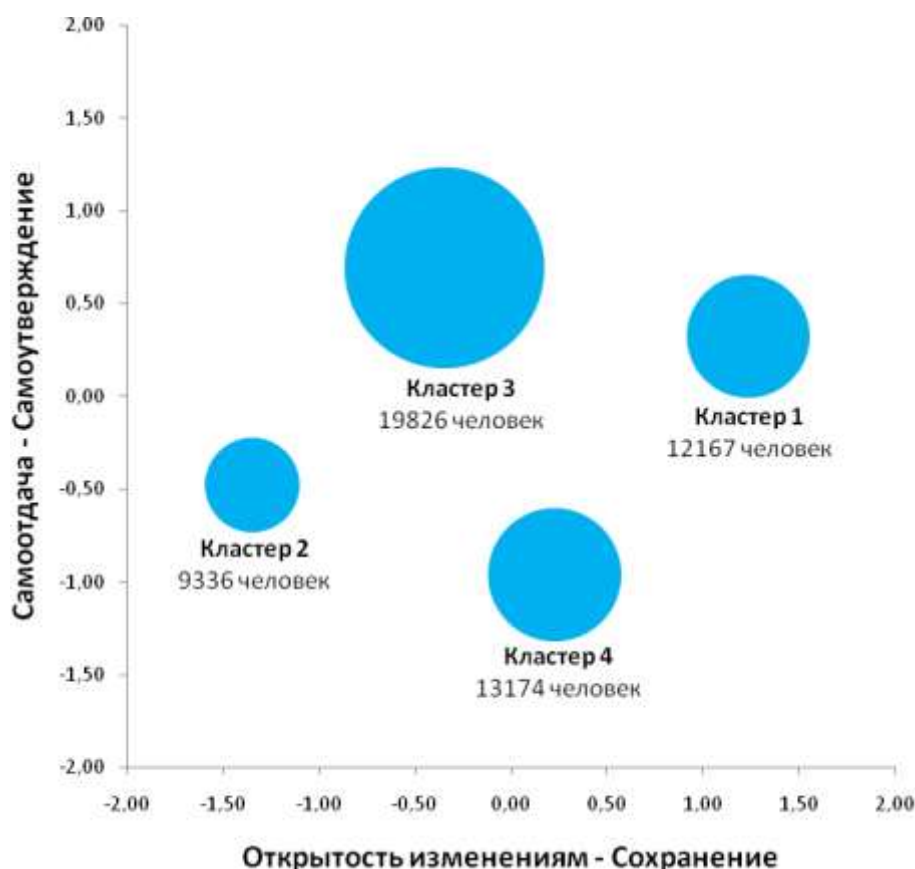


Рисунок 4.2. Положение четырех кластеров, выделенных путем классификации респондентов, в пространстве ценностных осей. (Положение кластера определяется средними оценками входящих в него респондентов; размер «пузырьков» пропорционален количеству респондентов в каждом из кластеров).

4.3. Распределение представителей различных стран по ценностным кластерам

Все респонденты были распределены по 4-м кластерам только на основании их ценностей, безотносительно любых других признаков, в частности, отвлекаясь от страновой принадлежности. Теперь же можно вернуться к признаку страны и посмотреть, как распределяется население каждой из стран по этим кластерам. Как видно из таблицы 4.2, в каждом ценностном кластере есть представители всех стран и, наоборот, в каждой стране есть представители всех ценностных кластеров. Помимо этого, мы видим, что население разных стран по-разному распределилось по кластерам. Этот достаточно очевидный факт указывает на то, что ценности среднего представителя страны являются, по сути, усреднением ценностей нескольких групп населения, разделяющих различные ценности: в случае преобладания одной из этих групп среднестрановые ценностные показатели больше всего соответствуют именно ей, скрывая от исследователя меньшинства, обладающие другими ценностями. Иными словами, чтобы иметь более

полную картину ценностных характеристик страны, очень важно обращать внимание на ценностную однородность ее населения. Например, Латвия имеет высокую степень ценностной однородности населения – на это указывает то, что более половины (58%) населения этой страны попало в один ценностный кластер, характеристики которого совпадают с описанием среднего представителя Латвии. В то же время в Латвии есть более 40% людей, не совпадающих с этим описанием. В данном случае рассмотрение ценностного состава населения помогает обнаружить меньшинства. А в случае с менее однородной страной, например, Бельгией, в которой усредненный показатель фактически показывает «среднюю температуру», рассмотрение распределения по кластерам может полностью заменить средние по стране. Таким образом, рассмотрение распределений крайне важно для изучения ценностей в разных странах.

Индивиды, вошедшие в разные кластеры очень сильно различаются между собой по своим ценностям, а внутри кластеров индивиды имеют довольно большие сходства (особенно после произведенной «очистки» от промежуточных случаев). Поэтому распределение населения страны по этим кластерам может свидетельствовать о ценностной однородности населения, или о ценностном консенсусе. Так, например, можно сказать, что в Латвии консенсус очень высок, а в Бельгии довольно низок. Шварц, изучая ценностный консенсус обнаружил, что его степень положительно связана с уровнем экономического благополучия и отрицательно – с уровнем демократии в стране. Эти выводы можно дополнить тем, что в пост-социалистических странах уровень консенсуса существенно выше, чем в странах «старого» капитализма (исключение составляет лишь Франция, 55% населения которой входит в четвертый кластер). Россия в данных терминах попадает в группу стран с высоким консенсусом.

Вернемся к рассмотрению распределения населения различных стран по четырем выделенным кластерам. В первый кластер, характеризующийся высокими ценностями *Сохранения*, наибольшие доли своего населения вносят такие страны как Украина, Польша, Россия, Греция, Турция, Болгария и русскоязычные Эстонии; а наименьшие доли – Исландия, Нидерланды, Швеция, Швейцария и Австрия. Во втором кластере, для членов которого особенно важны ценности *Открытости изменениям*, «лидируют», Австрия, Исландия, Дания, Нидерланды, Швеция и Израиль, а наименьший вклад вносят Турция, Греция, Польша, Румыния и Украина. Доли населения, вносимые различными странами в третий кластер, выделяющегося ценностями *Самоутверждения*, различаются сильнее всего: если Румыния, Латвия, Турция и Словакия вносят в него более половины своего населения (Россия вносит 45%), то во Франции, Исландии и Швейцарии эта доля не превышает 20%. И, наконец, среди стран, в которых больше всего представителей

четвертого кластера, подчеркивающего ценности *Самоотдачи*, – Франция, Швейцария, Исландия, Швеция, Финляндия и Испания; а в Румынии, России, Латвии, Украине, Польше, Словакии и Турции таких людей меньше всего.

Таблица 4.2. Распределение населения каждой из 31 страны по кластерам, построенным путем классификации респондентов на основе их ценностей, % по строке

	Кластер 1 «Сохранение»	Кластер 2 «Открытость изменениям»	Кластер 3 «Самоутверждение»	Кластер 4 «Самоотдача»	Число респон- дентов
Австрия	<u>12</u>	33	30	24	2296
Бельгия	15	20	28	37	1739
Болгария	32	14	38	17	1289
Великобритания	20	22	27	31	2270
Венгрия	<u>13</u>	16	36	34	1337
Германия	18	22	29	32	2796
Греция	33	<u>6</u>	47	<u>15</u>	2350
Дания	15	26	26	34	1390
Израиль	14	25	45	16	2094
Ирландия	24	18	32	26	1565
Исландия	<u>9</u>	31	<u>19</u>	40	499
Испания	30	9	<u>22</u>	39	1835
Кипр	25	13	37	25	982
Латвия	<u>13</u>	22	58	<u>8</u>	1820
Люксембург	19	18	28	35	1492
Нидерланды	<u>10</u>	26	33	32	1815
Норвегия	25	21	29	24	1517
Польша	39	<u>7</u>	42	<u>11</u>	1679
Португалия	24	13	46	17	2195
Россия	36	14	45	<u>6</u>	2258
Румыния	29	<u>8</u>	59	<u>4</u>	1975
Словакия	31	9	51	<u>10</u>	1725
Словения	16	20	37	27	1400
Турция	31	<u>4</u>	53	<u>11</u>	1705
Украина	40	<u>8</u>	42	<u>9</u>	1871
Финляндия	20	20	<u>21</u>	39	1587
Франция	<u>13</u>	17	<u>16</u>	55	1704
Чехия	25	16	44	<u>15</u>	2602
Швейцария	<u>12</u>	22	<u>20</u>	46	1731
Швеция	<u>10</u>	25	<u>26</u>	39	1553
Эстония (р.)	31	13	45	<u>12</u>	516
Эстония (э.)	21	17	<u>25</u>	37	908
Всего	22	17	36	24	54503

Общеввропейские кластеры в России. В России общеевропейские кластеры распределились неравномерно: большинство, ценности которого отражают средние по стране значения ценностных показателей, состоит из двух частей: 45% в третьем кластере и 36% – в первом. А помимо большинства обнаружилось еще и два меньшинства, в сумме составляющие 20%. Здесь важно подчеркнуть, что в России обнаружено существенное ценностное меньшинство (каждый пятый), которое никак не отражено в средних показателях. И даже ценностное большинство россиян состоит из двух частей. Самую большую долю населения России – 45% – составляют представители третьего кластера, отличающегося высокой ценностью *Самоутверждения*. Российские представители этого кластера почти ничем не отличаются от среднего россиянина не только по ценностям, но и по большинству социально-демографических характеристик. Вторая же половина ценностного большинства – представители первого кластера, составляющие 36% выборки, выше других ставящих ценности *Сохранения*, состоит из людей более старшего возраста (средний возраст – 56 лет), среди них больше женщин (70%), жителей малых городов и деревень (35%), пенсионеров (41%), представителей этнических меньшинств (11%), ниже уровень образования (86% не имеют высшего образования). Доля представителей этого кластера также высока в ряде пост-социалистических стран, а вот ценности, разделяемые представителями второго и четвертого кластеров как раз более характерны для средних представителей Западной Европы – там ценности *Открытости изменениям* и *Самоотдачи* важнее чем в других частях Европы. В России доля людей, разделяющих такие «западные» ценности достигает 20%, то есть для каждого пятого жителя России ценности, более характерные для представителей Западной Европы важнее, чем те, которые разделяет большинство наших соотечественников. Кто же эти люди? Вторым кластер, в который вошло 14% российской выборки, состоит из более молодых (средний возраст – 28 лет) и более обеспеченных (32% имеют доход 500 и более евро), в нем больше учащихся (27%), чем во всех остальных кластерах. Второе меньшинство – представители 4 кластера, составляющие 6% выборки, вероятно, можно отнести к старой «интеллигенции» – это наиболее образованная группа, среди них больше инженеров и учителей, чем в других кластерах. Из-за небольшого размера этой группы, о ней больше нечего сказать³³. Региональных различий не было найдено ни по одному из кластеров.

Итак, мы видим, что в России есть одно большинство, характеристики которого не фиксируются, но которое и представляет собой усредненный ценностный портрет россиянина. Также есть второе большинство, фиксирующее ценности старшего поколения

³³ Подробное описание влияния социально-демографических показателей на жизненные ценности приведено в главе 5.

(что связано как с принадлежностью к другому поколению, так и с этапом жизненного пути, то есть пожилого возраста самого по себе). Помимо большинства есть и отличное от этой центральной группы меньшинство из второго кластера, репрезентирующее ценности молодого поколения, а также более успешных и благополучных людей. Есть также и те 6% «интеллигенции», которые прямо противостоят ценностям большинства.

Одна из частей российского большинства похожа в ценностном плане на большинство населения ряда других стран: Румынии, Латвии, Словакии, Турции; второе большинство – близко к жителям Греции, Турции, Польши и Украины.

По уровню ценностного консенсуса Россия также похожа на ряд Восточно-Европейских и средиземноморских стран. Благодаря высокому уровню консенсуса, в России есть ценностное большинство, ценности которого отражаются средними по стране значениями индексов. Однако это не означает отсутствия значимых меньшинств. В других же, более гетерогенных в ценностном плане странах, средние по стране показатели очень слабо отражают реальную ситуацию.

Таким образом, отказ от представления ценностей населения целой страны в виде усредненных показателей и учет ценностной неоднородности населения каждой страны позволили более точно ответить на вопрос о сходствах и отличиях между россиянами и другими европейцами. Оказалось, что каждая из ценностных групп российского населения имеет «аналоги» в любой другой европейской стране, а отличия между странами возникают за счет неодинаковой представленности этих групп в разных странах.

Глава 5. Влияние страны проживания и социально-демографического состава населения на базовые ценности: регрессионный анализ

В предыдущих разделах были подробно описаны сходства и отличия ценностей населения России от ценностей населения 30 других европейских стран. Первый вопрос, который возникает при поиске объяснений описанных выше ценностных отличий между Россией и другими странами – не вызваны ли эти отличия разницей в социально-демографическом составе населения разных стран? Например, тем, что в какой-то стране население старше, чем в России, или воспитывалось более образованными родителями. Чтобы ответить на этот вопрос, мы с помощью множественного регрессионного анализа «очистили» обнаруженные ранее страновые влияния от воздействия социально-демографических переменных, а также сопоставили страновые и социально-демографические влияния по их силе. Отдельно было анализировано влияние социально-демографических параметров на ценности респондентов внутри России. Все эти сопоставления помогают понять особенности влияния признака страны (проживания в России) на различные ценности и раскрываться смысл этого признака.

5.1. Построение регрессионной модели

Цель данного раздела – продемонстрировать взаимосвязи базовых жизненных ценностей с различными индивидуальными характеристиками респондента, для того, чтобы определить наиболее полный список переменных для включения в регрессионную модель. Сначала будет показана зависимость ценностей от основных демографических характеристик – пола и возраста респондента, затем – зависимость от некоторых показателей родительской семьи; затем будут показаны связи ценностей респондента с его образованием, профессией, основным занятием и уровнем дохода, и в заключение все эти переменные, а также принадлежность к стране будут введены в одну общую регрессионную модель, зависимой переменной в которой будут ценности.

5.1.1. Признаки, которые могут быть только причинами жизненных ценностей.

Пол и возраст. Очевидно, что пол респондента, как один из базовых определяющих параметров человека влияет на его ценности. В соответствии с эволюционной теорией пола В. А. Геодакяна (Геодакян, 1991), мужчины более открыты новому и ориентированы на самоутверждение, в то время как женщины более консервативны и альтруистичны («децентрированы»). Переходя на термины базовых ценностей, мужчины тяготеют к ценностям *Открытости изменениям* (в частности –

Самостоятельности, Риска-новизны и Гедонизма), и к ценностям *Самоутверждения*, а женщины – к ценностям *Самоотдачи* и *Сохранения* (*Безопасности, Конформности-Традиции*). Различия между мужчинами и женщинами по ценностным осям и по отдельным индексам значимы на уровне 0,001 по *t*-тесту на равенство средних.

На рисунке 5.1 показано расположение мужчин и женщин, а также представителей различных возрастов в пространстве двух ценностных осей.³⁴

Возраст представляет собой одну из наиболее важных переменных, влияющих на базовые ценности людей. Наибольшее влияние возраст оказывает на выраженность ценностей *Открытости изменениям – Сохранения* – все группы возрастов (поделенные по 5-летнему интервалу) значимо отличаются друг от друга. Это означает, что чем более молод респондент, тем более характерны для него ценности *Открытости изменениям*, в частности *Самостоятельности, Риска-новизны и Гедонизма* и менее характерны ценности *Сохранения*, в частности ценности *Безопасности и Традиции-Конформности*. Зависимость между возрастом и этой ценностной осью линейная и очень сильная (корреляция на индивидуальном уровне составляет 0,40, значим на уровне 0,001, $n=58\ 684$).

Связь возраста со второй ценностной осью *Самоотдача – Самоутверждение* не столь очевидна, это подтверждается и низкими незначимыми корреляциями этих переменных. В то же время, если обратиться к связи возраста с ценностными индексами (рисунок 5.2), то связь становится очевидна: с возрастом повышаются ценности *Самоотдачи* и падают ценности *Самоутверждения* (коэффициенты корреляции соответственно 0,22 и 0,25, значимы на уровне 0,001, $n=56944$). Такое несовпадение связано с различными алгоритмами построения ценностных осей и ценностных индексов и неполного их совпадения – факторный анализ, с помощью которого получены ценностные оси, отражает структуру реальных данных, а индексы – теоретические конструкторы, накладываемые на эти данные. Возможно, именно потому, что ценностные оси основаны на реальных данных, первая из них целиком «берет на себя» возрастной фактор, «освобождая» от него вторую ось, которая в результате может демонстрировать более четкие связи с другими переменными. С другой стороны, такое расхождение между осями и индексами создает определенные трудности в содержательной интерпретации данных. Впрочем, эти трудности легко преодолеваются, если анализировать одновременно и оси, и индексы.

³⁴ Точные значения по ценностным осям и индексам в тексте и на графиках не приводятся, так как представляют собой условные единицы и не несут содержательного смысла.

Итак, чем старше человек, тем сильнее у него выражены ценности *Сохранения* и *Самоотдачи*, и тем слабее выражены ценности *Открытости изменениям* и *Самоутверждения*.

Существует два способа интерпретации влияния возрастного фактора.

Первый чаще используется психологами и связан с жизненным циклом. Так, например, Шварц (Schwartz, 2007) указывает на то, что с возрастом люди все сильнее включаются в социальные сети, более склонны сохранять свои привычки, меньше любят новое и различные вызовы, чем объясняется высокая значимость ценностей *Сохранения* среди них; кроме того, с возрастом люди включаются в семейную жизнь и обретают более стабильные позиции в профессиональной жизни, что отражается на более высокой значимости для них ценностей *Самоотдачи* и меньшей значимости ценностей *Самоутверждения*.

Второй способ интерпретации чаще используется учеными от общественных наук и связан с особенностями поколенческих когорт. Так, Инглхарт (Inglehart, 1990) утверждает, что глобальная смена ценностей от материалистических к постматериалистическим может происходить только через смену поколений. Это объясняется условиями, в которых происходит социализация разных поколений. Определить поколенческий фактор, отделив его от влияния жизненного цикла можно только с помощью повторных исследований в течение длительного времени – так можно отследить особенности различных когорт.

В нашем случае невозможно разделить влияние возраста на влияние стадии жизненного цикла и принадлежности к определенной возрастной когорте, поскольку на данный момент существуют данные лишь по 3 временным точкам в течение 6 лет, а это слишком маленький срок, чтобы можно было зафиксировать поколенческие сдвиги. Поэтому мы будем интерпретировать возрастной фактор как включающий и поколенческие, и жизненно-цикловые составляющие одновременно.

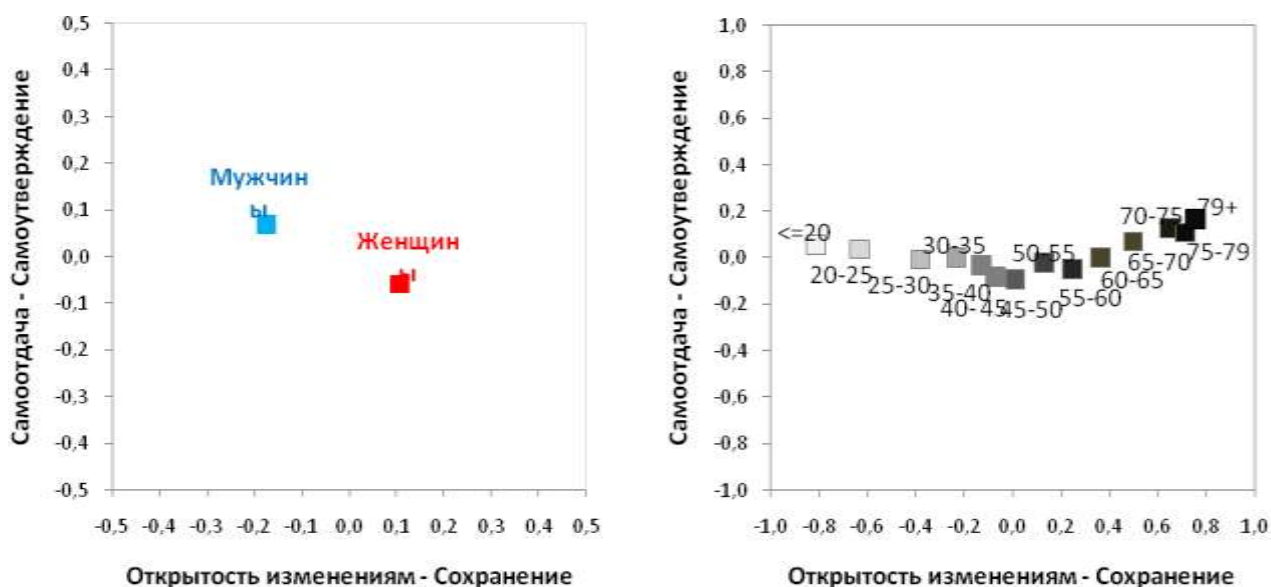


Рисунок 5.1. Расположение гендерных и возрастных групп в пространстве ценностных осей

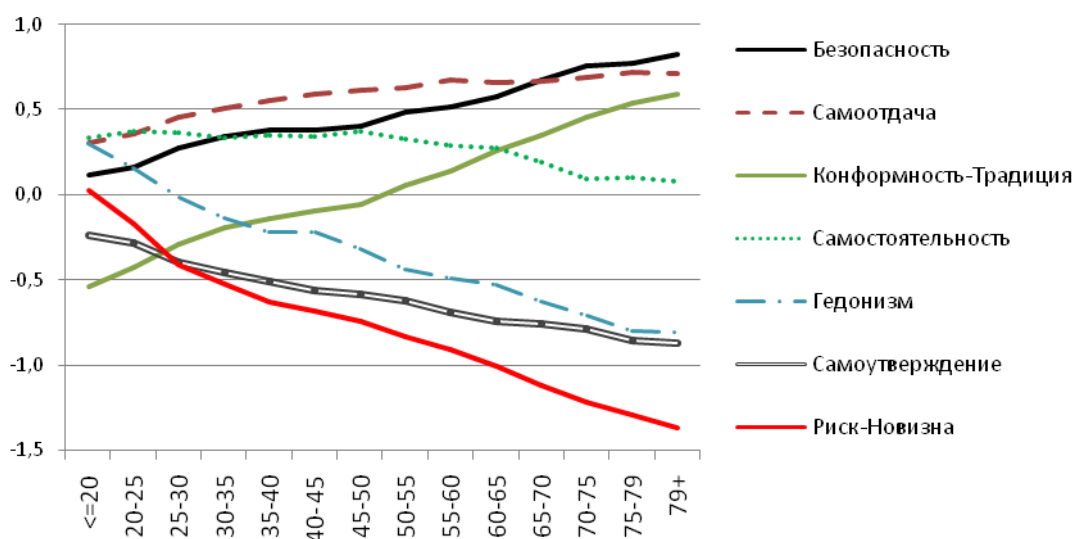


Рисунок 5.2. Возрастная динамика жизненных ценностей (баллы)

Ресурсы родительской семьи. Особенности родительской семьи – это гарантированно независимые переменные, в том смысле, что ценности на них не могут оказать влияния, и каузальная связь возможна только в одном направлении, также как для пола и возраста. Для Инглхарта способность родительской семьи удовлетворить базовые потребности ребенка и обеспечивать экономическую безопасность является определяющим фактором формирования ценностей человека (Inglehart, 1990, 1997). Чем

большими ресурсами обладает семья, тем более «постматериалистическими» будут ценности растущего в ней человека. Говоря в терминах ценностей Шварца, ресурсообеспеченность родительской семьи формирует меньшую значимость ценностей *Самоутверждения* (власти, богатства, достижений) и большую значимость ценностей *Самоотдачи* (заботы об окружающих людях и природе, равенстве, толерантности); а также бóльшую значимость *Открытости изменениям* (*самостоятельности, независимости, новизны и т.п.*) в противовес ценностям *Сохранения*. Напрямую оценить ресурсы семьи респондента через фиксацию ее материальной обеспеченности Европейское социальное исследование не позволяет, однако есть косвенные показатели, такие как полнота семьи, профессиональный и образовательный статус родителей, принадлежность к этническому большинству или к иммигрантам.

Полнота семьи. В качестве ресурсов семьи можно расценивать, во-первых, ее полноту, так как двое родителей при прочих равных располагают бóльшими ресурсами, чем один. В анкете этот пункт звучал так: «Отец/мать умер/не жил с респондентом, когда ему было 14 лет». На рисунке 5.3 отражены ценности тех респондентов, оба родителя которых присутствовали, тех, у которых присутствовал только один родитель и тех, чьи родители отсутствовали в то время, когда респонденты социализировались. Как мы и предполагали, чем более полной семьей обладал респондент в свои 14 лет, тем сильнее выражены у него ценности *Самоотдачи* и *Открытости изменениям* (в основном за счет высоких значений ценностей *Самостоятельности* и *Гедонизма*, а также низкой ценности *Безопасности*; по *Традиции-Конформности* и *Риску-Новизне* различий между этими группами нет).

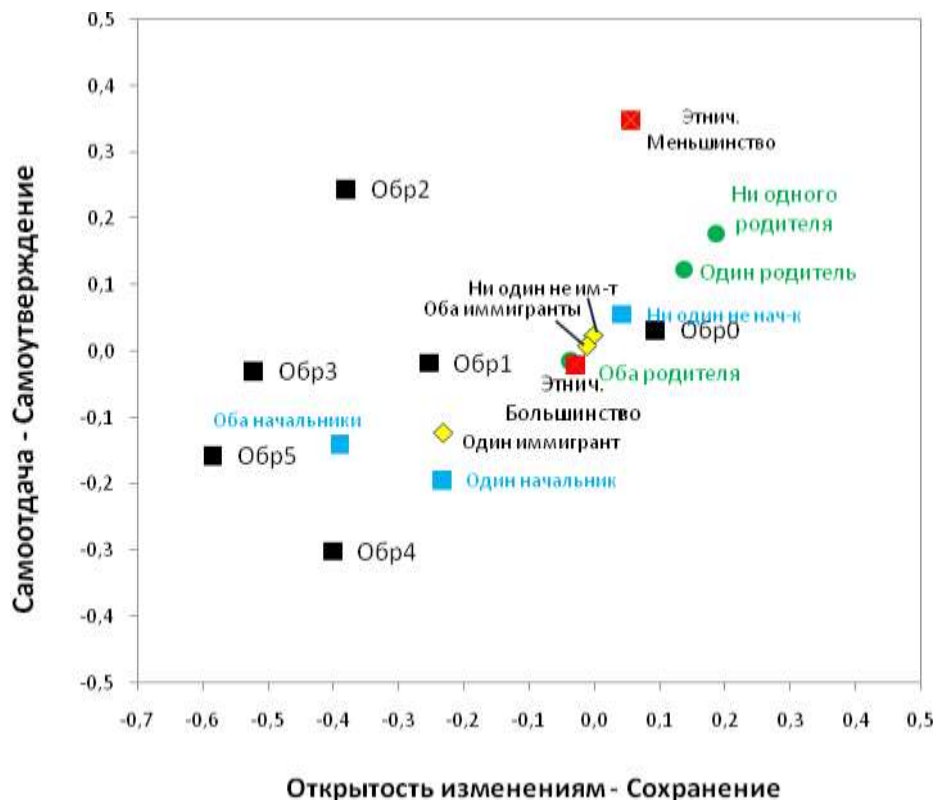


Рисунок 5.3. Расположение респондентов из семей с разными ресурсными характеристиками в пространстве двух ценностных осей

Образование родителей. С одной стороны, образование родителей является хорошим косвенным показателем их дохода, указывающим на материальные ресурсы семьи, с другой стороны, образованные родители сами по себе представляют ресурс для ребенка, предопределяя его образование и влияя на его воспитание. Наиболее работающей переменной оказалась пятибалльная шкала, сочетающая уровень образования обоих родителей (пункты шкалы приведены на рисунке 5.4). Из рисунка 5.3 видно, что чем более образованными были родители респондента, тем важнее для него ценности *Открытости изменениям*. А вот по второй оси *Самоотдача - Самоутверждение* нет однозначной тенденции. Обращаясь к ценностным индексам (рис. 5.4), обнаруживается, что различий между респондентами из семей с разным уровнем образования по ценностям *Самоотдачи* нет, а по ценностям *Самоутверждения* есть, но в противоположную сторону, чем мы предполагали – чем более образованы родители респондента, тем важнее для него ценности *Самоутверждения*. Можно предположить, что это связано с более высоким уровнем притязаний, характерным для выходцев из более «высоких» статусных групп.

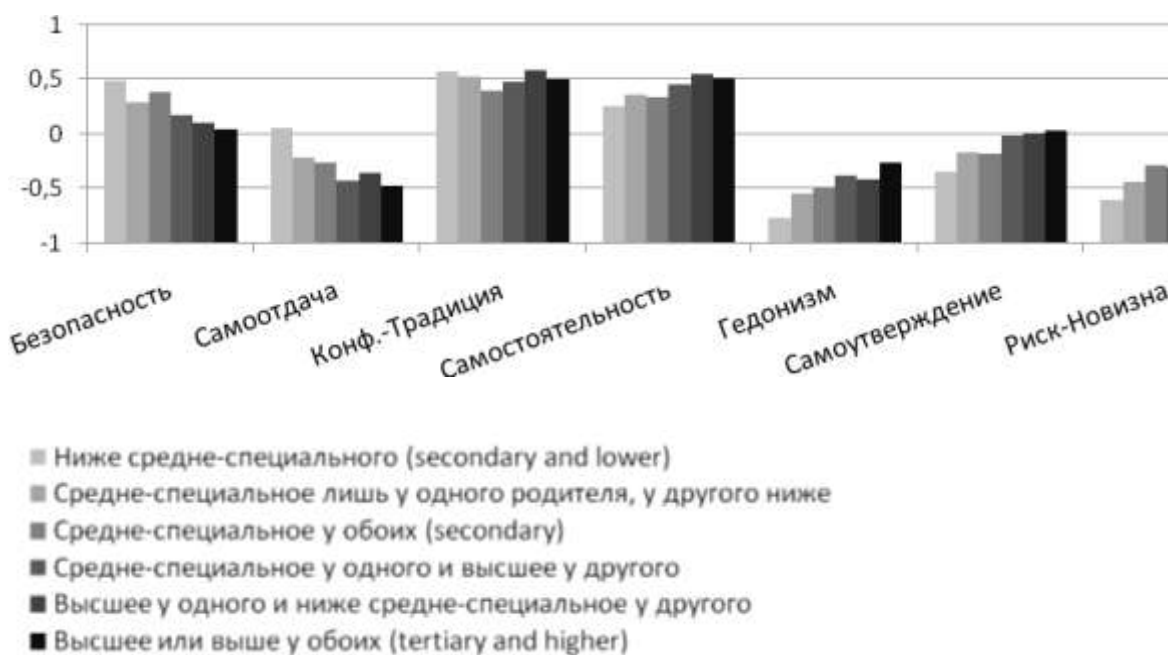


Рисунок 5.4. Ценности респондентов из семей с разным уровнем образования родителей

Профессиональный статус родителей. Под профессиональным статусом в контексте ресурсообеспеченности семьи мы подразумеваем принадлежность родителей к руководителям. Примем допущение, что руководители обладают большими ресурсами, чем не-руководители. Сравнив группы респондентов, у которых оба родителя являлись руководителями, у которых только один родитель являлся руководителем и тех, у кого ни один из родителей не был руководителем, когда респондентам было 14 лет, мы обнаружили подтверждение наших гипотез. Как видно из рисунка 5.3, принадлежность родителей к руководству людьми усиливает ценности *Открытости изменениям* и *Самоотдачи*. Из тенденции немного выбиваются различия по оси *Самоотдача* – *Самоутверждение* между респондентами, оба родителя которых были начальниками и теми, у которых лишь один родитель был руководителем – последние сильнее тяготеют к ценностям *Самоотдачи*. Это может объясняться тем, что в ситуации, когда оба родителя руководители может создаваться дефицит внимания к ребенку и, следовательно, может означать меньший ресурс, чем в случае, когда в семье лишь один родитель является начальником. Так или иначе, эти различия не являются существенными, к тому же они пропадают, если обратиться к ценностным индексам, значения которых полностью подтверждают гипотезы.

Переезд родителей. Если родители респондента не иммигрировали, если они родились в той же стране, в которой живет респондент, то, вероятно, они обладают большими ресурсами по сравнению с недавними иммигрантами, которые могут выражаться как в социальном капитале, накапливаемом всю жизнь, так и в отсутствии

необходимости расходовать ресурсы на миграцию. Для фиксации принадлежности родителей к иммигрантам также использовалась 3-хбалльная шкала: 0 – ни один из родителей не был иммигрантом (оба родились в стране), 1 – один из родителей был иммигрантом, 2 – оба родителя были иммигрантами. Как видно из рисунка, отличаются лишь те респонденты, один родитель которых не был рожден в стране, а те, оба родителя которых были иммигрантами или оба не были иммигрантами в большей степени разделяют ценности *Сохранения* и *Самоутверждения*. Можно предположить, что дети от смешанных браков, в которых один из родителей иммигрант, отличаются более толерантными взглядами и соответствующими ценностями, они в большей степени открыты изменениям и принимают общечеловеческие ценности (*Самоотдачи*) легче, чем ценности одного из родителей.

Принадлежность к этническому большинству. Принадлежность респондента к этническому большинству также может считаться определенным ресурсом, и также относится к родительской семье, поскольку «передается по наследству» (хотя, конечно, в большой степени связана с личностной идентичностью). Представители этнического большинства находятся в более благополучной экономической ситуации и отличаются от представителей этнических меньшинств большей значимостью ценностей *Открытости* *изменениям* и *Самоотдачи*.

5.1.2. Признаки, которые могут быть как причинами, так и следствиями жизненных ценностей.

Рассмотренные до сих пор характеристики респондента и его родительской семьи могут иметь лишь одно направление каузальной связи с ценностями – они выступают причинами, а ценности – следствиями, или, при более сложной конфигурации, следствиями следствий. Ведь возраст и пол, равно как родительскую семью – не выбирают³⁵. Теперь перейдем к рассмотрению переменных, которые могут быть как причинами, так и следствиями ценностей – это образование, профессия и занятие респондента.

Образование. Образование является одной из базовых переменных в объяснении социальных и социально-психологических явлений, но оно зависит от решений самого субъекта и поэтому может быть как причиной, так и следствием различных субъективных переменных, в частности, ценностей. Для фиксации образования в Европейском социальном исследовании использовалось два способа. Первый – это специальная шкала, унифицирующая образовательные системы разных стран по принципу трех ступеней,

³⁵ Гипотетически, какие-то ценности могут заставить человека сменить пол, однако частота такого явления настолько мала, что ее можно не брать в расчет.

первая из которых соответствует российскому начальному образованию, вторая ступень соответствует общему или профессиональному среднему образованию, промежуточная между второй и третьей ступенью соответствует российскому средне-специальному, а третья ступень – высшему образованию. Так как эта шкала объединяет различные образовательные системы, она неизбежно слишком груба, в связи с чем мы предпочли использовать второй способ измерения образования – количество лет образования. Хотя такая шкала также представляется довольно абстрактной и зависит от каждой конкретной системы образования (как и любая другая международная классификация стадий образования), она оказывается предпочтительней по нескольким параметрам – она точнее, подробнее, обладает большей объяснительной силой.

Образование обеспечивает интеллектуальную открытость, гибкость и широту восприятия, которые являются сутью ценности *Открытости изменениям* (Schwartz, 2007), с другой стороны, интеллектуальное развитие неизбежно вызывает сомнения в безоговорочном принятии традиций, а навыки, которое дает образование, помогают справляться с трудностями и, следовательно, обеспечивают жизненную безопасность. Кроме того, система оценок и конкурсов в системе образования постоянно бросает вызовы и создает ценности достижения и самоутверждения, но, с другой стороны, чем выше уровень образования, тем большими ресурсами обладает человек, а значит, с большей вероятностью обладает альтруистическими ценностями, то есть ценностями *Самоотдачи* (Ibid.).

Вполне возможна и обратная причинная связь. Человек, для которого ценности *Открытости изменениям* важны, и который отказывается безоговорочно принимать традиции, быть конформным и обладает какими-то ресурсами, чтобы чувствовать себя в безопасности – он может стремиться к получению более высокого уровня образования; а высокая значимость ценностей достижения и *Самоутверждения* лишь усиливает это стремление. Скорее всего, причинная связь между ценностями и уровнем образования действует в обоих направлениях: образование создает ценности, а определенные ценности приводят к получению образования. Изучение соотношения взаимовлияний этих двух переменных – предмет дальнейших исследований, для нашей же работы важно зафиксировать их *взаимосвязь*.

На рисунке 5.5 представлено расположение групп респондентов с различным уровнем образования в пространстве ценностных осей. Как и предполагалось, чем выше уровень образования, тем большую значимость имеют ценности *Открытости изменениям* и меньшую – ценности *Сохранения*. Эту взаимосвязь можно разделить на две части: среди имеющих 10-12 лет образования (или вторую ступень) или выше, где

повышение образования уже очень слабо связано с ценностями *Открытости изменениям*, в отличие от второй части – среди респондентов с образованием меньше 10 лет каждый новый год получения образования связан со значительно более высокой значимостью ценностей *Открытости изменениям*.

С повышением уровня образования более значимыми становятся и ценности *Самоотдачи*. Из логики осей следует, что, соответственно, должны падать и ценности *Самоутверждения*, однако обращение к ценностным индексам говорит о том, что ценности *Самоутверждения* не связаны с уровнем образования. В этом пункте наши гипотезы не подтвердились, а связь более высокого уровня образования с ценностями *Самоотдачи*, предложенная в гипотезе, подтвердилась.

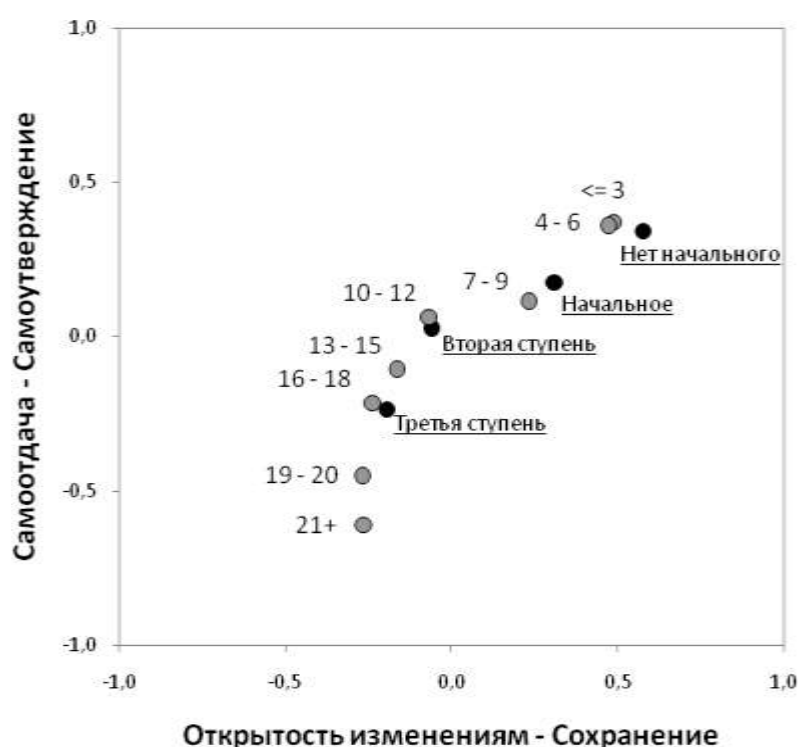


Рисунок 5.5. Расположение респондентов с разным уровнем образования в пространстве ценностных осей. Цифрами обозначены группы, объединенные по количеству лет образования.

Профессия. Говоря о связи профессии с жизненными ценностями, их взаимозависимость выходит на первый план. Очевидно, что выбор профессии зависит от жизненных ценностей человека (в сочетании с социальными условиями), а работа в определенной профессии, очень вероятно, меняет ценности людей. В ЕСИ профессии респондентов классифицировались с помощью международной шкалы ISCO-88, сокращенную 10-пунктовую версию которой мы используем. Эта классификация

профессий построена по двум основаниям – схожесть навыков, требующаяся для данной группы профессий и схожесть уровня квалификации/профессионализма в этих навыках. Поэтому частично эта шкала профессий пересекается с образовательной, а значит профессии, требующие более высокой квалификации будут коррелировать с высокой значимостью ценностей *Открытости изменениям* и *Самоотдачи*.

Из рисунка 5.6 видно, что это предположение верно - работники «умственного» труда (руководители, специалисты высшего и среднего уровней квалификации, клерки, а также примкнувшие к ним работники сферы обслуживания, ЖКХ и торговли) отличаются от остальных специальностей более высокой значимостью ценностей *Открытости изменениям* и *Самоотдачи*, а менее квалифицированные работники ручного труда тяготеют к противоположным ценностным полюсам *Самоутверждения* и *Сохранения*. На рисунке размер «пузырьков» соответствует среднему уровню образования респондентов в этой группе (в годах обучения), с их помощью можно отделить влияние уровня квалификации от собственно принадлежности к профессиональной группе. Например, уровень квалификации работников сферы обслуживания, ЖКХ, торговли и уровень квалифицированных рабочих промышленности очень близки, а ценности различаются очень сильно – первые тяготеют к ценностям *Самоотдачи*, тогда как вторые – к ценностям *Самоутверждения*, следовательно, эти различия связаны не с уровнем квалификации, а с характером выполняемого труда, спецификой профессиональной субкультуры, уровнем доходов в этой профессиональной группе и другими характеристиками, связанными с профессией респондентов.

Итак, профессия связана с ценностями и ее влияние не совпадает с влиянием уровня квалификации, а значит, она должна быть включена в общую модель, описывающую причины и связи жизненных ценностей.



Рисунок 5.6. Расположение групп респондентов различных профессий в пространстве ценностных осей. Размер «пузырьков» соответствует среднему количеству лет образования респондентов данной профессиональной группы

Занятие. Одной из важнейших характеристик, определяющих повседневную жизнь людей, является их занятие. Как видно из рисунка 5.7 жизненные ценности связаны с основными занятиями в основном по ценностям *Открытости изменениям – Сохранения*. Корреляции между показателями каждого из упомянутых занятий и осью *Самоотдачи – Самоутверждения* очень слабы, а при контроле возраста и уровня образования становятся и вовсе незначимы. Респонденты, занятые получением образования, больше других придают значимость ценностям *Открытости изменениям*, то есть *Самостоятельности*, *Риску-новизне* и *Гедонизму* (однако обращение к ценностным индексам показывает, что различия по ценностям категории *Сохранения*, то есть *Безопасности* и *Конформности-Традиции*, отсутствуют). Те, кто не работает, находясь на пенсии или будучи инвалидом, отличаются высокой значимостью ценностей *Сохранения*. Важно отметить, что даже при парциальных корреляциях, контролирующих признак возраста, эти закономерности остаются. То есть, например, высокая значимость ценностей *Открытости изменениям* для тех, кто получает образование, связана не только с меньшим возрастом получающих образование, а связана именно со спецификой этого занятия; то же касается и людей на

пенсии, и нетрудоспособных инвалидов. Таким образом, подтверждается важность и относительная независимость этого признака для формирования целой модели.

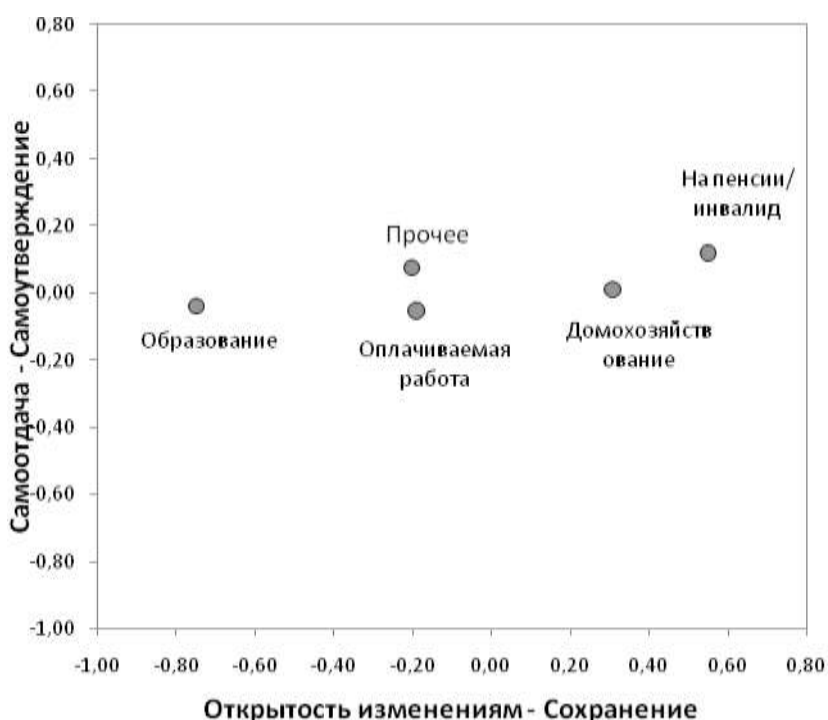


Рисунок 5.7. Расположение респондентов с различными видами основной деятельности в пространстве двух ценностных осей

Доход. В ЕСС был включен вопрос о примерном чистом доходе всего домохозяйства. С этим показателем возникает несколько проблем. Во-первых, фиксируется доход всего домохозяйства, а не самого респондента, что усложняет анализ. Во-вторых, доход фиксируется не в денежных единицах, а в категориях, которые не равны между собой и отличаются в некоторых странах. Получается, что шкала дохода имеет номинальный, а не порядковый уровень и несопоставима в нескольких странах (в том числе в России). Это приводит к тому, что взвесить шкалу доходов на размер домохозяйства, чтобы выяснить уровень обеспеченности самого респондента, представляется невозможным. Поэтому шкала доходов оказывается неразрывно связана с размером домохозяйства, и доход, таким образом, может анализироваться только совместно с этой переменной. В анализе связи доходов и ценностей мы будем использовать пять групп, выделенных на основании размера домохозяйства. При этом члены домохозяйства, не достигшие 15 лет, будут учитываться как 0,5 взрослого члена домохозяйства, поскольку в данном случае речь идет о распределении дохода. Такой вес вводится в силу того, что в общих домохозяйствах возникает эффект экономии, например,

за счет использования одних и тех же комнат, особенно для детей (Onozuka, Bennett, 2009).

Проблему сравнимости разных шкал доходов в разных странах можно решить с помощью выделения некоторых внутристрановых "норм" бедности и богатства, например, с помощью разделения населения по перцентилям. Такой способ приемлем еще и потому, что среди рассматриваемых стран есть как очень богатые (Норвегия, Люксембург), так и достаточно бедные страны (Украина, Россия, Болгария) и сравнивать, скажем, жителей Украины и Люксембурга по одной и той же шкале доходов невозможно. Поэтому мы будем сравнивать относительно бедных с относительно богатыми. Итак, разделим все домохозяйства по страноспецифическому признаку доходов: возьмем внутри каждой страны 5, 25, 50, 75, 95 перцентили и получим 6-балльную (6 категория включает в себя 5% наиболее богатых) порядковую шкалу дохода от "самых бедных" до "самых богатых в своей стране"³⁶.

На рисунке 5.8 представлено расположение в ценностном пространстве респондентов с разным уровнем "богатства" и живущих в домохозяйствах различного размера. Цифры на рисунке означают уровень бедности ("3" - медианный уровень, "6" - наиболее высокий), а буквы - размер домохозяйства (*e* - самые большие, более 5 "членов"). Из вычислений пришлось исключить Украину, поскольку там использовалась общеевропейская шкала и 98% населения попало в первые три категории, что означает невозможность распределения их на 6 используемых нами категорий "богатства". Выборки в каждой точке различаются от 61 респондента в точке "а6" до 4655 респондентов в точке "b3".

Во-первых, можно отметить, что вне зависимости от уровня дохода, чем больше размер домохозяйства, в котором живет респондент, тем в большей степени он разделяет ценности *Самоутверждения* и в меньшей степени ценности *Самоотдачи*. Это интересный результат, поскольку обратный был бы равновероятен. С другой стороны, это может быть связано с тем, что большие домохозяйства более характерны для более бедных стран, в которых шире распространены ценности *Самоутверждения*. Важно отметить, что размер домохозяйства не связан с ценностями *Открытости изменениям* – *Сохранения*, что также представляется довольно неожиданным результатом³⁷.

³⁶ Подробная информация о том, как формируются группы в каждой из стран приведена в Приложении, таблица 6.

³⁷ Более подробный анализ показывает, что для каждой страны существует свой собственный паттерн взаимозависимостей ценностей, дохода и размера домохозяйства, но не будем останавливаться на этом, зафиксировав лишь общие тенденции.

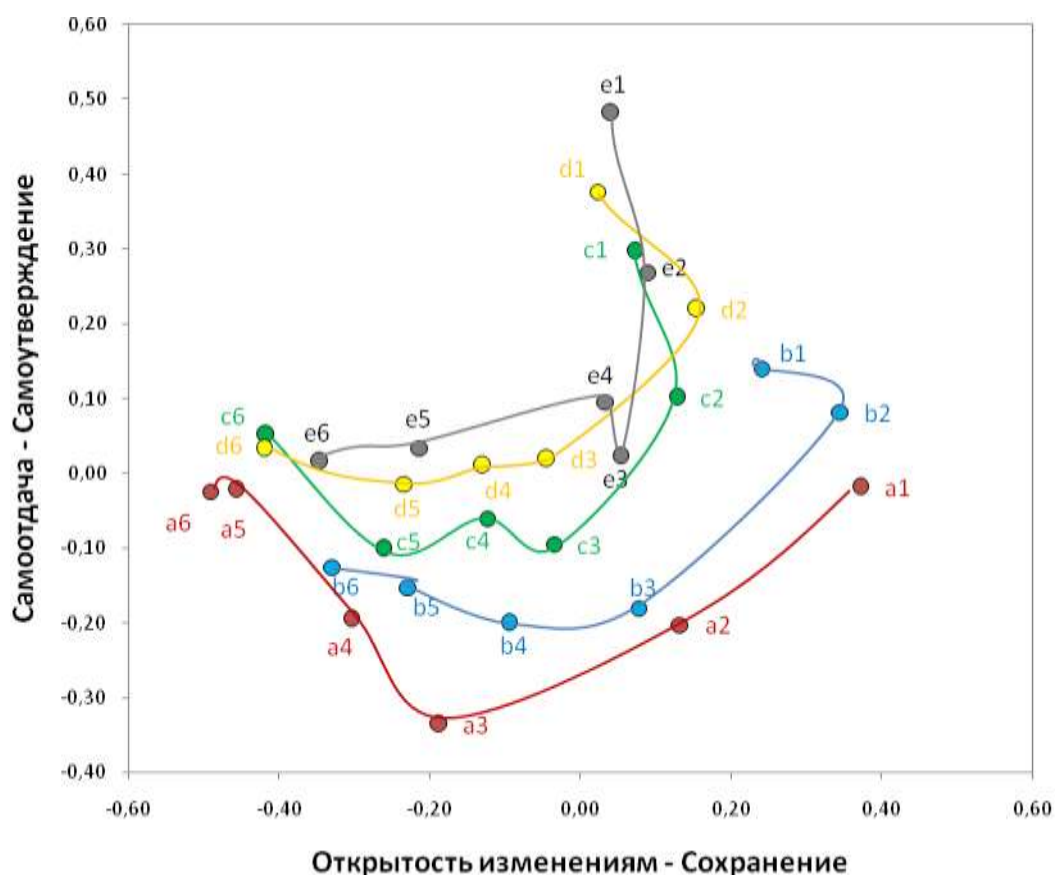


Рисунок 5.8. Расположение респондентов из домохозяйств разного размера и с разным доходом в пространстве двух ценностных осей. Линиями соединены точки групп с одинаковым размером домохозяйств.

Буквами обозначен размер домохозяйств: *a* – 1-1,5; *b* – 2-2,5; *c* – 3-3,5; *d* – 4-4,5; *e* – 5 и более: 1=один взрослый старше 15 лет; 0,5 = один ребенок младше 15 лет.

Цифрами обозначен уровень доходов домохозяйства: 1 – 5% с наиболее низким доходом для своей страны; 2 – группа средне-низкого дохода, между 5 и 25 перцентилем; 3 – между 25 и 50 перцентилем (средний доход); 4 – между 50 и 75 перцентилем, 5 – между 75 и 95 перцентилем, 6 – выше 95 перцентили (5% наиболее богатых в своей стране).

Во-вторых, из рисунка видно, что группы с более высоким доходом вне зависимости от размера домохозяйства связаны с большей значимостью ценностей *Открытости изменениям*, и меньшей значимостью ценностей *Сохранения*, к которым тяготеют менее обеспеченные респонденты. Это подтверждает гипотезу о положительной связи высокого дохода с ценностями *Открытости изменениям*.

В-третьих, связь между уровнем доходов и ценностями *Самоотдачи* - *Самоутверждения* зависит от размера домохозяйства. Для респондентов, живущих в больших и очень больших домохозяйствах высокий уровень дохода сильно связан с

большей значимостью ценностей *Самоотдачи*. Среди же респондентов, живущих в маленьких и средних домохозяйствах, уровень дохода, превышающий медианный (для данной страны), связан, наоборот, с большей ценностью *Самоутверждения*. Учитывая, что респонденты из более обеспеченных, но и более людных домохозяйств располагают такими же или даже меньшими материальными средствами, чем респонденты из тех же групп обеспеченности, но из небольших домохозяйств (например, реальные материальные средства группы респондентов «a1» и «eб» могут совпадать), то описанные тенденции складываются в *единую* взаимосвязь, подтверждающую гипотезу о положительной связи между уровнем материальной обеспеченности и ценностями *Самоотдачи*.

Тип населенного пункта. Проживание в большом городе или в сельской местности может оказывать сильное влияние на жизненные ценности из-за различной плотности населения, разных стилей жизни, концентрации ресурсов и так далее. Очевидно, что проживание в населенном пункте определенного типа связано с десятками других переменных, но наша гипотеза состоит в том, что тип населенного пункта обладает, помимо перечисленного, еще и своим независимым влиянием, возникающим на основе специфических условий жизни. Анализ данных показывает, что ценности респондентов, живущих в населенных пунктах разного типа значимо отличаются по обоим ценностным осям (дисперсионный анализ, критерий Тамхена значим на уровне 0,001; нет различий лишь между группами «большой город» и «окраины большого города» по оси *Открытость изменениям – Сохранение*). Из рисунка 5.9 видно, что размер населенного пункта позитивно связан с ценностями *Открытости изменениям*: для жителей села ценности *Сохранения* важнее, чем для остальных, а для жителей больших городов и их окраин важнее, чем для других, ценности *Открытости изменениям*. Интересны различия ценностей между жителями больших городов и их окраин – они представляют собой два крайних полюса. Жители больших городов тяготеют к ценностям *Самоутверждения*, а жители окраин – к ценностям *Самоотдачи*. Проживание в большом городе связано с высокой конкуренцией, и этим объясняется высокий уровень ценностей достижения (самоутверждения). А жители пригородов отличаются наиболее высоким уровнем *Самоотдачи*, а также, если обратиться к ценностным индексам, наивысшими среди этих групп значимостью ценностей *Самостоятельности* и *Гедонизма*. Корреляции между ценностными показателями и признаком проживания в каждом из типов населенных пунктов оказываются значимыми даже при контроле возраста и образования, а значит, эти признаки могут иметь независимое влияние на ценности и будут включены в общую модель.

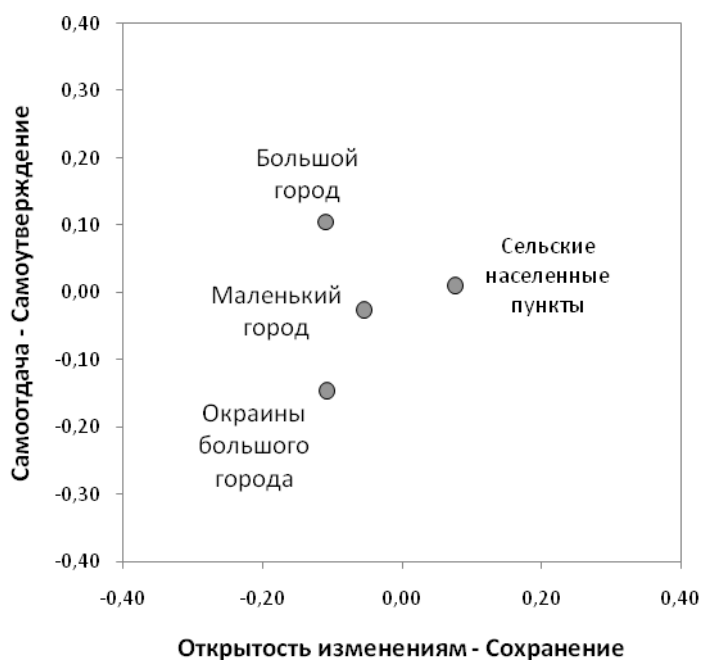


Рисунок 5.9. Расположение респондентов, проживающих в различных типах населенных пунктов, в пространстве ценностных осей

Снова отметим, что эта и переменная может быть следствием, а не причиной: традиционные, консервативные ценности вполне могут заставить человека переехать (или остаться, если он уже там живет) в деревню, а стремление к самоутверждению может привести его в большой город. Учитывая высокий уровень мобильности среди европейцев, такое направление каузальной связи может быть более чем вероятным.

Религиозная принадлежность. Взаимосвязь между религиозной принадлежностью и жизненными ценностями является классической темой для социологических исследований. Начиная с исследований М. Вебера (Вебер, 1990) до исследований М. Рокича (Rokeach, 1970, 1974) и современных – Ш. Шварца (Schwartz, 2007, Билле (Billiet, Meuleman, 2008) и других, тема влияния религии на жизненные ценности людей остается одной из центральных для социологии вообще. Мы не будем останавливаться на подробном изучении этой связи, а лишь проиллюстрируем наличие взаимосвязей между религиозной принадлежностью и жизненными ценностями, для того, чтобы включить эту переменную в общую модель.

Религиозная принадлежность в большинстве случаев не выбирается сознательно, на основании собственного решения, чаще всего она или «наследуется» от родителей или перенимается от ближайшего социального окружения. Однако обратный вариант – выбора или отказа от конфессии или религиозности вообще на основании своих жизненных ценностей тоже достаточно вероятен. Более вероятно, что принадлежность к

одной из конфессий является скорее предиктором жизненных ценностей, чем следствием, а вот направление связи со степенью религиозности трудно предположить.

Рассмотрим ценности различных религиозных конфессий, которые представлены на рисунке 5.10. Православные респонденты отличаются наивысшей значимостью ценностей *Самоутверждения* и *Сохранения*; лишь мусульмане не имеют отличий от православных по ценностям *Самоутверждения*. Приверженцы восточных религий являются ценностными антиподами православных, соответствующая точка расположена ближе всех к полюсам *Самоотдачи* и *Открытости изменениям*. Иудаисты отличаются сочетанием высоких уровней значимости *Открытости изменениям* и *Самоутверждения*. Католики характеризуются средне-высоким уровнем ценностей *Сохранения* и средним уровнем по второй оси. Для протестантов более значимыми являются ценности *Открытости изменениям*.



Рисунок 5.10. Расположение респондентов, принадлежащих к различным религиозным конфессиям в пространстве двух ценностных осей

Подобная констатация ценностных различий религиозных групп дает очень немного информации, так как объединяет всех, кто идентифицирует себя с данной религией – от священнослужителей до совершенно не религиозных людей. Кроме того, все описанные закономерности одномерны, то есть учитывают связи только двух

признаков, тогда как третий признак – отсутствующий здесь – может объяснять их обе. Например, может оказаться, что описанные особенности протестантов связаны лишь с тем, что большинство протестантов живет в более обеспеченных странах, а большинство православных – в пост-советских. Чтобы полнее раскрыть содержание связи между религиозной принадлежностью и жизненными ценностями, нужно анализировать также и степень религиозности респондентов внутри каждой из конфессий.

Поскольку степень религиозности в разных конфессиях выражается по-разному, а значит и связана с ценностями по-разному, то для анализа этой связи стоит использовать оба показателя одновременно. Мы объединили шкалу религиозности с индикатором принадлежности к одной из религий, получив 9 переменных, соответствующих 9 конфессиональным группам. Каждая из 9 переменных включает шкалу от 0 до 11, где 0 – означает отсутствие принадлежности к данной конфессии, остальные пункты означают принадлежность к данной конфессии и одновременно степень религиозности (1 – совсем не религиозен, 11 – очень религиозен).

В таблице 5.1 и в Приложении на рисунке 2 отражены взаимосвязи уровня религиозности в разных конфессиях с жизненными ценностями. В целом по выборке, с возрастанием религиозности возрастают ценности *Сохрания* и *Самоотдачи*, однако интересно, что эта зависимость неодинакова в разных конфессиях. Например, среди православных христиан, мусульман и иудеев более высокий уровень религиозности связан с большей значимостью ценностей *Самоутверждения*, а среди католиков, протестантов и представителей других христианских конфессий более высокий уровень религиозности связан, наоборот, с меньшей значимостью ценностей *Самоутверждения* и большей значимостью ценностей *Самоотдачи*.

Обратим особое внимание также на особенности протестантов: это конфессиональная группа, увеличение религиозности в которой в наибольшей степени связано с увеличением значимости ценностей *Самоотдачи* и уменьшением значимости ценностей *Самоутверждения* (оба коэффициента превышают те, что в других группах, более чем в 2 раза!). Кроме того, это единственная европейская конфессия, в которой религиозность положительно коррелирует с ценностями *Самостоятельности*. Это вполне соответствует описанной М. Вебером «протестантской этике», в которой «морального осуждения достойны *успокоенность* и довольство достигнутым, *наслаждение* богатством и вытекающие из этого последствия — бездействие и плотские утехи», а поощрения заслуживают «индивидуалистические импульсы рационального легального предпринимательства, основанного на личных качествах, на инициативе» (Вебер, 1990, с.204).

Таблица 5.1. Коэффициенты корреляции между степенью религиозности респондентов разных конфессий и их жизненными ценностями

Степень религиозности в конфессиональной группе...	Открытость изменениям - Сохранение	Самоотдача - Самоутверждение	Безопасность	Конформность-Традиция	Самоотдача	Самостоятельность	Риск-Новизна	Гедонизм	Самоутверждение
Католицизм	0,14	0,02	0,07	0,14	0,04	-0,06	-0,10	-0,08	-0,07
Протестантизм	0,06	-0,10	-0,04	0,06	0,11	0,04	-0,04		-0,13
Православие	0,11	0,19	0,11	0,11	-0,06	-0,12	-0,10	-0,15	0,10
Другие христиане	0,03	-0,02		0,02	0,02			-0,02	-0,03
Иудаизм		0,03	0,01		-0,05		-0,04	0,02	0,05
Ислам	0,05	0,10	0,02	0,08	-0,06	-0,08	-0,04	-0,05	0,08
Восточные религии	-0,01	-0,03	-0,02	0,02	0,02	0,02	0,02		
Другие нехристиане		-0,01	-0,01		0,01				
Не принадлежит к конфессии	-0,13	-0,10	-0,09	0,13		0,08	0,11	0,11	
Степень религиозности без разделения на конфессии	0,26	0,10	0,11	0,26	0,04	-0,14	-0,18	-0,19	-0,05

Минимальный N=56563. Приведены только значимые корреляции ($p < 0,01$)

5.1.3. Признаки, которые являются скорее следствиями жизненных ценностей.

В этом разделе мы опишем взаимосвязи ценностей с признаками, которые с большей степенью вероятности, по нашему предположению, являются следствиями, а не детерминантами жизненных ценностей (хотя гарантии этого нет). В объяснительную модель эти переменные включаться не будут, поэтому ограничимся лишь кратким обзором их связей с ценностями, представленным в таблице 5.2.

В таблице отражено множество различных взаимосвязей ценностей с другими переменными и мы видим, что ценности взаимосвязаны почти со всеми типами внешних и внутренних характеристик индивидов. Важность ценностей Сохранения (в ущерб Открытости изменениям) положительно связана со вступлением в брак, наличием и количеством детей, с негативным эмоциональным состоянием, с участием в национальных выборах и с патерналистскими установками; ценности Открытости изменениям сильнее выражены у тех респондентов, которые живут с партнером вне брака,

Таблица 5.2. Корреляции между ценностными осями и некоторыми другими переменными

	Открытость изменениям - Сохранение	Самоотдача - Самоутверждение
Брачность/детность		
состоит в браке*	0,15	
живет с партнером*	-0,09	-0,08
в разводе*		-0,06
не в браке по другим причинам*	-0,17	-0,04
количество детей	0,13	-0,03
наличие детей*	0,31	0,04
Субъективное состояние		
удовлетворенность материальным положением	-0,10	-0,22
удовлетворенность работой		-0,11
удовлетворенность жизнью в целом	-0,09	-0,19
субъективный уровень здоровья	-0,26	-0,13
субъективный уровень счастья	-0,09	-0,19
эмоциональное состояние: грустили на прошлой неделе	0,11	0,14
Социальное и политическое участие		
участие в социальной активности (по сравнению со своими сверстниками)	-0,17	-0,13
встречи с коллегами/друзьями/родственниками	-0,21	-0,15
интерес к политике	-0,01	-0,15
голосовал на последних выборах*	0,19	-0,03
подписывал петицию за последний год*	-0,08	-0,21
Другое		
нормы брачности: одобрение сожительства мужчины и женщины без вступления в брак	-0,24	-0,24
толерантность к гомосексуалистам: должны иметь право вести тот образ жизни, который соответствует их взглядам	-0,18	-0,30
толерантность к иммигрантам: разрешить приезжать многим	-0,11	-0,17
патернализм: государство должно отвечать за обеспечение достойной жизни людям в старости	0,15	0,07
социальное доверие: большинство людей постараются вести себя честно (а не "использовать меня")	-0,03	-0,20

Приведены только коэффициенты, значимые на уровне $p < 0,01$

* Дихотомическая переменная

более удовлетворены, счастливы и здоровы, активнее участвуют в политической и социальной жизни, обладают толерантными установками. Ценности, описываемые другой осью, также значимо коррелируют с этими переменными: чем более значимы ценности *Самоутверждения*, тем более вероятно неудовлетворенное состояние (материальным положением, работой, жизнью в целом), низкий уровень здоровья и счастья, менее

позитивное эмоциональное состояние, низкий уровень социального и политического участия, менее толерантные установки относительно сожительства без брака, относительно гомосексуалистов и эмигрантов, меньшее доверие людям. Тяготение к противоположному полюсу – ценностям *Самоотдачи* – характеризуется противоположными тенденциями.

5.1.4. Модель детерминации базовых жизненных ценностей

В предыдущих разделах подробно описано влияние и связь отдельных признаков-характеристик респондента с базовыми ценностями. В то же время известно, что многие из этих показателей закоррелированы между собой и/или связь между ними и ценностями может объясняться какими-то третьими переменными. Для того чтобы оценить собственный «вклад» каждого из признаков, очищенный от влияния других и сравнить их с влиянием страны проживания, необходимо включить все эти признаки в одну общую модель. Основные гипотезы о направлении влияния были получены при предварительном анализе литературы и на основе двухмерных распределений, описанных в предыдущем разделе. На рисунке 5.11 они сведены в единую схему.

Теоретическая модель. В верхней части схемы расположены безусловные детерминанты базовых ценностей, те характеристики, на которые сам респондент не мог повлиять и, значит, связь между ними и ценностями может быть проинтерпретирована только в одном направлении – это характеристики родительской семьи, а также пол и возраст.

В нижней части схемы представлены характеристики, которые могли стать результатом актуализации ценностей, но также могли и повлиять на возникновение или актуализацию ценностей, то есть связь между ними и ценностями неопределенна. Среди них есть переменные, вероятность «причинности» которых по отношению к ценностям сильно различается – например, уровень образования скорее причина определенных ценностей, тогда как уровня дохода или занятия на данный момент это не столь вероятно. В нашей модели эти переменные входят во вторую группу и включаются в регрессию на втором шаге.

Ключевой интерес для нас в этой модели представляет влияние на ценности проживания в одной из европейских стран. Мы рассматриваем проживание в стране как детерминанту базовых ценностей (хотя ценности и могут заставить переехать в конкретную страну), поскольку каждая страна представляет собой уникальное сочетание социальных, экономических, политических и культурных условий жизни индивида. В данной модели страна рассматривается как целостный признак, в виде 32 дамми-

признаков (дихотомических переменных, соответствующих количеству стран), без разделения на количественные показатели упомянутых компонентов.

На схеме присутствует также еще один блок показателей, которые являются скорее следствиями ценностей (конечно, не только ценностей), чем причинами; в модель они включены не будут. Рассмотрение влияния базовых ценностей на социальные установки, переменные, характеризующие эмоциональное состояние, различные удовлетворенности, а также поведение индивидов – такое как социальное и политическое участие – представляют чрезвычайно широкое поле для исследования и должны быть рассмотрены вне рамок данной работы.

Общая логика теоретической модели. Базовые ценности являются одной из важнейших субъективных структур, регулирующих содержание мотивационной сферы индивида. Ценности формируются в начале жизни, в процессе социализации через родителей, окружающую культурную и социальную среду. Ценности достаточно устойчивы, но могут меняться в течение жизни. Эти изменения связаны, с одной стороны, с этапом жизненного пути, со степенью социализированности, с индивидуальными ресурсами и принадлежностью к социально-профессиональной группе, а с другой стороны – с макро-факторами, такими как изменение характеристик страны проживания.

На основании этих предпосылок мы предполагаем, что основное влияние на ценности будут оказывать переменные, описывающие условия первичной социализации индивида: параметры родительской семьи, пол, возраст, страна проживания. Меньшее воздействие будут оказывать переменные, возникающие в течение дальнейшей жизни индивида, изменение которых в силах индивида, это образование, профессия, доход, тип населенного пункта, религиозная принадлежность. Также предполагается, что возникновение различных социальных установок, уровня доверия, удовлетворенностей и многих других субъективных переменных являются следствием базовых ценностей (но не только).

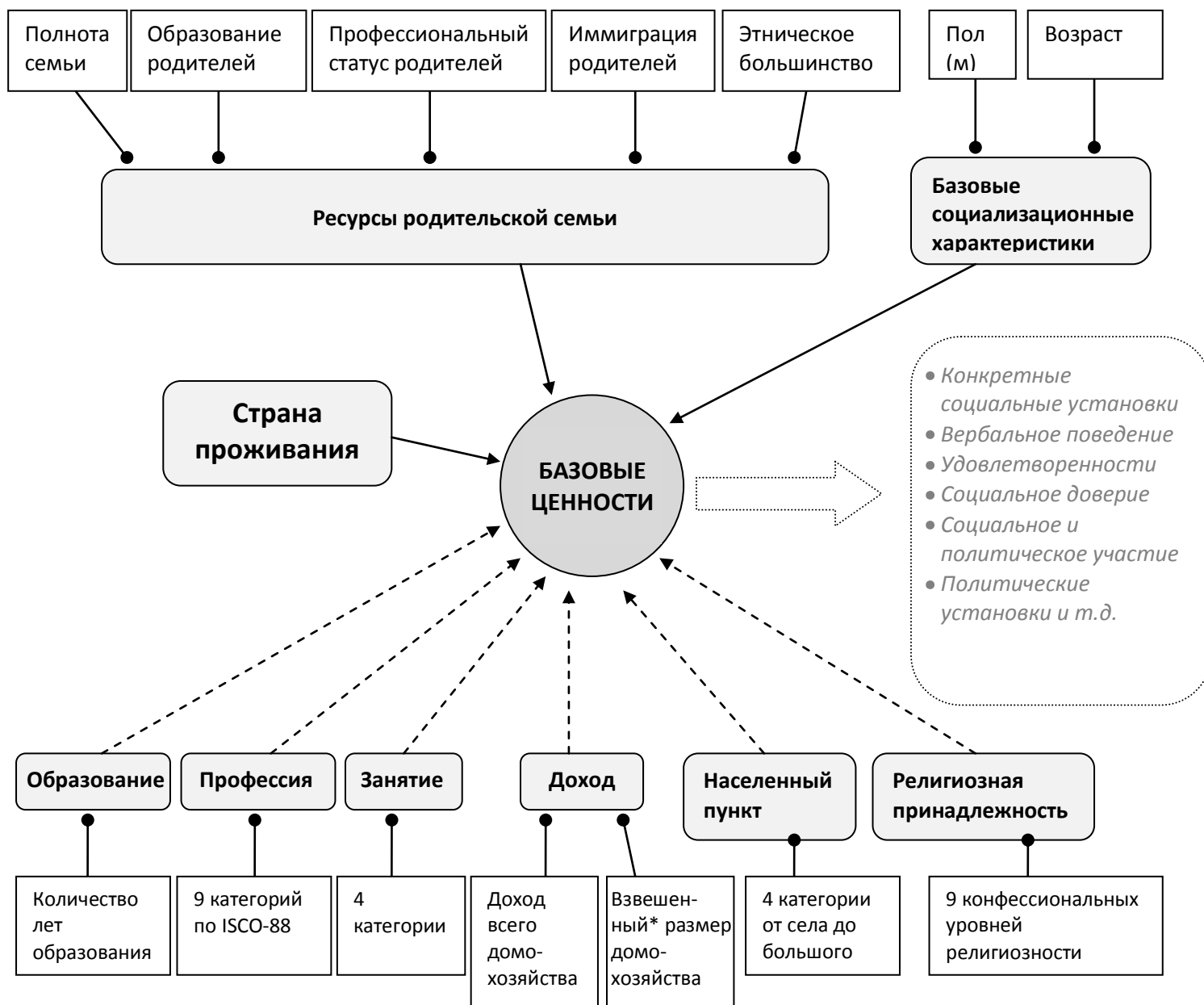


Рисунок 5.11. Теоретическая модель детерминации базовых ценностей. В прямоугольниках со скругленными углами показаны детерминанты, в прямоугольниках показаны эмпирические индикаторы

Эмпирическая модель. Преимущество большой модели в том, что появляется возможность зафиксировать влияние отдельных переменных при контроле максимального количества других переменных. Неудобно же это тем, что такой совокупный анализ суммирует все пропущенные значения. При включении же всех описанных переменных,

массив сокращается на 44%, что недопустимо³⁸. Поэтому вместо создания одной общей модели были построены три модели, включающих различный набор показателей.

Первая модель включает минимальное количество показателей – лишь пол, возраст, параметры родительской семьи, а также страновую принадлежность индивида. Эта модель является **основной**, поскольку включает в себя переменные, не зависящие от респондента. Вторая модель – расширенная, включает, помимо перечисленных, образование, религиозность и тип поселения, в котором живет респондент; а третья модель – полная – плюс к указанным, включает профессию, занятие и доход респондента, то есть все упомянутые признаки. Эти модели нужны для оценки влияния переменных, которые могут и не являться предикторами ценностей. Вторая и третья модель разделены по принципу сокращения размера выборки: во вторую модель не вошли признаки с большим количеством пропущенных значений, а в третью они включены. Итак, для каждого ценностного показателя в качестве зависимой переменной было построено по три модели с различными наборами показателей. Оценки качества этих моделей приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3. Показатели качества трех типов регрессионных моделей, зависимыми переменными в которых выступают поочередно две ценностные оси и 7 ценностных индексов.

	Модель 1. Пол, возраст, ресурсы родителей, страны		Модель 2. +образование, религия, тип поселения		Модель 3. +занятие, профессия, доход	
	R2	N	R2	N	R2	N
Ось «Открытость изменениям – Сохранение»	0,27	51050	0,29	47766	0,28	32836
Ось «Самоотдача – Самоутверждение»	0,20	51050	0,22	47766	0,23	32835
Безопасность	0,15	49577	0,16	46388	0,18	31908
Традиция-Конформность	0,23	49636	0,28	46442	0,27	31941
Самоотдача	0,15	49665	0,16	46467	0,15	31954
Самостоятельность	0,07	49497	0,10	46316	0,10	31880
Риск-новизна	0,17	49546	0,18	46366	0,16	31901
Гедонизм	0,21	49546	0,22	46368	0,23	31896
Самоутверждение	0,19	49663	0,19	46466	0,20	31951

³⁸ Для основной модели был предпринят анализ пропущенных значений, показавший, что ценности не включенных в эту модель индивидов (14% всей выборки) имеют нормальное распределение и не имеют значимых отличий от средних ценностных показателей среди включенных в модель респондентов.

Качество моделей не превышает 0,3; это означает, что введенные в модель переменные объясняют не более 30% дисперсии каждого ценностного показателя. Теоретически, это очень небольшой уровень объяснительной силы, однако практика показывает, что на больших и кросс-культурных массивах данных ошибка измерения становится очень большой и достижение значения R^2 , равного 0,3 на индивидуальном уровне является показателем вполне удовлетворительного качества модели³⁹.

5.2. Результаты регрессионного анализа

В качестве **основной** рассмотрим первую модель, используя данные из 2 и 3 моделей в качестве вспомогательных. Регрессионные коэффициенты для основной модели приведены в таблице 5.4.

Влияние пола и возраста подтвердилось: принадлежность к мужскому полу (по сравнению с принадлежностью к женскому) усиливает ценности *Открытости изменениям* и *Самоутверждения*, и, наоборот, делает менее значимыми ценности *Сохранения* и *Самоотдачи*; более старший возраст делает более значимыми ценности *Сохранения* и *Самоотдачи*. В более полных моделях (второй и третьей, полный список коэффициентов приведен в Приложении, таблицы 7 и 8) коэффициенты пола и возраста для оси *Открытость изменениям – Сохранение* немного уменьшаются, но сохраняют знак и значимость; а вот для оси *Самоотдачи – Самоутверждения* коэффициент при возрасте становится незначимым при добавлении в модель показателей уровня образования респондента и его религиозной принадлежности. Это указывает на то, что **ценностная ось Самоотдачи – Самоутверждения характеризует именно культурные различия, слабо связанные с первичной социализацией и демографическими характеристиками.**

Влияние характеристик родительской семьи подтвердилось лишь частично. Как и предполагалось, более высокий уровень образования родителей действительно повышает значимость ценностей *Открытости изменениям* (*Риск-новизна*, *Гедонизм*) в ущерб ценностям *Сохранения* (*Безопасность* и *Традиция-Конформность*) и повышает значимость ценностей *Самоутверждения*, но не влияет на ценности *Самоотдачи*. Высокий профессиональный статус родителей, как и предполагалось, усиливает значимость ценностей *Открытости изменениям* в ущерб ценностям *Сохранения*, а также усиливает ценности *Самоотдачи* относительно ценностей *Самоутверждения* (но только по ценностной оси, по отдельным индексам *Самоотдачи* и *Самоутверждения* влияние этого показателя не значимо). Наполовину подтвердилась гипотеза о том, что

³⁹ Если сократить массив до небольшого и монокультурного, скажем, российского, то показатель качества этой модели вырастает до 0,38 для ценностной оси *Открытость изменениям – Сохранение*.

Таблица 5.4. Стандартизованные бета-коэффициенты основных регрессионных моделей, в которых зависимые переменные – две ценностных оси и 7 ценностных индексов. Приведены только значимые на уровне 0,01 коэффициенты.

	Открытость изменениям - Сохранение	Самоотдача - Самоутверждение	Безопасность	Традиция- Конформность	Самоотдача	Самостоятель- ность	Риск-новизна	Гедонизм	Самоутверждение
Пол (мужской)	-0,13	0,08	-0,09	-0,05	-0,14	0,05	0,08	0,05	0,12
Возраст респондента	0,42	0,03	0,21	0,38	0,20	-0,07	-0,36	-0,31	-0,21
Образование родителей	-0,07	-0,03	-0,08	-0,08		0,06	0,04	0,01	0,05
Родители - руководители	-0,05	-0,05	-0,05	-0,06		0,07	0,03	0,03	
Родители - эмигранты	0,02		0,03			-0,02	-0,02	-0,02	0,02
Этническое меньшинство	0,03	0,04	0,02	0,05		-0,04	-0,02	-0,03	
Полнота семьи									
Россия - контрольная группа									
Австрия	-0,09	-0,15	-0,11	-0,10	0,06	0,08	0,05	0,17	-0,08
Бельгия	-0,02	-0,17	-0,12		0,08		0,05	0,16	-0,14
Болгария		-0,06		0,03	0,02	-0,05	0,05	0,04	-0,08
Великобритания	-0,04	-0,17	-0,09	-0,03	0,08	0,04	0,09	0,10	-0,14
Венгрия	-0,03	-0,11	-0,01	-0,06	0,01	0,03	0,02	0,16	-0,08
Германия	-0,05	-0,20	-0,12	-0,05	0,10	0,10	0,04	0,15	-0,13
Греция	0,05	-0,06	-0,03	0,05	0,02	-0,04	0,02	0,06	-0,08
Дания	-0,06	-0,18	-0,19	-0,04	0,10	0,07	0,06	0,15	-0,13
Израиль	-0,05	-0,09	-0,06	-0,04		0,04	0,02	0,12	-0,04
Ирландия		-0,12	-0,06		0,06	0,05	0,06	0,02	-0,11
Исландия	-0,03	-0,12	-0,08	-0,03	0,08	0,03	0,05	0,08	-0,09
Испания	0,06	-0,18	-0,03	0,02	0,12	0,03		0,07	-0,19
Кипр		-0,08			0,02	0,03	0,03	0,06	-0,09
Латвия	-0,09		-0,05	-0,04	-0,08		0,09	0,09	
Люксембург		-0,16	-0,06	0,02	0,09	0,03	0,05	0,09	-0,17
Нидерланды	-0,08	-0,17	-0,16	-0,04	0,06	0,08	0,1	0,15	-0,13
Норвегия	-0,02	-0,13	-0,12		0,08	0,05	0,07	0,05	-0,12
Польша	0,04	-0,04	-0,04	0,07	0,04		0,03	-0,03	-0,07
Португалия	-0,03	-0,10	-0,08	-0,02	0,04		0,05	0,09	-0,06
Румыния	-0,02	0,04	-0,06	0,02	-0,03		0,03		0,03
Словакия		-0,02	-0,03	0,05			0,04		-0,06
Словения	-0,03	-0,10	-0,10			0,02	0,07	0,11	-0,08
Турция	0,06	-0,01	-0,05	0,09		-0,04	-0,02		-0,04
Украина			-0,02	0,03	0,03	-0,02			-0,04
Финляндия		-0,18	-0,07		0,11	0,06	0,08	0,08	-0,18
Франция		-0,27	-0,12	-0,02	0,16	0,02	0,06	0,18	-0,22
Чехия	-0,03	-0,08	-0,06	0,02		0,05	0,07	0,09	-0,11
Швейцария	-0,04	-0,23	-0,13	-0,07	0,12	0,09	0,04	0,16	-0,14
Швеция	-0,07	-0,19	-0,18	-0,03	0,09	0,07	0,08	0,15	-0,14
Эстония (р)	-0,02	-0,01	-0,02				0,01	0,03	
Эстония (э)		-0,12	-0,04		0,06	0,04	0,06	0,05	-0,12
R²	0,27	0,20	0,15	0,23	0,15	0,07	0,17	0,21	0,19

принадлежность к этническому меньшинству и принадлежность родителей к эмигрантам ограничивает ресурсы респондента, что отражается на большей значимости ценностей *Сохранения* и *Самоутверждения*. На уровне индексов значимо увеличиваются лишь ценности *Сохранения* и уменьшаются ценности *Открытости изменениям*, но эти два показателя не влияют на ценности *Самоотдачи* и *Самоутверждения*. И, наконец, самым неожиданным результатом стало то, что мы считали главным ресурсом родительской семьи – полнота семьи, как показывает анализ, не влияет на ценности респондента при контроле других характеристик семьи⁴⁰. В расширенных моделях значимости и знаки коэффициентов при описанных признаках сохраняются (лишь в третьей модели, в которую включены доход, занятие и профессия респондента, коэффициент признака "родители-эмигранты" становится незначимым). В целом же можно сказать, что ресурсы родительской семьи действительно повышают значимость ценностей *Открытости изменениям* и *Самоотдачи*, в ущерб ценностям *Сохранения* и *Самоутверждения*. При этом полнота семьи как таковая, видимо, не является ресурсом для формирования подобных ценностей.

Влияние принадлежности к стране на базовые ценности респондентов при контроле основных демографических характеристик и ресурсов родительской семьи оказалось даже более отчетливым, чем при анализе средних по странам. Контрольной группой в данной модели выступала Россия, значит, регрессионные коэффициенты указывают на отличие ценностей представителей различных стран от ценностей россиян. Можно сказать, что эти коэффициенты отражают направление и силу ценностных изменений, которые произошли бы с человеком, если бы, при прочих равных, он переехал из России в одну из анализируемых стран (или не переехал бы, а родился бы и вырос).

По оси *Открытость изменениям* – *Сохранение* незначимые коэффициенты имеют 8 стран (Болгария, Ирландия, Кипр, Люксембург, Украина, Финляндия, Франция и эстоноязычное население Эстонии), отличаются "в сторону" ценностей *Сохранения* (то есть имеют положительные коэффициенты) лишь 4 страны – Греция, Польша, Турция и Испания), проживание же в любой из остальных стран увеличивает значимость ценностей *Открытости изменениям* относительно проживания в России. При добавлении в модель признаков религиозной принадлежности, образования и типа поселения (расширенная модель), пропадают значимые коэффициенты при Греции, Польше и Турции и появляются значимые коэффициенты при Болгарии, Финляндии, Франции и Ирландии. Во-первых, это указывает на то, что за отличиями Греции, Польши и Турции от России (по ценностям

⁴⁰ Этот результат не связан с проблемой мультиколлинеарности характеристик родительской семьи: корреляция признака полноты семьи с другими параметрами не превышает 0,07, VIF не превышает 1,007

Открытости-Сохранения) стоят не межстрановые различия, а различия в уровне образования, урбанизации, религиозной принадлежности и уровне религиозности. Во-вторых, различия в уровне образования респондентов, месте жительства и религиозности, создали иллюзию единства ценностей россиян и жителей Финляндии, Франции и Ирландии, и только при контроле этих признаков, ценностные различия между Россией и указанными странами смогли проявиться.

По оси *Самоотдача – Самоутверждение* различия также заостряются. Так, незначимы коэффициенты только у Латвии и Украины (в расширенных моделях добавляется также русскоязычное население Эстонии), а положительный коэффициент лишь у одной страны – Румынии. Все остальные страны значимо отличаются в сторону большей важности ценностей *Самоотдачи*, даже при расширении модели, позволяющей контролировать наиболее важные социально-демографические признаки.

Особое внимание стоит обратить на различия величин коэффициентов при странах по одной ценностной оси и по другой. По оси *Открытости – Сохранения* регрессионные коэффициенты значительно меньше при странах и значительно больше при других социально-демографических признаках, таких как пол, возраст, а в расширенных моделях также уровень религиозности, занятие, доход и другие (за исключением образования респондента), а по оси *Самоотдачи – Самоутверждения*, наоборот, значительно выше коэффициенты при странах и уровне образования. Это указывает на различный характер детерминации различных ценностей.

Чтобы точнее оценить разницу в детерминации двух ценностных осей, мы создали две регрессионных модели, первая из которых включает только пол и возраст, вторая – только страновую принадлежность и третья – включающая пол, возраст и страну. Оказалось, что для ценностной оси *Открытость изменениям – Сохранение* пол и возраст являются основными детерминантами, и включение в модель признака принадлежности к стране увеличивает качество модели R^2 лишь на 0,04 (размер выборки в этом случае не меняется). В то же время для ценностей *Самоотдачи – Самоутверждения* пол и возраст имеют очень слабую детерминирующую силу – качество модели, в которую включены только пол и возраст крайне низко и составляет 0,004, но если в модель включается признак страны, то качество резко возрастает до 0,20, при этом ни одна другая переменная не обладает таким влиянием на качество модели, описывающей ось *Самоотдачи – Самоутверждения*. Таким образом, ценности, описываемые осью *Открытости – Сохранения*, связаны прежде всего с социально-демографическими характеристиками респондента и слабо – с его страновой принадлежностью, тогда как ценности *Самоотдачи*

– *Самоутверждения* связаны именно с межстрановыми различиями и очень слабо – полом и возрастом.

Итак, одна ценностная ось (*Открытость – Сохранение*) описывает более фундаментальные различия базовых ценностей респондентов, связанные с первичной социализацией, малыми группами и другие сугубо *индивидуальные* особенности, другая же ось (*Самоотдача – Самоутверждение*) описывает по большей части различия более высокого порядка, связанные с целыми обществами и образование оказывается значимым по этой оси не случайно – потому что именно различия в уровне образования людей создают различия, похожие на межстрановые.

Стоит отметить, что знак и величина коэффициентов в моделях, зависимыми переменными в которых выступают 7 ценностных индексов, не противоречат и в целом подтверждают сделанные выше выводы по соответствующим независимым переменным.

Влияние на ценности других переменных, включенных только в расширенные модели, также в целом подтвердило полученные на в двухмерном анализе результаты. Характер влияния образования респондента на его ценности остался тем же; даже при контроле пола, возраста, страны проживания и множества других характеристик респондента – более высокий уровень образования связан с большей важностью ценностей *Самоотдачи* (в ущерб ценностям *Самоутверждения*) и большей важностью ценностей *Открытости изменениям* (особенно – ценности *Самостоятельности*, в ущерб ценностям *Сохранения*).

Профессия респондента, при контроле его образования и десятка других характеристик влияет на ценности респондентов почти так же, как это было продемонстрировано выше без контроля других параметров. Все профессиональные группы относительно руководителей (они выступали контрольной группой) отличаются более высокой значимостью ценностей *Сохранения*, в ущерб ценностям *Открытости изменениям*; специалисты высшего и среднего уровня квалификации отличаются от группы руководителей большей значимостью ценностей *Самоотдачи*, остальные группы имеют незначимые коэффициенты, но по ценностному индексу *Самоутверждения* все группы отличаются от руководителей меньшей значимостью этих ценностей, при этом по индексу *Самоотдачи* таких отличий нет (не считая двух упомянутых групп специалистов). Занятие респондента, как и предполагалось, связано прежде всего с ценностями *Открытости изменениям – Сохранения*, – получающие образование отличаются от тех, кто занят на оплачиваемой работе (контрольная группа) большей значимостью *Открытости изменениям*, а те, кто занят домашним хозяйством, на пенсии или нетрудоспособен, наоборот, отличаются большей значимостью ценностей

Сохранения. Помимо этого, контроль других переменных в большой модели позволил выявить различия по оси *Самоотдачи* – *Самоутверждения*: получающие образование отличаются большей значимостью ценностей *Самоутверждения*, а занятые домашним хозяйством, пенсионеры и нетрудоспособные – большей значимостью *Самоотдачи*.

Индивидуальный доход респондента (доход домохозяйства при контроле размера домохозяйства) как и предполагалось, положительно связан с ценностями *Открытости изменениям*. Что касается другой ценностной оси, то зафиксированные выше два типа соотношения ценностей и дохода (увеличение ценностей *Самоотдачи* с возрастанием дохода в больших домохозяйствах и ослабление этих ценностей с возрастанием дохода в небольших средне- и высокообеспеченных домохозяйствах) суммировались в регрессионной модели в коэффициенте, указывающем на позитивную связь дохода с ценностями *Самоутверждения* и негативную – с ценностями *Самоотдачи*. С одной стороны, в этом результате зафиксирована именно суммарная тенденция связи, с другой стороны – этот результат очищен от влияния страны проживания, образования, ресурсов родительской семьи и других характеристик респондента. В целом, материальная обеспеченность респондента непротиворечиво усиливает ценности *Открытости изменениям* и *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Сохранения* и *Самоотдачи*).

Влияние проживания в определенном типе населенного пункта очень слабо влияет на ценности: чем меньше населенный пункт, тем важнее ценности *Сохранения* (и меньше – *Открытости изменениям*), а при контроле профессии, занятия и дохода респондента, даже эта слабая тенденция пропадает.

Религиозность представителей различных конфессий при контроле других признаков оказалась несколько иной, чем при простом «двухмерном» анализе. Так, оказалось, что нет никаких существенных различий между религиозностью людей основных европейских конфессий (католики, протестанты, православные, мусульмане, иудаисты): все более религиозные люди сильнее тяготеют к ценностям *Сохранения* и *Самоутверждения*, чем менее религиозные. Коэффициенты одинаковы по знаку, но различаются по размеру. Так, религиозность протестантов и иудаистов в наименьшей степени связана с ценностями *Самоутверждения*, а религиозность католиков в наибольшей степени связана со стремлением к ценностям *Сохранения* (преимущественно *Традиции-Конформности*).

Итак, намеченные с помощью двухмерного анализа и скорректированные регрессионными моделями влияния различных переменных на базовые ценности в целом оказались соответствующими намеченным гипотезам. Получили подтверждение гипотезы о высокой значимости влияния страны проживания на ценности индивидов. Также были

обнаружены влияния на ценности различных характеристик респондента на его ценности. Однако этот анализ проводился среди представителей различных стран Европы, что, с одной стороны, помогло выявить универсальные детерминанты ценностей, а с другой – увеличивало ошибку измерения и в некоторой степени усреднило полученные результаты. Мы повторили регрессионный анализ только на российских данных для того, чтобы снизить уровень ошибки, уточнить влияние этих переменных на базовые ценности именно в России и сравнить эти влияния с зафиксированными по Европе в целом.

5.3. Российская модель детерминации ценностей

Чтобы иметь возможность сравнивать влияния различных переменных на ценности в России и в Европе в целом, набор независимых переменных для российской модели остался тем же (признак страны проживания, естественно, был исключен), в качестве независимых переменных выступали две ценностные оси⁴¹. Из трех моделей наилучшие показатели качества модели дала вторая – расширенная. В Приложении, таблица 9, приведены коэффициенты и показатели качества трех типов регрессионных моделей.

1. Российская модель, в которой зависимая переменная – ценностная ось *Открытость изменениям – Сохранение*, обладает большей объяснительной силой, чем общеевропейская ($R^2=0,34$, а в европейской лишь 0,27 для основной модели), что в очередной раз подчеркивает сугубо индивидуальную детерминацию этих ценностей. А вот российская модель, в которой зависимой переменной выступает ось *Самоотдача – Самоутверждение*, наоборот, обладает крайне низкой объяснительной силой, не превышающей $R^2=0,04$, что связано с отсутствием признака «страны» в этой модели и, в свою очередь, подчеркивает «страновую» детерминированность этих ценностей.

2. Большинство регрессионных коэффициентов в российской модели оказались незначимыми, что связано, видимо, с сокращением выборки и вытекающим отсюда сокращением разнообразия индивидов по указанным признакам. Все значимые коэффициенты в российских моделях совпадают по знаку и по относительной (друг относительно друга) величине с теми, что получены в общеевропейской модели. В расширенной модели, описывающей детерминанты оси *Открытость изменениям – Сохранение* значимыми оказались коэффициенты признаков пола, возраста, образования респондента, образования родителей, религиозности православных, «других христиан» и мусульман, а также проживания в сельской местности относительно проживания в большом городе. В модели, описывающей ценности *Самоотдачи – Самоутверждения*, значимы лишь коэффициенты признаков возраста, образования респондента,

⁴¹ Более подробный анализ внутрироссийских детерминант ценностей с использованием 7 ценностных индексов не включен, поскольку это не входит в круг задач данного исследования.

принадлежности родителей к руководителям, религиозность мусульман и «других нехристиан».

Характеристики российской модели детерминации ценностей целиком повторили параметры общеевропейской модели, что говорит о сходном характере влияния указанных переменных на базовые ценности как среди россиян, так и среди других европейцев. Этот важный вывод следует зафиксировать, хотя проблема сравнения влияний характеристик респондента на ценности в разных странах затронута лишь частично и требует дальнейшей детальной проработки.

Заключение

В результате проведенного исследования установлен ряд фактов и закономерностей, касающихся базовых ценностей россиян и их сходств и отличий от ценностей населения других европейских стран.

1. Первая группа фактов получена в результате анализа агрегированных («страновых») данных и касается **ценностей среднего россиянина**. В *иерархии* его ценностей на первом месте находится *Безопасность*, затем следуют *Самоотдача*, *Самостоятельность* и *Конформность-Традиция*, далее идет *Самоутверждение*, а две наименее значимые для россиян ценности – это *Гедонизм* и *Риск-Новизна*. Российская иерархия ценностей похожа на иерархии ценностей большинства европейских стран. Некоторые заметные *отличия* имеются с Данией, Швецией, Францией, Нидерландами, Исландией, Бельгией и Австрией. Различия эти проявляются, в частности, в том, что в России (как и в других постсоциалистических странах) *Безопасность* ценится выше *Самоотдачи*, а *Самоутверждение* – выше *Риска-новизны*, в то время, как в упомянутых странах соотношение ценностей обратное.

Если сравнить среднего россиянина со средними представителями других европейских стран *по каждой из* перечисленных выше *ценностей*, то выясняется, что по 5 из 7 ценностей. Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции в этом европейском диапазоне. Россия превосходит большинство стран по выраженности ценности *Безопасность*, входящей в категорию *Сохранение*, но занимает среднее положение по выраженности ценности *Конформность-Традиция*, также входящей в эту категорию. По выраженности ценностей *Риск-новизна* и *Гедонизм*, входящих в категорию *Открытость изменениям*, Россия, наоборот, уступает большинству стран, по ценности *Самостоятельности*, входящей в эту же категорию, занимает средне-низкое положение. Ценности *Самоутверждения* выражены у россиян сильнее, чем у жителей большинства других рассматриваемых стран, а ценности *Самоотдачи*, наоборот, слабее, чем в большинстве других стран. В то же время, средний россиянин не имеет статистически значимых различий по каждой из ценностей со средними представителями некоторого числа других стран, как правило, постсоциалистических.

Эти выводы относились к ценностным показателям «второго уровня». Показатели «третьего уровня» были получены путем факторизации исходных ответов на вопросы анкеты, это интегральные ценностные параметры (оси) *Открытость изменениям* – *Сохранение* и *Самоутверждение* – *Самоотдача*. Средний россиянин характеризуется срединным положением по ценностному параметру *Открытость изменениям* –

Сохранение и одной из самых высоких ориентаций на ценности *Самоутверждения* (в ущерб ценностям *Самоотдачи*). При этом по своему положению на оси *Открытость изменениям* – *Сохранение* средний россиянин похож на представителей большого числа других стран, а по ценностям *Самоотдачи* – *Самоутверждения* средний россиянин гораздо более своеобразен: по этому интегральному показателю он не отличается лишь от средних представителей Латвии, Украины, Турции и русскоязычной части Эстонии.

В итоге можно представить сегодняшнего среднего россиянина, как человека, для которого, *в сравнении с жителями большинства других европейских стран*, характерна более высокая осторожность и более выраженная ценность защиты со стороны сильного государства; у которого слабее выражены ценности новизны, творчества, свободы и самостоятельности и которому менее свойственна склонность к риску, стремление к веселью и удовольствиям. У него сильнее выражено стремление к богатству и власти, к личному успеху и социальному признанию. Сильная ориентация на личное самоутверждение оставляет в сознании этого человека меньше, чем у представителей других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает.

2. Вторая группа фактов получена **при сравнении стран с учетом ценностной неоднородности населения каждой из них.**

Классификация всех участвовавших в исследовании респондентов, осуществленная только на основе их ценностей (и вне зависимости от того, к какой стране они принадлежат), позволила объединить респондентов в четыре кластера.

В каждом из четырех кластеров оказались представители всех стран и наоборот – жители каждой из 31 страны представлены во всех кластерах. Большинство россиян попали в первый (36%) и третий (45%) кластеры, ценностные характеристики которых соответствуют приведенному выше ценностному портрету среднего россиянина. В то же время обнаруживается и значимое меньшинство россиян – представители второго и четвертого кластеров, составляющие 20% российской выборки, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности: каждый шестой россиянин (14% российской выборки) входит во второй ценностный кластер, где сильно выражены ценности *Открытости изменениям*, и еще 6% – в четвертый, где сильно выражены ценности *Самоотдачи* (эти кластеры заметнее представлены в западноевропейских странах).

Таким образом, благодаря переходу со странового на индивидуальный уровень анализа и построению классификации отдельных респондентов удалось, во-первых,

расщепить образ «среднего россиянина» и показать, что в составе *российского большинства* имеется два ценностных подтипа. И во-вторых, удалось обнаружить две группы *ценностных меньшинств*, которые радикально отличаются по своим ценностям от доминирующих в России ценностных типов, но к которым тем не менее принадлежит каждый пятый россиянин. Подобный «разброс» населения по кластерам не является уникальным для России, в похожей ситуации находится также ряд пост-социалистических стран.

Российское ценностное меньшинство состоит из более молодых, образованных и более обеспеченных групп населения, в то время как среди представителей первого кластера (в наибольшей степени приверженных ценностям *Сохранения*) больше пожилых, менее образованных и малообеспеченных.

3. Третья группа фактов относится к **влиянию страновых и социально-демографических показателей на выявленные ценностные различия**. С помощью множественного регрессионного анализа была предпринята попытка отделить (“очистить”) *собственно межстрановые ценностные* различия между Россией и другими странами от различий, вызванных неодинаковым социально-демографическим *составом населения*; а также сравнить силу влияния страновой принадлежности с влиянием социально-демографических характеристик.

Оказалось, что при контроле за социально-демографическими характеристиками респондентов различия между ценностями россиян и жителей других европейских стран, обнаруженные ранее по результатам сравнения средних (с помощью процедуры ANOVA), не просто сохранились, но стали еще более отчетливы. В отношении ценностного фактора *Открытость изменениям – Сохранение* регрессионный анализ показал, что различия в социально-демографическом составе населения сглаживают ценностные различия по данному параметру. А если социально-демографические параметры контролируются, то отличие ценностей россиян от других европейцев по этому параметру становится существенно сильнее, подчеркивая бóльшую значимость ценностей *Сохранения* и меньшую – *Открытости изменениям*.

Контроль социально-демографических характеристик респондента по второй ценностной оси не столь существенно повлиял на выявленные ценностные особенности россиян. Эта проверка подтвердила полученные с помощью сравнения средних выводы о том, что ценности россиян сдвинуты относительно населения большинства других европейских стран в сторону бóльшей значимости *Самоутверждения* и меньшей – *Самоотдачи*.

Обнаружено также, что два ценностных параметра, *Открытость изменениям* – *Сохранение* и *Самоотдача* – *Самоутверждение*, принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. В отношении выраженности ценностного параметра *Открытость изменениям* – *Сохранение* более сильными детерминантами оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность влияет в меньшей степени. Что же касается значений ценностного фактора *Самоотдача* – *Самоутверждение*, то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Таким образом, если оставить в стороне другие показатели, то получается, что для предсказания ориентации по оси *Открытость-Сохранение* нужно прежде всего знать возраст и пол респондента, а для предсказания его ориентации по оси *Самоотдача* – *Самоутверждение* важнее всего знать, в какой стране он живет.

* * *

В работе, в целом, подтверждены выдвинутые гипотезы, однако получены и незапланированные результаты, а те, что ожидались, иногда тоже оказались более сложными. Так, например, гипотеза о том, что россияне отличаются от большинства европейцев большей выраженностью ценностей материального благополучия и безопасности, в целом, подтвердилась, однако в ходе анализа было выявлено ценностное меньшинство, которое, являясь частью населения России, отличается *меньшей, чем многие европейцы*, выраженностью указанных ценностей, и, наоборот, большей приверженностью ценностям заботы о людях и природе.

Касаясь социально-практического значения полученных результатов, хотелось бы отметить созвучность некоторых обнаруженных в работе фактов той моральной критике, которая раздается сегодня в адрес массовых ценностей и «нравов» россиян. Тот факт, что у российского населения слабее, чем у жителей большинства других европейских стран, выражены надличные ценности заботы о людях и природе и, наоборот, сильнее, чем в большинстве стран, проявляются ориентации на конкурентные ценности личного успеха, власти и богатства (характерные для “игры с нулевой суммой”), подтверждает частичную обоснованность этой моральной критики.

Библиография

1. Андрееенкова А. В. Материалистические/постматериалистические ценности в России. // Социологические исследования. — 1994. — № 11. — С. 73-81.
2. Андрееенкова А.В. Изменения в образе жизни и ценностях россиян. // Сайт Института сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ). URL: [http://www.cessi.ru/index.php?id=171&L=0\[0%2C0%2C43903](http://www.cessi.ru/index.php?id=171&L=0[0%2C0%2C43903) (дата обращения: 15.06.2009).
3. Антипова А.С. Ценности ислама и светского государства в социологическом измерении // — Социологические исследования. — 2007. — № 3. — С. 111–118.
4. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / под ред. Рябова А.В., Курбангалеевой Е.Ш. — М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. — 448 с.
5. Батыгин Г. С., Подвойский Д. Г. История социологии. Учебник. — М.: Издательский Дом «Высшее Образование и Наука», 2007. — 444 с.
6. Бойков В.Э. Ценности и ориентиры общественного сознания россиян // Социологические исследования. 2004. — № 7. — С. 46-51.
7. Вебер М. Избранные произведения. / Пер. с нем. Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; предисл. П. П. Гайдено. — М.: Прогресс, 1990. — 808 с.
8. Вундт В. Психология народов. — ЭКСМО; СПб.:Terra Fantastica, 2002. — 863 с.
9. Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации (поколенный подход) // Социологические исследования. — 2002. — № 1. — С. 96–105.
10. Галицкий Е., Климова С. Возможности процедур многомерного статистического анализа при изучении ценностной дифференциации общества. // Социологический журнал. — 2002. — №3. URL: <http://www.socjournal.ru/article/511> (дата обращения 15.06.2009).
11. Геодакян В. А. Теория дифференциации полов в проблемах человека. // Человек в системе наук. — М.: Наука, 1989. — С. 171-189.
12. Говорунов А. В. Книга Рут Бенедикт «Хризантема и меч». // «Web-кафедра философской антропологии». URL: <http://anthropology.ru/ru/texts/govorun/benedict.html> (дата обращения: 15.06.2009).

13. Голов А. Индивидуальные ценности и потребительское поведение в России и в США. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1997. — №6. — С. 32–37.
14. Голов А., Гражданкин А. Сквозь призму жизненных принципов. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2001. — №3 (53). — С. 38–44.
15. Голов А.А. Ценность и реальность дружбы у россиян. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1995. — №4. — С. 41–44.
16. Горяинов В.П. Групповая солидарность и ценностные ориентации. // Социологические исследования. — 1997(б). — № 3. — С. 60–67.
17. Горяинов В.П. Опыт проведения вторичного исследования по классификации жизненных ценностей. // Социология: 4М. — 1997(а). — № 9. — С. 125–145.
18. Горяинов В.П. Ценности и интересы социально-профессиональных групп: сравнительный анализ двух массовых опросов. // Социологический журнал. — 1997(в). — №3. URL: <http://www.socjournal.ru/article/349> (дата обращения 15.06.2009).
19. Грачев М. Менеджмент в «международной системе координат». // Экономические стратегии. — 1999. — № 2. — С. 19–32.
20. Гудков Л. Русский неотрадиционализм // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1997. — №2. — С. 25–33.
21. Гудков Л. Цинизм "непереходного" общества. // Вестник общественного мнения. — 2005. — №2 (76). — С. 43–62.
22. Данилова Е.Н., Тарарухина М.И. Российская производственная культура в параметрах Г. Хофштеда. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2003. — № 3 (65). — С. 53–64.
23. Динамика ценностей населения реформируемой России. / Отв. ред. Н.И. Лапин и Л.А. Беляева. — М.: Эдиториал УРСС, 1996. — 224 с.
24. Докторов Б.З. Россия в европейском социокультурном пространстве. // Социологический журнал. — 1994. — № 3. — С. 4–19.
25. Дубин Б.В. Дети трех поколений // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1995. — №4. — С. 30–33.
26. Дубицкая В.П., Тарарухина М.И. Как управляют в России. Результаты исследования по методике Гирта Хофстеде. (Неопубликованная рукопись).

27. Дубов И. Г., Ослон А. А., Смирнов Л. М. Десять лет социологических наблюдений. // Десять лет социологических наблюдений. — М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2003. — С.543-583.
28. Зарицкий Т. Ценности и идентификация молодого поколения российской и польской интеллигенции (по результатам сравнительного исследования студентов вузов Москвы и Варшавы) . // Социологические исследования. — 2006. — №5 (85). — С. 51-86.
29. Здравомыслов А. Молодежь России: что она ценит и что она умеет? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1998. — №4. — С. 21-23.
30. Зоркая Н., Дюк Н. Ценности и установки российской молодежи. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2003. — №4 (66). — С. 66–77.
31. Зубова Л. Ценности научного труда. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1998. — №1. — С. 29-35.
32. Капустин Б. Г., Клямкин И. М. Либеральные ценности в сознании россиян. // Политические исследования. — 1994. — №1. — С. 68–92 (статья первая); №2. — С. 39–75 (статья вторая).
33. Клейн Л. Персонализм: "культура и личность". // Развитие личности. — 2005. — №4. — С. 134–157.
34. Климова С., Галицкий Е. Новый подход к изучению ценностей? (1994) // Десять лет социологических наблюдений. // Десять лет социологических наблюдений. — М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2003. — С. 56–83.
35. Клямкин И. М. Советское и западное: возможен ли синтез? (1994) // Десять лет социологических наблюдений. // Десять лет социологических наблюдений. — М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2003. — С. 584–634.
36. Крыштановский А. О. Анализ социологических данных. — ИД ГУ-ВШЭ, М.: 2007. — 281 с.
37. Лапин Н. И. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России. // Социологические исследования. — 2003. — №6. — С. 78–87.
38. Лапин Н. И. Социальные ценности и реформы в кризисной России. // Социологические исследования. — 1993. — №9. — С. 17–28.
39. Лапин Н. И. Ценности как компоненты социокультурной эволюции современной России. // Социологические исследования. — 1994. — №5. — С. 3–8.

40. Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. — 1996. — №5. — С. 3–23.
41. Лапин Н.И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег. // Vivat, Ядов! К 80-летию юбилею: сборник. / Предисл. М.К. Горшкова. — М.: Новый хронограф, 2009. — С.248-265.
42. Лапкин В. В., Пантин В. И. Ценностные размежевания и социально-политическая дифференциация в современной России. // Мировая экономика и международные отношения. — 2000. — № 4. — С. 54–63.
43. Лапкин В. В., Пантин В. И. Ценности постсоветского человека. // Человек в переходном обществе. Социологические и социально-психологические исследования. — М.: ИМЭМО РАН, 1998. — С. 3–33.
44. Латов Ю. В., Латова Н. В. Особенности "вестернизации" ментальности студенчества модернизирующихся стран. // Социологические исследования. — 2007. — № 11. — С. 90–98.
45. Латов Ю. В., Латова Н. В. Региональная дифференциация экономической ментальности россиян. // Портал ГУ-ВШЭ. URL: www.hse.ru/data/935/846/1235/Latov.doc (дата обращения: 15.06.2009).
46. Латова Н. В. Российская экономическая ментальность на мировом фоне // Общественные науки и современность. — 2001. — №4. — С. 31–43.
47. Латова Н. В. Этнометрические измерения: теория и практика // Социология 4М. — 2003. — №17. — С. 142–166.
48. Лурье С. В. Историческая этнология. Учебное пособие для вузов. 2-е изд. — М.: Аспект Пресс, 1998. — 448 с.
49. Магун В. С. Трудовые ценности российского населения: социалистическая модель и постсоциалистическая реальность. // Куда идет Россия? Альтернативы общественного развития / Общ. ред. Т. И. Заславской. — М.: Аспект Пресс, 1995. — С. 137–151.
50. Магун В. С., Энговатов М. В. Динамика притязаний и изменение ресурсных стратегий молодежи: 1985-2005 годы. // Отечественные записки. — 2006. — № 3. — С. 76-96.

51. Магун В.С., Руднев М. Г. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами. // Украинское общество в европейском пространстве / под ред. Е. Головахи и С. Макеева. — Киев: Институт социологии НАНУ; Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина. 2007. — С. 226–273.
52. Магун В.С., Руднев М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами. // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. — 2008. — №1 (93). — С. 33–58.
53. Михеев П.А. Динамика жизненных ценностей сельской молодежи // Социологические исследования. — 2005. — № 1. — С. 91-94.
54. Наумов А. Хофстидово измерение России (влияние национальной культуры на управление бизнесом). // Менеджмент. — 1996. — №3. — С. 70–103.
55. Орджоникидзе М. Западные ценности в восприятии россиян. // Вестник общественного мнения. — 2007. — №2(88). — С. 25–37.
56. Пантин В. И., Лапкин В. В. Эволюция ценностных ориентаций россиян в 1990-е годы. // Pro et Contra. — 1999. — Т.4. № 2. — С. 144–160.
57. Подвойский Д. Г. Антиномия "Россия – Запад" и проблема социокультурной самобытности. — М.: Изд-во РУДН, 2005. — С. 28–44. (Гл.2.)
58. Российская идентичность в социологическом измерении. (ИНАБ, Выпуск №3) / под общ. ред. М. К. Горшкова — М.: Институт социологии РАН, 2008.— 72 с.
59. Руднев М. Г. Влияние «русскоязычности» на жизненные ценности. // Социология: 4М. — 2009. — №28. — С. 107–128.
60. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под. ред. В.А. Ядова. — Л.: Наука, 1979. — 264 с.
61. Сапунков Д. Система ценностей и политические предпочтения. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 1999. — №3. — С. 38–43.
62. Сафиуллина Л.З., Зоткин Н.В. Проявление ценностных ориентаций личности на осознаваемом и неосознаваемом уровнях // Психологические исследования: сб. науч. тр: Вып. 4. — Самара: Изд-во «Универс-групп», 2007. — С. 155-162.
63. Соловьев С.С. Трансформация ценностей военной службы // Социологические исследования. — 1996. — № 9. — С. 17-25.
64. Средний класс в современной России / отв. ред. М.К.Горшков, Н.Е.Тихонова. — М.: Ин-т социологии РАН, 2008. — 320 с.

65. Сусоколов А. А., Сорвин К. В. Система социологических понятий в кратком изложении. Для учащихся старших классов и студентов младших курсов. — Москва: Русская панорама, 2002. — 224 с.
66. Тихонова Н.Е. Жизненные устремления россиян. // Российская идентичность в социологическом измерении. — М.: Институт социологии РАН, 2008(а). URL: http://www.isras.ru/INAB_2008_3_3.html (дата обращения: 15.06.2009).
67. Тихонова Н.Е., Мареева С. В. Средний класс: теория и реальность. — М.: Альфа-М, 2009. — 320 с.
68. Тихонова Н. Е. Социокультурная модернизация в России. (Опыт эмпирического анализа). // Общественные науки и современность. — 2008(б). — № 2. — С. 5-23 (статья 1); № 3. — С. 5-20 (статья 2);
69. Харрисон Л. Кто процветает? Как культурные ценности способствуют успеху в экономике и политике. М.: Новое издательство, 2008. — 300 с.
70. Чеховский В. О переводе марксова «wert» на русский язык. // Вопросы экономики. — 2008. — № 1. — С. 154–157.
71. Шохин В.К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль. — М.: Изд-во РУДН, 2006. — 457 с.
72. Элбакян Е.С., Медведко С.В. Влияние религиозных ценностей на экономические предпочтения верующих россиян. // Социологические исследования. — 2001. — №8. — С. 103–111.
73. Ясин Е., Снеговая М. Тектонические сдвиги в мировой экономике: что скажет фактор культуры. — М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2009. — 138 с.
74. Abramson, Paul R., Ronald Inglehart. Value Change in Global Perspective. — Ann Arbor, Mich: University of Michigan Press, 1995. — 180 p.
75. Allen M. W., Ng S. H., Ikeda K., Jawan J. A., Sufi A. H., Wilson M., Yang K.-S. Two Decades of Change in Cultural Values and Economic Development in Eight East Asian and Pacific Island Nations. // Journal of Cross-Cultural Psychology. — 2007. — Vol. 38, #3. — P. 247-269.
76. Allik J., McCrae R. Toward A Geography Of Personality Traits Patterns Of Profiles Across 36 Cultures // Journal Of Cross-Cultural Psychology. — 2004. — Vol. 35, #1. — P. 13-28.
77. Allport G.W., Vernon P.E., Lindsey G. A study of values. — Boston: Houghton Mifflin, 1961.

78. Anand S., Sen A. Human development and economic sustainability. // *World Development*. 2000. — Vol. 28, #12. — P. 2029–2049.
79. Becker H. S. *Through Values to Social Interpretation*. — Durham, NC: University of Carolina, 1950. — 341 p.
80. Berry J.W. On cross-cultural comparability. // *International Journal of Psychology*. — 1969— Vol. 4, #2. — P. 119–128.
81. Billiet J., Meuleman B. Religious diversity in Europe and its relation to social attitudes and value orientations // *Citizenship and cultural identities in the EU: old questions, new answers*. ESSHRA Conference Proceedings. — Ankara, Turkey: Promeda Offset Matbaacılık, 2008. — 83-104 p.
82. Billiet, Jaak Population base weights as estimation and adjustments for bias R1 & R2. Review and some results. — (Неопубликованная презентация). — 2007.
83. Bollinger D. The four cornerstones and three pillars in the “House of Russia” management system // *Journal of Management Development*. — 1994. — Vol. 13, #2. — P. 49-54.
84. Bond M. H., Leung K. and 40 co-authors. Culture-Level Dimensions of Social Axioms and Their Correlates across 41 Cultures. // *Journal of Cross-Cultural Psychology* — 2004(a). — Vol. 35, #5. — 548–570 pp.
85. Bond, Michael Harris, Kwok Leung, Al Au, Kwok-Kit Tong, and Zoe Chemonges-Nielson. Combining Social Axioms with Values in Predicting Social Behaviors. // *European Journal of Personality*. — 2004. — Vol. 18. — P. 177–191.
86. Chinese Culture Connection. Chinese Values and the Search for Culture-Free Dimensions of Culture: The Chinese Culture Connection // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. — 1987. — Vol. 18, #2. — P. 143-164.
87. Cottle T. J. The location of experience: A manifest time orientation. // *Acta Psychologica*. — 1968. — Vol. 28. — Pp. 129-149.
88. Davidov E. A cross-country and cross-time comparison of the human values measurements with the second round of the European Social Survey // *Survey Research Methods*. — 2008. — Vol. 2, #1. — P. 33-46.
89. Davidov E. Testing for invariance of the human values across countries and over time with three rounds of the European Social Survey. Paper presented at the the mini-conference on composite scores, ESADE Barcelona, February, 2008b.

90. Davidov E., Schmidt P., Schwartz S. H. Bringing Values Back In: The adequacy of the European Social Survey to measure values in 20 countries //Public Opinion Quarterly. — 2008. —Vol.72, #3. —P. 420-445.
91. Davis D., Davenport C. Assessing the validity of the Postmaterialism-Index. // American Political Science Review. — 1999. — Vol. 93, #3, 1999. — P. 649-664.
92. Duijker H.C.J., Frijda N. H. National character and national stereotypes. A trend report prepared for the International Union of Scientific Psychology. — Amsterdam, North-Holland Publishing Company, 1960. — 238 p.
93. Gallagher T. The Value Orientations Method: A Tool to Help Understand Cultural Differences // Journal of extension. — 2001. — Vol. 39, #6. — URL: <http://www.joe.org/joe/2001december/tt1.php> (дата обращения: 15.06.2009).
94. Grachev M. V., Bobina M. A. Russian Organizational Leadership: Lessons from the Globe Study // International Journal of Leadership Studies. — Vol. , #2. — 2006. — P. 67-79.
95. Grachev M.V., N.G. Rogovsky, B.V. Rakitski, Leadership and Culture in Russia: The Case of Transitional Economy / In Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of In-Depth Studies of 25 Societies. Psychology Press, 2007
96. Hall Edward. The Dance of Life: The Other Dimension of Time. — Anchor books:Doubleday, 1983. — 250 p.
97. Hansen O., Tol R.S.J. Refined Inglehart Index of Materialism and Postmaterialism. FNU-35. (Working Papers). Sustainability and Global Change.— Centre for Marine and Climate Research, Hamburg University: Hamburg, 2003. — 15 p.
98. Hartigan J. Clustering algorithms. — Wiley:New York, 1975. — 351 p.
99. Hills M. D. Kluckhohn and Strodtbeck's values orientation theory. // Online Readings in Psychology and Culture (Unit 6, Chapter 3). / Ed. by W. J. Lonner, D. L. Dinnel, S. A. Hayes, & D. N. Sattler. — Center for Cross-Cultural Research, Western Washington University: Bellingham, Washington, 2002. — URL: <http://www.wvu.edu/~culture> (дата обращения: 15.06.2009).
100. Hills M.D., Goneyali E. Values in Fijian Families. — Department of Psychology, University of Waikato: Hamilton, 1980.
101. Hills, M.D. Developing the Kluckhohn-Strodtbeck Values Orientation Instrument in New Zealand. Paper presented at the Biennial Conference of the International Association for Cross-Cultural Psychology. — Bellingham, WA, United States, 1998.

102. Hitlin S., Piliavin J. A. Values: Reviving a Dormant Concept // *Annual Review of Sociology*. — 2004. — Vol. 30. — P. 359–393.
103. Hofstede G. *Culture's Consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). — Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. 2001. — 596 p.
104. Hofstede G. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. — Newbury Park, Calif: Sage, 1980. — 475 p.
105. Hofstede G. The Nation-State as a Source of Common Mental Programming: Similarities and Differences Across Eastern and Western Europe. // *The Future of the Nation-State: Essays on Cultural Pluralism and Political Integration*. / Ed. by S. Gustavsson and L. Lewin. — Stockholm, Nerenius & Santérus and London: Routledge, 1996. — P. 19–48.
106. Hofstede G., Bond M. H. The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth". // *Organizational Dynamics*. — 1988. — Vol. 16, #4. — P. 4-21.
107. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M., Vinken H. *Values Survey Module – 2008: Manual*. URL: www.geerthofstede.com (дата обращения: 15.06.2009).
108. Hofstede G., Neuijen B., Ohayv D. D., Sanders G. Measuring organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases// *Administrative Science Quarterly* — 1990. — Vol. 35, #2. — P. 286-316.
109. Hofstede G., Kolman L., Nicolescu O., Pajumaa I. Characteristics of the ideal job among students in eight countries. // *Key Issues in Cross-Cultural Psychology*. / ed. by H. Grad, A. Blanco, J. Georgas. — Lisse NL., Swets & Zeitlinger, 1996. — P. 199–216.
110. Hofstede G. Riding the Waves of Commerce: A Test of Trompenaars' 'Model' of National Culture Differences. // *International Journal of Intercultural Relations*. — 1996. — Vol. 20, #2. — P. 189–198.
111. Hofstede G. What did GLOBE really measure? Researchers' minds versus respondents' minds. // *Journal of International Business Studies*. — 2006. — Vol. 37. — P. 882–896.
112. House R. J., Javidan M., Dorfman P. Project GLOBE: An Introduction // *Applied psychology: an international review*. — 2001. — Vol. 50, #4. — P. 489-505.
113. Howell R. D., Wilcox J. B., Breivik E.. Is Formative Measurement Really Measurement? Reply to Bollen (2007) and Bagozzi (2007) // *Psychological Methods*. — 2007. — Vol. 12, #2. — P. 238–245.

114. Inglehart R., Welzel C. Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence. — New York: Cambridge University Press, 1995. — 352 p.
115. Inglehart R. The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics. — Princeton, N.J: Princeton University Press, 1977. — 482 p.
116. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society. — Princeton, N.J: Princeton University Press. — 1990. — 484 p.
117. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. — Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997. — 440 p.
118. Inkeles A., Levinson D. J. National Character: The study of Modal Personality and Sociocultural Systems. // The Handbook of Social Psychology. Vol.IV. / Ed. by G. Lindzey, E. Aronson. — Massachusetts (Calif.), London, Ontario: Addison-Wesley, 1969.
119. Inkeles A., Levinson D. J. National Character: A Psycho-social Perspective. — Transaction Publishers, 1996. — 392 p.
120. Javidan M., House, R. J. Cultural acumen for the global manager: lessons from Project GLOBE // Organizational dynamics. — Vol. 29, #4. — P. 289–305.
121. Klein M. Wieviel Platz bleibt im Prokustesbett? Wertewandel in der Bundesrepublik Deutschland zwischen 1973 und 1992 gemessen anhand des Inglehart-Index. // Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. — 1995. — Vol. 47. — P. 207-230.
122. Kluckhohn C. Values and value-orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification. // Toward a general theory of action. / Ed. by T. Parsons, E. Shils. — Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951. — P. 388–433.
123. Kluckhohn F. R., Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. — Evanston, IL: Row, Peterson, 1961. — 437 p.
124. Kohls L. R., Knight M. J. Developing intercultural awareness (Second Edition). A Cross-Cultural Training Handbook. — Boston: Intercultural press, 1994. — 158 p.
125. Kohn M. L. Class and Conformity. Chicago: University of Chicago Press. — 1977. — 318 p.
126. Lee K.C. The problem of appropriateness of the Rokeach value survey in Korea. // International Journal of Psychology. — 1991. — Vol. 26. #3. — P. 299–310.
127. Leung K., Bond M. H. Social axioms: A model of social beliefs in multi-cultural perspective. // Advances in Experimental Social Psychology. / Ed. by M. P. Zanna. — San Diego, CA: Academic Press, 2004. — P. 119–197.

128. Leung K., Bond M. H., Carrasquel S. R., Muñoz C., Hernández M., Murakami F., Yamaguchi S., Bierbrauer G., Singelis T. M. Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions. // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. — 2002. — Vol. 33, #3. — P. 286–302.
129. Maznevski M., DiStefano J. J., Gomez C. B., Noorderhaven N. G., Pei-Chuan Wu. Cultural Dimensions at the Individual Level of Analysis The Cultural Orientations Framework // *International Journal of Cross Cultural Management*. — 2002. — Vol. 2, #3. — P. 275–295.
130. Morris C. *Varieties of Human Value*. — Chicago: Univ. Chicago Press, 1956. — 209 p.
131. McClelland D.C. *The Achieving society*. — NY: Free Press, 1961. — 498 p.
132. McCrae R. R. NEO-PI-R data from 36 cultures: Further intercultural comparisons. // *The Five-Factor Model of personality across cultures*. / Ed. by R. R. McCrae, J. Allik. — New York: Kluwer Academic/Plenum, 2002. — P. 105-125.
133. *The Five-Factor Model of Personality Across Cultures*. / Ed. by R. R. McCrae, J. Allik. — New York: Kluwer Academic/Plenum, 2002. — P. 105–125.
134. Milligan G. W., Cooper M. C. An examination of procedures for determining the number of clusters in a data set. // *Psychometrika*. — 1985. — Vol. 50. — P. 159–179.
135. Ganninger M. D. *Design Effects in ESS II Theoretic perspectives & preliminary results*. — Mannheim: Research Centre for Survey Research and Methodology, 2007. — 26 p.
136. Minkov M. *What makes us different and similar: A new interpretation of the World Values Survey and other cross-cultural data*. — Sofia, Bulgaria: Klasika y Stil Publishing House, 2007. — 240 pp.
137. Mukerjee R. The sociology of values. // *Sociology and Social Research*. — 1946. — Vol. 31. — P. 101-109.
138. Munson J. M., Posner B. Z. Four Diverse Samples The Factorial Validity of a Modified Rokeach Value Survey for // *Educational and Psychological Measurement*. — 1980. — Vol. 40, #4. — P. 1073-1079.
139. Naumov A., Puffer Sh. Measuring Russian Culture using Hofstede's Dimensions. // *Applied Psychology*. — 2000. — Vol. 49, #4. P. 709–718.

140. Ng S. H., Hossain A.B.M., Ball P., Bond M. H., Hayashi K., Lim S.P., O'Driscoll M. P., Sinha D., Yang K.S. Human values in nine countries. // Diversity and unity in cross-cultural psychology. / Ed. by R. Rath, H.S. Asthana, D. Sinha & J.B.N. Sinha. — Lisse, Netherlands: Swets and Zetlinger, 1982. — P. 196–205.
141. Clark N. T., Rempel M. Citizen Politics in Post-Industrial Societies. — Boulder (Colorado): Westview Press, 1997. — 272 p.
142. Norris P., Inglehart R. Sacred and Secular: Politics and Religion Worldwide. — New York: Cambridge University Press, 2004. — 348 p.
143. Bennett J., Onozuka Y. Social participation and unemployment. Paper presented on 10-th International Conference on the Problems of Economic and Social Development. — Moscow, SU-HSE 2009. — 71 p.
144. Parsons T. An outline of the social system. // Theories of society / Ed. by T. Parsons, E.A. Shils, K.D. Naegle, J.R. Pitts. — NY: Free Press, 1961. — P. 30–79.
145. Parsons T., Shils E., Smelser N. J. Toward a General Theory of Action: Theoretical Foundations for the Social Sciences. — Transaction Publishers, 2001. — 282 p.
146. Parsons T., Shils E. Values, motives and systems of action. // Toward a general theory of action. / Ed. By T. Parsons, E.A. Shils. — NY: Harper, 1951. — P. 247–75.
147. Parsons T. A Tentative Outline of American Values. // Theory Culture Society. — 1989. — Vol. 6. — P. 577–612.
148. Powers W. R. The Harvard study of values: Mirror for postwar anthropology. // Journal of the History of the Behavioral Sciences. — 2000. — Vol. 36, #1. — P. 15–29.
149. Rencher A.C. Methods of multivariate analysis. 2ed. — Wiley, 2002. — 732 p.
150. Rohan M. J. A rose by any name? The values construct.// Personality and Social Psychology Review. — 2000. — Vol. 4. — P. 255–277.
151. Rokeach M. The Nature of Human Values. — New York: Free Press, 1973. — 438 p.
152. Rokeach M. Change and Stability in American Value Systems, 1968-1971 // The Public Opinion Quarterly. — 1974. — Vol. 38, #2. — P. 222–238.
153. Rokeach M. Commentary on the Commentaries // Review of Religious Research, — 1970. — Vol. 11, #2. — P. 155–162.
154. Rokeach M. The Role of Values in Public Opinion Research // The Public Opinion Quarterly. — 1969. — Vol. 32, #4. P. 547–559.
155. Rotter J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. — Psychological Monographs. — 1966. — Vol. 80.

156. Russo K.W. Finding the middle ground: Insights and applications of the Value Orientations method. — Yarmouth, Maine: Intercultural Press, 2000.
157. Saris W., Knoppen D., Measuring Value Orientations across Nations: Analysis of the Quality of the European Social Survey for Measuring Values. Discussion paper. Survey Research Center ESADE Business School. Universitat Ramon Llull. Mini-conference on Composite Scores, 14-15 February 2008.
158. Schwartz S. H. Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. // Measuring attitudes cross-nationally: Lessons from the European Social Survey / Ed. by In Roger Jowell, Caroline Roberts, Rory Fitzgerald, Gillian Eva. — London: Sage, 2007. — P. 169–203.
159. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross cultural replications. // Journal of Personality and Social Psychology. — 1990. — Vol. 58. — P. 878–891.
160. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. // Advances in experimental social psychology. / Ed. by M. Zanna. — New York: Academic Press, 1992. — Vol. 25. — P. 1-65.
161. Schwartz S.H. Beyond individualism-collectivism: new cultural dimensions of values. // Individualism and Collectivism. / Ed. by U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.C. Choi, G. Yoon. — Thousand Oaks, CA: Sage, 1994. — P. 85–119.
162. Schwartz S.H. Cultural value orientations. Nature and implications of national differences. Moscow, Publishing house of SU HSE, 2008. — 62 p.
163. Schwartz S.H., Bardi A. Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. // Political Psychology. — 1997. — Vol. 18, #2. — P. 385-410.
164. Schwartz S. Review: A Survey of Guiding Principles. Reviewed work: The Nature of Human Values by Milton Rokeach // Science, New Series. — 1974. — Vol. 186, #4162. — P. 436-437.
165. Schwartz S. H. Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual human values. // Valores e comportamento nas organizaçoes [values and behavior in organizations] / ed. by A. Tamayo, J. B. Porto. — Petropolis, Brazil: Vozes, 2005. — P. 56-95.
166. Simmel Georg, David Frisby, Mike Featherstone. Simmel on Culture: Selected Writings. — SAGE, 1997. — 302 p.

167. Singelis T.M., Triandis H. C., Dharm P., Bhawuk S., Gelfand M. J. Horizontal and Vertical Dimensions of Individualism and Collectivism: A Theoretical and Measurement Refinement // *Cross-Cultural Research*. — 1995. — Vol. 29, #3. — P. 240–275.
168. Smith P. B., Schwartz S. H. Values. // *Handbook of Cross-cultural Psychology: Social behavior and applications*. Vol. 3 / Ed. by John W. Berry, Marshall H. Segall, Cigdem Kagitçibasi. — Allyn and Bacon, 1997. — P. 79-114.
169. Smith B., Sh. Dugan, Trompenaars F. National Culture and the Values of Organizational Employees. // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. — 1996. — Vol. 27, #2. — P. 231–264.
170. Spates, James L. The Sociology of Values // *Annual Review of Sociology*. — 1983. — Vol. 9. — P. 27-49
171. Terracciano, A. et al. Personality Trait Levels in 49 Cultures National Character Does Not Reflect Mean // *Science*. — 2005. — Vol. 310. — P. 96-99.
172. Tibshirani R., Walther G., Hastie T. Estimating the number of clusters in a dataset via the Gap statistic". // *Journal of the Royal Statistical Society*. — 2001. — Vol. 63. — P. 411–423.
173. Triandis H. C. Odysseus wandered for 10, I wondered for 50 years. // *Online Readings in Psychology and Culture*, Unit 2, Chapter 1. / Ed. by W. J. Lonner, D. L. Dinnel, S. A. Hayes, & D. N. Sattler. — Center for Cross-Cultural Research, Western Washington University: Bellingham, Washington USA, 2002. URL: <http://www.wvu.edu/~culture> (дата обращения: 15.06.2009)
174. Triandis H. C., Bontempo R., Betancourt H., Bond M., Leung K., Brenes A., Georgas, J., Hui H. C., Marin G., Setiadi B., Sinha J. B. E, Verma J., Spangenberg J., Touzard H., de Montmollin G. The measurement of etic aspects of individualism and collectivism across cultures. // *Australian Journal of Psychology*. — 1986. — Vol. 38. — P. 257–267.
175. Triandis H.C., Leung K., Villareal M. J., Clack F. L. Allocentric versus idiocentric tendencies: Convergent and discriminant validation // *Journal of Research in Personality*. — 1985. — Vol. 19, #4. — P. 395–415.
176. Triandis H. C., Marin G. Etic Plus Emic Versus Pseudoetic: A Test of a Basic Assumption of Contemporary Cross-Cultural Psychology // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. — 1983. — Vol. 14, #4. — P. 489-500.
177. Triandis H. C. Collectivism and Individualism as Cultural Syndromes // *Cross-Cultural Research* — 1993. — Vol. 27, #3-4. — P. 155–180.
178. Triandis H. C. *Individualism & Collectivism*. — Westview Press, 1995. — 259 p.

179. Triandis H. C., Bontempo R., Villareal M. J. Individualism and Collectivism: Cross-Cultural Perspectives on Self-Ingroup Relationships // Journal of personality and Social psychology. — 1988. — Vol. 54, #2. — P. 323–338.
180. Trompenaars F., Hampden-Turner Ch. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business. (2nd edition). — McGraw-Hill Professional, 1998. *Русский перевод:* Тромпенаарс Ф., Хампден-Тернер Ч. Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. — Беларусь, Минск: Попурри, 2004. — 528 с.
181. Trompenaars F., Woolliams P. Business Across Cultures. — Capstone Publishing, 2003. — 362 p.
182. Trompenaars F., Woolliams P. Marketing Across Cultures. — Capstone Publishing, 2004. — 353 p.
183. Welzel C., Inglehart R., Klingemann H.-R. Human Development as a General Theory of Social Change: A Multi-Level and Cross-Cultural Perspective. Discussion Paper FS III 01-201. // Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). — Berlin, May 2001.
184. Welzel C., Inglehart R., Klingemann H.-R. The theory of human development: A cross-cultural analysis // European Journal of Political Research. — 2003. — Vol. 42, — P. 341–379.
185. Welzel C., Inglehart R. Democratization as the Growth of Freedom: The Human Development Perspective // Japanese Journal of Political Science. — 2006. — Vol. 6, #3. — P. 313–343.
186. Welzel C. Are Levels of Democracy Affected by Mass Attitudes? // International Political Science Review — 2007. — Vol. 28, #4. — P. 397-424.
187. Vehovar V., Zupanic T. Weighting in the ESS — Round 2. (Неопубликованная рукопись). — 2007.

Приложение

Таблица 1. Измерения культуры в проекте GLOBE

Избегание неопределенности	Степень, в которой члены организации или общества стремятся избежать неопределенности с помощью социальных норм, ритуалов и бюрократических практик, чтобы свести к минимуму непредсказуемость будущих событий
Дистанция власти	Степень, в которой члены организации или общества ожидают и соглашаются, с неравным распределением власти
Институциональный коллективизм (Institutional/societal collectivism)	Степень, в которой организационные и общественные практики иницируют и поощряют коллективное распределение ресурсов и коллективную деятельность
Внутригрупповой коллективизм (In-group/family collectivism)	Степень, в которой индивиды выражают гордость, лояльность и связанность с их организациям или семьями.
Гендерный эгалитарзм	Степень, в которой организация или общество минимизирует разделение гендерных ролей и половую дискриминацию
Самоуверенность (assertiveness - по Латовой - "напористость")	Степень, в которой индивиды в организациях и обществах являются самоуверенными, конфронтирующими и агрессивными в социальных взаимоотношениях.
Ориентация на будущее	Степень, в которой индивиды в организациях или обществах предпринимают действия, ориентированные на будущее – такие как планирование, инвестиции в будущее (фьючерсы) и откладывают удовлетворение своих желаний.
Ориентация на результаты (по Латовой - "достижительность", Performance orientation)	Степень, в которой организация или общество иницирует и поощряет членов группы за представление улучшения и превосходства.
Гуманистическая ориентация	Степень, в которой коллектив иницирует и вознаграждает индивидов за их справедливость, альтруизм, щедрость, заботу и доброту к другим.

Составлено по: House, Javidan, Dorfman, 2001:497; Грачев, 1999; Латова, 2003

Таблица 2. Ценностные типы Шварца, ценностные оси и два варианта их операционализации
(Составлено по Schwartz, 1992, Schwartz, 2007, Schwartz, 2008)

Ценностные оси (третьего уровня)	Угруппированные ценностные индексы (второго уровня)	Ценностные индексы по Ш. Шварцу	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам (показатели первого уровня) ПОРТРЕТНЫЙ ОПРОСНИК (PVQ) Версия, предлагавшаяся мужчинам, в женской версии даны описания женщин, то есть, заменены местоимения и т. д.	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам ЦЕННОСТНЫЙ ОПРОС ШВАРЦА (SVS)
Открытость изменениям — Сохранение	Безопасность	Безопасность	Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности*	13__Национальная безопасность (защищённость моей страны от врагов) 8__Социальный порядок (стабильность в обществе) 15__Взаимный обмен услугами (стремление не оставаться в долгу) 22__Безопасность семьи (безопасность тех, кого мы любим) 56__Чистоплотный (аккуратный, опрятный)
			Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан	
	Конформность-Традиция	Конформность	Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит	11__Вежливость (обходительность, хорошие манеры) 20__Самодисциплина (сдержанность, сопротивление соблазнам) 40__Почитает родителей и старших (оказывает уважение) 47__Послушный (выполняет указания и исполняет свой долг)
			Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить*	
		Традиция	Для него очень важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимание	18__Уважение традиций (сохранение устоявшихся обычаев) 32__Умеренный (избегает крайностей в чувствах и в действиях) 36__Скромный (умеренный, держащийся в тени) 44__Принимает свою долю в жизни (принимает жизнь такой, какая она есть) 51__Верующий (привержен религиозным убеждениям)
			Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям*	
	Самостоятельность	Самостоятельность	Для него важно придумывать новое и подходить ко всему творчески. Ему нравится делать все по-своему, своим оригинальным способом*	5__Свобода (свобода действий и мыслей) 16__Творчество (неповторимость, воображение) 31__Независимый (полагается сам на себя, обеспечивает свои нужды) 41__Определяет жизненные цели (сам решает, что делать) 53__Любознательный (всем интересуется, исследует)
			Для него важно принимать самому решения о том, что и как делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других	

	Риск-Новизна	Риск-Новизна	Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного	9___Захватывающая жизнь (жизнь полная ярких и захватывающих впечатлений) 25___Разнообразная жизнь (жизнь наполненная дерзаниями, новизной и изменениями) 37___Дерзающий (ищет приключения, рискует)
	Гедонизм	Гедонизм	Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью*	4___Наслаждение (удовлетворение желаний) 50___Получает удовольствие от жизни (наслаждается едой, сексом, развлечениями и т.д.) 57___Потакающий своим желаниям (делает то, что приятно)
ССамоотдача — Самоутверждение	Самоутверждение	Достижение	Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает	34___Честолюбивый (усердно работает, хочет добиться успеха) 39___Влиятельный (оказывает влияние на людей и ход событий) 43___Способный (успешно справляется с задачами, эффективный) 55___Преуспевающий (достигает своих целей)
			Для него очень важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения*	
		Власть-Богатство	Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей*	3___Власть (контроль над другими, господство) 12___Богатство (деньги, материальное благополучие) 27___Авторитет (право руководить и отдавать распоряжения) 46___Заботится о своей репутации в обществе (дорожит своим добрым именем)
			Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет	
	Самоотдача	Благожелательность	Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии*	33___Верный (предан своим друзьям, группе) 45___Честный (прямой, искренний) 49___Помогает другим (действует на благо других) 52___Ответственный (на меня можно положиться, надёжный) 54___Прощает (готов прощать окружающим)
			Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям	
		Универсализм	Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни	1___Равенство (равные возможности для всех) 17___Мир на земле (отсутствие войн и конфликтов) 24___Единство с природой (гармония с природой) 26___Мудрость (зрелое понимание жизни) 29___Мир прекрасного (красота в природе и в искусстве) 30___Социальная справедливость (устранение социальной несправедливости, забота о слабых) 35___Широко мыслящий (терпимый к различным идеям и убеждениям) 38___Защищает окружающую среду (оберегает природу)
			Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять их точку зрения	
			Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде*	

* Одно из 10 высказываний, включенных в 5-ю волну Всемирного ценностного опроса

Цифра перед высказыванием означает последовательность высказываний, как они располагались в анкете

Таблица 3. Характеристики выборок в 31 стране, участвовавшей в ЕСИ

	Размер выборки	Доля пропущенных значений (по ценностным переменным)	Доля женщин	Доля респондентов 60 и более лет
Австрия	2405	1%	54%	22%
Бельгия	1798	0%	40%	20%
Болгария	1400	1%	36%	21%
Великобритания	2394	1%	55%	34%
Венгрия	1518	2%	37%	24%
Германия	2916	1%	61%	35%
Греция*	2406	0%	56%	34%
Дания	1505	1%	32%	21%
Израиль**	2494	9%	56%	20%
Ирландия	1749	6%	39%	19%
Исландия*	570	2%	12%	5%
Испания	1876	0%	40%	21%
Кипр	995	0%	22%	11%
Латвия	1957	1%	49%	20%
Люксембург*	1635	0%	33%	14%
Нидерланды	1889	1%	42%	24%
Норвегия	1750	8%	36%	18%
Польша	1721	0%	38%	16%
Португалия	2222	0%	57%	35%
Россия	2437	1%	60%	29%
Румыния	2139	1%	47%	25%
Словакия	1737	1%	37%	15%
Словения	1576	0%	34%	17%
Турция*	1855	1%	43%	10%
Украина	2002	1%	51%	28%
Финляндия	1896	10%	41%	26%
Франция	1986	0%	44%	24%
Чехия*	3026	11%	67%	36%
Швейцария	1803	0%	41%	25%
Швеция	1926	13%	41%	23%
Эстония	1517	1%	36%	19%
Всего	59100			

* Страны, данные по которым взяты из 2-го раунда (2004 г.)

** Данные по Израилю взяты из 1-го раунда (2002-2003 гг.)

Таблица 4. Факторные нагрузки, полученные в результате анализа главных компонент (без вращения) 21 исходной оценки

	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Для него важно придумывать новое и подходить ко всему творчески	0,48	-0,30	-0,22
Для него важно быть богатым	0,36	-0,40	0,50
Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково	0,43	0,26	-0,32
Для него важно показать свои способности	0,58	-0,31	0,31
Для него важно жить в безопасном окружении	0,46	0,39	0,29
Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия	0,56	-0,40	-0,18
Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят	0,32	0,41	0,35
Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей	0,48	0,24	-0,42
Для него важно быть простым и скромным	0,26	0,53	-0,10
Для него важно хорошо проводить время	0,50	-0,46	-0,13
Для него важно самому принимать решения о том, что и как делать	0,51	-0,18	-0,22
Для него очень важно помогать окружающим людям	0,53	0,27	-0,33
Для него важно быть очень успешным	0,61	-0,32	0,33
Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность	0,48	0,38	0,22
Он ищет приключений и ему нравится рисковать	0,38	-0,62	-0,05
Для него важно всегда вести себя правильно	0,42	0,51	0,25
Для него важно, чтобы его уважали	0,50	-0,02	0,43
Для него важно быть верным своим друзьям	0,54	0,23	-0,33
Он твердо верит, что люди должны беречь природу	0,47	0,37	-0,27
Он ценит традиции	0,37	0,46	0,22
Он ищет любую возможность повеселиться	0,48	-0,47	-0,14
<i>Описываемая дисперсия, %</i>	22,2	14,5	8,3

Таблица 5. Матрица ценностных дистанций до среднего россиянина по 21 исходному показателю

	Богатство	Веселье	Отдых	Уважение	Гос-во дает безопасность	Успех	Новизна	Послушание	Показать способности	Забота	Понимание	Безопасное окружение	Традиция	Скромность	Дружба	Риск	Креативность	Самостоя- тельность	Равенство	Правила	Природа	СУММА
Исландия	0,87	0,06	2,37	0,20	1,45	0,51	0,19	0,00	0,28	0,31	0,49	0,04	0,31	0,09	0,56	0,36	0,08	0,12	0,12	0,37	0,11	8,89
Франция	1,80	0,50	1,51	0,51	0,33	1,17	0,40	0,20	0,14	0,15	0,40	0,24	0,35	0,27	0,18	0,00	0,10	0,00	0,45	0,00	0,03	8,73
Дания	0,91	1,00	0,51	0,19	1,33	0,10	0,03	0,07	0,41	0,34	0,14	0,48	0,00	0,58	0,35	0,19	0,22	0,09	0,01	0,01	0,02	6,96
Швейцария	1,50	0,27	1,36	0,08	0,65	0,24	0,17	0,27	0,07	0,20	0,32	0,13	0,11	0,01	0,14	0,01	0,14	0,17	0,06	0,16	0,03	6,10
Швеция	0,62	1,28	0,32	0,35	0,96	0,49	0,15	0,01	0,11	0,23	0,12	0,50	0,10	0,00	0,11	0,16	0,18	0,09	0,16	0,12	0,00	6,08
Нидерланды	0,81	1,37	0,17	0,37	0,60	0,12	0,35	0,10	0,10	0,16	0,11	0,41	0,04	0,22	0,00	0,18	0,15	0,13	0,03	0,07	0,00	5,47
Финляндия	1,05	0,21	0,19	0,96	0,16	0,32	0,32	0,22	0,46	0,15	0,30	0,05	0,11	0,01	0,11	0,06	0,07	0,11	0,13	0,01	0,03	5,05
Эстония (э.)	0,55	0,00	0,65	1,45	0,09	0,13	0,31	0,02	0,43	0,10	0,25	0,02	0,09	0,01	0,15	0,04	0,00	0,23	0,01	0,01	0,13	4,68
Болгария	0,56	0,06	0,01	2,93	0,00	0,08	0,11	0,16	0,19	0,09	0,00	0,00	0,14	0,00	0,03	0,06	0,07	0,05	0,00	0,02	0,00	4,55
Бельгия	1,03	0,98	0,55	0,32	0,49	0,14	0,22	0,00	0,08	0,20	0,09	0,20	0,04	0,02	0,08	0,01	0,00	0,03	0,04	0,01	0,00	4,52
Норвегия	0,95	0,19	0,03	0,14	0,43	0,08	0,08	0,47	0,19	0,28	0,19	0,29	0,05	0,20	0,08	0,24	0,21	0,01	0,06	0,00	0,02	4,21
Австрия	0,31	0,79	0,85	0,17	0,43	0,00	0,13	0,28	0,00	0,08	0,03	0,08	0,07	0,35	0,11	0,07	0,12	0,10	0,01	0,15	0,04	4,18
Венгрия	0,66	1,43	0,41	0,35	0,08	0,11	0,24	0,43	0,01	0,03	0,00	0,07	0,01	0,00	0,01	0,17	0,02	0,03	0,00	0,01	0,01	4,07
Люксембург	1,02	0,27	0,40	0,58	0,16	0,16	0,42	0,02	0,17	0,14	0,20	0,06	0,10	0,00	0,05	0,01	0,08	0,01	0,08	0,00	0,02	3,95
Словения	1,52	0,73	0,23	0,03	0,40	0,00	0,40	0,01	0,00	0,07	0,02	0,11	0,07	0,13	0,04	0,04	0,01	0,04	0,00	0,00	0,03	3,88
Испания	1,07	0,15	0,08	0,38	0,05	0,65	0,05	0,02	0,31	0,38	0,22	0,00	0,02	0,10	0,06	0,03	0,01	0,04	0,10	0,03	0,01	3,75
Германия	0,64	0,21	0,68	0,29	0,28	0,00	0,13	0,01	0,17	0,17	0,16	0,11	0,12	0,00	0,10	0,01	0,11	0,15	0,03	0,10	0,01	3,48
Великобритания	0,88	0,62	0,03	0,29	0,18	0,23	0,23	0,02	0,01	0,25	0,15	0,08	0,07	0,00	0,04	0,14	0,04	0,05	0,02	0,01	0,01	3,36
Израиль	0,19	0,53	0,32	0,25	0,07	0,09	0,08	0,01	0,14	0,02	0,03	0,08	0,27	0,01	0,00	0,01	0,04	0,04	0,01	0,13	0,36	2,69
Кипр	0,59	0,60	0,00	0,09	0,04	0,26	0,06	0,17	0,08	0,22	0,07	0,01	0,04	0,02	0,00	0,04	0,16	0,00	0,00	0,00	0,22	2,68
Ирландия	0,65	0,28	0,02	0,35	0,21	0,16	0,16	0,00	0,02	0,20	0,07	0,01	0,00	0,00	0,00	0,13	0,11	0,04	0,05	0,01	0,00	2,48
Латвия	0,01	0,37	0,30	0,00	0,15	0,05	0,31	0,01	0,00	0,01	0,04	0,02	0,00	0,19	0,05	0,36	0,00	0,03	0,11	0,16	0,15	2,35
Чехия	0,05	0,33	0,05	0,14	0,17	0,06	0,16	0,33	0,51	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,00	0,02	0,10	0,00	0,00	0,00	0,03	2,00
Румыния	0,01	0,05	0,01	0,00	0,11	0,01	0,24	0,56	0,03	0,00	0,02	0,03	0,13	0,31	0,12	0,07	0,03	0,03	0,04	0,00	0,02	1,84
Португалия	0,71	0,09	0,20	0,00	0,25	0,02	0,05	0,01	0,00	0,14	0,05	0,01	0,00	0,06	0,00	0,01	0,00	0,02	0,02	0,10	0,03	1,78
Польша	0,46	0,00	0,07	0,03	0,13	0,03	0,18	0,52	0,05	0,03	0,05	0,00	0,11	0,01	0,00	0,00	0,02	0,02	0,04	0,02	0,01	1,77
Турция	0,41	0,05	0,01	0,01	0,19	0,06	0,07	0,29	0,00	0,10	0,01	0,02	0,11	0,07	0,02	0,04	0,03	0,03	0,03	0,01	0,05	1,62
Греция	0,50	0,19	0,01	0,00	0,07	0,15	0,02	0,04	0,02	0,09	0,06	0,01	0,13	0,02	0,01	0,01	0,01	0,03	0,00	0,02	0,02	1,43
Украина	0,03	0,03	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,22	0,33	0,07	0,06	0,00	0,16	0,09	0,00	0,02	0,11	0,00	0,01	0,05	0,00	1,19
Словакия	0,05	0,04	0,08	0,19	0,11	0,02	0,18	0,24	0,00	0,02	0,00	0,00	0,01	0,02	0,06	0,00	0,03	0,00	0,03	0,00	0,07	1,17
Эстония (р.)	0,00	0,00	0,09	0,01	0,00	0,02	0,00	0,08	0,02	0,00	0,05	0,01	0,04	0,01	0,00	0,00	0,05	0,01	0,01	0,00	0,00	0,43
СУММА	20,42	12,70	11,50	10,67	9,60	5,48	5,45	4,81	4,33	4,27	3,70	3,10	2,82	2,81	2,50	2,50	2,29	1,71	1,65	1,57	1,48	115,3

Таблица 6. Матрица ценностных дистанций до среднего россиянина по 7 ценностным индексам и 2 ценностным осям

	Гедонизм	Самоутвер- ждение	Безопасность	Риск- Новизна	Самостоя- тельность	Самоотдача	Конформность- Традиция	СУММА	Открытость изменениям - Сохранение	Самоотдача - Самоутверждение	СУММА
Исландия	0,83	0,43	0,47	0,27	0,10	0,16	0,14	2,40	0,16	1,58	1,74
Франция	0,95	0,75	0,28	0,09	0,02	0,21	0,02	2,33	0,00	2,20	2,20
Дания	0,74	0,33	0,85	0,09	0,15	0,13	0,03	2,32	0,10	1,19	1,29
Швеция	0,74	0,35	0,71	0,16	0,14	0,09	0,02	2,20	0,12	1,11	1,23
Нидерланды	0,64	0,28	0,50	0,26	0,14	0,03	0,03	1,87	0,15	0,86	1,01
Швейцария	0,73	0,31	0,34	0,03	0,16	0,13	0,09	1,78	0,03	1,62	1,65
Австрия	0,83	0,06	0,22	0,10	0,11	0,02	0,20	1,54	0,26	0,61	0,87
Бельгия	0,77	0,30	0,33	0,07	0,01	0,06	0,00	1,54	0,02	0,97	0,98
Финляндия	0,20	0,64	0,11	0,17	0,09	0,13	0,00	1,34	0,00	1,07	1,07
Венгрия	0,86	0,16	0,00	0,00	0,02	0,01	0,05	1,10	0,01	0,44	0,45
Люксембург	0,34	0,41	0,11	0,14	0,03	0,06	0,00	1,09	0,00	0,88	0,89
Германия	0,42	0,20	0,18	0,02	0,13	0,06	0,04	1,05	0,04	0,85	0,89
Эстония (э.)	0,15	0,54	0,05	0,14	0,06	0,09	0,00	1,02	0,00	0,88	0,88
Норвегия	0,10	0,25	0,35	0,15	0,08	0,07	0,00	1,02	0,03	0,58	0,61
Словения	0,46	0,13	0,23	0,17	0,02	0,00	0,00	1,01	0,03	0,45	0,47
Великобритания	0,23	0,25	0,13	0,18	0,04	0,05	0,02	0,91	0,03	0,76	0,79
Латвия	0,34	0,01	0,07	0,34	0,01	0,07	0,06	0,90	0,34	0,00	0,34
Испания	0,11	0,55	0,01	0,00	0,02	0,12	0,01	0,83	0,12	0,91	1,02
Израиль	0,43	0,00	0,08	0,04	0,04	0,00	0,08	0,67	0,12	0,19	0,31
Ирландия	0,04	0,22	0,08	0,15	0,07	0,04	0,00	0,60	0,00	0,51	0,51
Чехия	0,17	0,13	0,06	0,09	0,03	0,00	0,01	0,49	0,02	0,12	0,14
Кипр	0,18	0,22	0,00	0,04	0,04	0,00	0,00	0,49	0,00	0,35	0,35
Болгария	0,02	0,19	0,00	0,08	0,06	0,01	0,05	0,41	0,01	0,12	0,14
Португалия	0,15	0,07	0,08	0,02	0,00	0,02	0,00	0,34	0,01	0,22	0,22
Польша	0,02	0,09	0,03	0,05	0,00	0,01	0,07	0,28	0,05	0,05	0,10
Греция	0,07	0,09	0,01	0,00	0,02	0,01	0,04	0,24	0,10	0,08	0,18
Турция	0,03	0,00	0,08	0,00	0,03	0,00	0,07	0,21	0,02	0,01	0,03
Словакия	0,00	0,04	0,02	0,06	0,01	0,00	0,03	0,15	0,00	0,01	0,01
Украина	0,02	0,04	0,00	0,00	0,02	0,01	0,03	0,13	0,03	0,00	0,03
Румыния	0,00	0,01	0,06	0,01	0,00	0,01	0,01	0,11	0,01	0,05	0,05
Эстония (р.)	0,02	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00
СУММА	10,60	7,05	5,42	2,95	1,66	1,59	1,11		1,82	18,66	

Таблица 5. Центры двух устойчивых кластерных решений

	Первое решение				Второе решение			
	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
21 исходная оценка								
Креативность	-0,41	0,60	0,04	0,32	-0,36	0,31	-0,06	0,51
Богатство	-1,63	-0,78	-0,53	-2,03	-1,83	-0,23	-1,10	-1,93
Равенство	0,98	0,60	0,27	0,98	1,11	0,22	0,50	1,04
Показать способности	-0,70	0,14	0,03	-0,93	-1,06	0,15	-0,06	-0,78
Безопасное окружение	1,04	-0,21	0,38	0,35	1,05	0,04	0,60	0,04
Новизна	-1,05	0,52	-0,18	-0,02	-1,05	0,22	-0,40	0,28
Послушание	0,54	-1,37	-0,15	-0,60	0,54	-0,70	-0,03	-1,03
Понимание	0,53	0,19	-0,02	0,72	0,68	-0,10	0,15	0,77
Скромность	0,71	-1,01	-0,29	0,38	0,90	-0,79	-0,05	0,14
Отдых	-1,25	0,56	-0,14	0,08	-1,23	0,28	-0,35	0,29
Самостоятельность	0,28	0,88	0,27	0,68	0,34	0,50	0,31	0,83
Забота	0,72	0,27	0,14	0,75	0,82	0,04	0,33	0,75
Успех	-0,72	0,17	0,08	-0,84	-1,05	0,23	-0,04	-0,72
Государство дает безопасность	1,06	-0,06	0,33	0,38	1,09	0,07	0,54	0,14
Риск	-2,29	0,13	-0,91	-1,41	-2,26	-0,04	-1,64	-0,82
Правила	0,88	-0,83	0,10	0,13	0,94	-0,38	0,29	-0,26
Уважение	-0,10	-0,45	0,03	-0,97	-0,41	-0,13	0,04	-1,07
Дружба	1,01	0,75	0,40	1,02	1,12	0,41	0,62	1,04
Природа	0,96	0,28	0,28	0,91	1,08	0,07	0,53	0,88
Традиция	0,93	-0,89	0,11	0,13	0,96	-0,43	0,35	-0,27
Веселье	-1,52	0,49	-0,24	-0,02	-1,39	0,25	-0,53	0,16
Корреляции между центрами кластеров первого и второго кластерного решений (N=21)					0,99	0,94	0,96	0,95
10 ценностных индексов								
Безопасность	1,06	-0,17	0,36	0,37	1,08	0,04	0,58	0,07
Конформность- Традиция	0,77	-1,07	-0,06	0,01	0,85	-0,61	0,14	-0,38
Самоотдача	0,85	0,43	0,21	0,89	0,97	0,13	0,42	0,91
Самостоятельность	-0,07	0,77	0,15	0,51	-0,02	0,42	0,13	0,69
Риск-Новизна	-1,69	0,36	-0,56	-0,72	-1,67	0,11	-1,04	-0,25
Гедонизм	-1,40	0,55	-0,19	0,03	-1,32	0,28	-0,45	0,24
Самоутверждение	-0,80	-0,23	-0,09	-1,22	-1,11	0,02	-0,28	-1,14

Таблица 6. Группы дохода домохозяйств, выделенные на основе перцентилей отдельно по каждой стране

	1 группа (ниже 5 перцентили)	2 группа (от 5 перцентиля до 1 квартили)	3 группа (от 25 перцентиля до медианной)	4 группа (от медианной до 3 квартили)	5 группа (от 75 до 95 перцентили)*
	Перцентиль 05	Перцентиль 25	Перцентиль 50	Перцентиль 75	Перцентиль 95
Австрия	Менее €500	€1500	€2000	€3000	€7500
Бельгия	Менее €2000	€1500	€2500	€5000	€7500
Болгария	Менее 200 BGN	300 BGN	400 BGN	600 BGN	1000 BGN
Великобритания	Менее €500 Менее 56.000	€1500	€3000	€5000	€10000
Венгрия	HUF	75.000 HUF	125.000 HUF	175.000 HUF	300.000 HUF
Германия	Менее €1000	€1500	€2000	€3000	€7500
Греция	Менее €300	€1000	€1500	€2000	€5000
Дания	Менее €1000	€2000	€5000	€5000	€7500
Израиль	Менее €500	€1000	€1500	€2500	€5000
Ирландия	Менее €1000	€1500	€3000	€5000	€10000
Исландия	Менее €1000	€3000	€5000	€7500	€10000
Испания	Менее €500	€1500	€2000	€2500	€7500
Кипр	Менее €500	€1500	€2000	€3000	€5000
Латвия	Менее €150	€500	€1000	€1500	€5000
Люксембург	Менее €1500	€2500	€5000	€5000	€10000
Нидерланды	Менее €1000	€1500	€2500	€5000	€7500
Норвегия	Менее €1000	€3000	€5000	€7500	€10000 и более**
Польша	Менее €300	€500	€500	€1000	€2000
Португалия	Менее €300	€500	€1000	€2000	€5000
Россия	Менее 3000 руб.	6000 руб.	9000 руб.	15000 руб.	30000 руб.
Румыния	Менее 100 Б	Б200	Б300	Б400	Б700
Словакия	Менее €300	€500	€1000	€1000	€2500
Словения	Менее €500	€1000	€1500	€2000	€3000
Турция	Менее €150	€300	€300	€1000	€1500
Украина			Менее €150	€300	€500
Финляндия	Менее €1000	€1500	€2500	€5000	€7500
Франция	Менее €500	€1500	€2500	€5000	€7500
Чехия	Менее €300	€500	€1000	€1500	€3000
Швейцария	Менее €1500	€3000	€5000	€7500	€10000
Швеция	Менее €1000	€2000	€3000	€5000	€7500
Эстония	Менее €300	€500	€1000	€1000	€2000

*6 группа – это все, чей доход выше 95 перцентили. Границы групп приведены не включительно указанных значений. Например, в Австрии во 2 группу попадают респонденты с доходом домохозяйства от 500 до 1499 евро, в 5 – 3000 до 7499 евро, 6 группа – 7500 евро и более.

** В Норвегии 6 группа отсутствует, поскольку в 5 группу попала категория «€10000 и более».

Таблица 7. Стандартизованные бета коэффициенты «расширенных» регрессионных моделей 2 типа для двух ценностных осей и 7 ценностных индексов. Приведены только значимые на уровне 0,01 коэффициенты.

	Ось Открытость изменениям - Сохранение	Ось Самоотдача - Самоутверждение	Безопасность	Традиция- Конформность	Самоотдача	Самостоятельность	Риск-новизна	Гедонизм	Власть-Достижение
Пол (мужской)	-0,10	0,10	-0,09	-0,02	-0,15	0,03	0,07	0,04	0,12
Возраст респондента	0,38		0,19	0,33	0,21	-0,02	-0,33	-0,29	-0,2
Образование родителей	-0,05	-0,01	-0,06	-0,05		0,03	0,03		0,04
Родители - руководители	-0,04	-0,03	-0,04	-0,04		0,04	0,03	0,03	
Родители - эмигранты	0,02		0,03		0,02	-0,02	-0,03	-0,02	0,01
Полнота семьи									
Этническое меньшинство	0,02	0,02		0,02		-0,02		-0,02	
Россия - контрольная группа									
Австрия	-0,11	-0,16	-0,11	-0,13	0,06	0,09	0,07	0,18	-0,07
Бельгия	-0,04	-0,18	-0,13	-0,03	0,08	0,02	0,06	0,17	-0,13
Болгария	0,02	-0,04		0,03	0,02	-0,03	0,02		-0,05
Швейцария	-0,06	-0,23	-0,13	-0,10	0,11	0,09	0,06	0,18	-0,12
Кипр		-0,02						0,01	-0,01
Чехия	-0,02	-0,07	-0,06	0,03		0,04	0,06	0,08	-0,10
Германия	-0,06	-0,20	-0,11	-0,07	0,09	0,09	0,04	0,16	-0,13
Дания	-0,07	-0,17	-0,19	-0,05	0,10	0,07	0,07	0,16	-0,12
Испания	0,04	-0,18	-0,03		0,12	0,04	0,02	0,07	-0,18
Финляндия	-0,03	-0,18	-0,07	-0,03	0,10	0,06	0,09	0,09	-0,17
Франция	-0,02	-0,27	-0,12	-0,03	0,16	0,02	0,06	0,18	-0,22
Великобритания	-0,04	-0,16	-0,09	-0,04	0,08	0,03	0,10	0,11	-0,13
Греция		-0,09	-0,06		0,02		0,05	0,10	-0,08
Венгрия	-0,04	-0,11		-0,07	0,02	0,03	0,03	0,16	-0,08
Ирландия	-0,02	-0,13	-0,06	-0,03	0,06	0,06	0,08	0,04	-0,1
Израиль	-0,08	-0,1	-0,06	-0,10		0,05	0,06	0,12	-0,02
Исландия	-0,04	-0,13	-0,07	-0,05	0,08	0,03	0,05	0,09	-0,09
Люксембург		-0,17	-0,07		0,09	0,04	0,06	0,10	-0,16
Латвия	-0,08		-0,05	-0,04	-0,08		0,09	0,08	0,02
Нидерланды	-0,09	-0,16	-0,16	-0,05	0,05	0,08	0,11	0,16	-0,12
Норвегия	-0,02	-0,12	-0,11		0,08	0,04	0,07	0,06	-0,12
Польша		-0,06	-0,05	0,02	0,04		0,06	-0,02	-0,06
Португалия	-0,07	-0,13	-0,11	-0,08	0,06	0,03	0,08	0,10	-0,05
Румыния	-0,06	0,02	-0,08	-0,02	-0,03	0,03	0,06	0,02	0,03
Швеция	-0,06	-0,19	-0,17	-0,03	0,09	0,07	0,07	0,15	-0,13
Словения	-0,04	-0,11	-0,1	-0,02		0,03	0,08	0,11	-0,07
Словакия		-0,03	-0,03	0,02		0,02	0,05		-0,05

Турция		-0,09	-0,09		0,04	0,03		0,04	-0,04
Украина		-0,01	-0,03		0,03		0,03		-0,03
Эстония (э)		-0,11	-0,04		0,06	0,03	0,05	0,05	-0,13
Эстония (р)	-0,02		-0,02					0,02	
Религиозность католиков	0,18	0,07	0,04	0,21		-0,11	-0,11	-0,1	-0,05
Религиозность протестантов	0,12	0,02		0,15	0,03	-0,07	-0,07	-0,07	-0,05
Религиозность православных	0,13	0,04	0,04	0,13	0,03	-0,08	-0,08	-0,1	
Религиозность других христиан	0,06			0,07	0,01	-0,02	-0,03	-0,04	-0,02
Религиозность иудаистов	0,08	0,02		0,12		-0,04	-0,07	-0,03	-0,04
Религиозность мусульман	0,10	0,07	0,02	0,13		-0,07	-0,05	-0,08	
Религиозность восточных религий		-0,01	-0,01					-0,01	
Религиозность других нехристиан	0,02			0,01	0,01			-0,01	
Религиозность не принадлежащих к конфессии	0,05			0,07		-0,03		-0,04	-0,02
Количество лет образования	-0,04	-0,12	-0,1	-0,1	0,09	0,16	0,02	-0,02	
Большой город - контрольная группа									
Пригород	0,01			0,02			-0,01		
Небольшой город	0,02		0,02	0,02				-0,02	-0,02
Сельская местность	0,05		0,02	0,06	0,03		-0,03	-0,03	-0,05
R^2	0,29	0,22	0,16	0,28	0,16	0,10	0,18	0,22	0,19

Таблица 8. Стандартизованные бета коэффициенты регрессионных моделей 3 типа для двух ценностных осей и 7 ценностных индексов. Приведены только значимые на уровне 0,01 коэффициенты.

	Ось Открытость изменениям - Сохранение	Ось Самоотдача - Самоутверждение	Безопасность	Традиция- Конформность	Самоотдача	Самостоятельность	Риск-новизна	Гедонизм	Власть-Достижение
Пол (мужской)	-0,10	0,08	-0,08		-0,14	0,02	0,06	0,04	0,10
Возраст респондента	0,32	-0,03	0,13	0,26	0,2		-0,26	-0,26	-0,18
Образование родителей	-0,04		-0,05	-0,04		0,02	0,02		0,04
Родители - руководители	-0,03	-0,03	-0,03	-0,04		0,04	0,03	0,03	
Родители - эмигранты			0,03				-0,02		
Полнота семьи									
Этническое меньшинство	0,02	0,02		0,02				-0,02	
Россия - контрольная группа									
Австрия	-0,11	-0,14	-0,1	-0,12	0,04	0,08	0,07	0,16	-0,05
Бельгия	-0,04	-0,19	-0,14	-0,03	0,08	0,02	0,07	0,18	-0,14
Болгария	0,02	-0,03		0,04	0,03	-0,03			-0,05
Швейцария	-0,06	-0,24	-0,14	-0,11	0,12	0,1	0,06	0,18	-0,12
Кипр		-0,02							-0,01
Чехия		-0,06	-0,05	0,04		0,04	0,04	0,06	-0,10
Германия	-0,05	-0,20	-0,11	-0,07	0,10	0,09	0,03	0,15	-0,12
Дания	-0,08	-0,19	-0,20	-0,06	0,11	0,08	0,07	0,18	-0,12
Испания	0,04	-0,18	-0,04		0,12	0,05	0,03	0,07	-0,16
Финляндия	-0,03	-0,20	-0,07	-0,04	0,12	0,07	0,11	0,1	-0,19
Франция	-0,03	-0,29	-0,13	-0,04	0,17	0,02	0,07	0,2	-0,23
Великобритания	-0,04	-0,17	-0,08	-0,04	0,08	0,03	0,09	0,11	-0,13
Греция		-0,08	-0,06				0,05	0,08	-0,07
Венгрия	-0,05	-0,12		-0,09		0,05	0,03	0,17	-0,07
Ирландия	-0,02	-0,12	-0,06	-0,03	0,06	0,06	0,08	0,03	-0,10
Израиль	-0,08	-0,10	-0,06	-0,10		0,06	0,05	0,12	
Исландия	-0,05	-0,14	-0,08	-0,06	0,08	0,04	0,06	0,10	-0,09
Люксембург		-0,16	-0,06		0,09	0,03	0,06	0,09	-0,16
Латвия	-0,09		-0,04	-0,05	-0,08		0,09	0,08	0,02
Нидерланды	-0,10	-0,17	-0,17	-0,06	0,05	0,08	0,12	0,18	-0,13
Норвегия	-0,03	-0,13	-0,13		0,09	0,05	0,08	0,06	-0,12
Польша		-0,06	-0,06		0,04	0,03	0,08		-0,06
Португалия	-0,06	-0,10	-0,09	-0,07	0,05	0,04	0,05	0,08	-0,02
Румыния	-0,07	0,03	-0,08	-0,03	-0,03	0,03	0,06		0,05
Швеция	-0,08	-0,2	-0,19	-0,04	0,10	0,08	0,08	0,17	-0,14
Словения	-0,04	-0,10	-0,10	-0,02		0,03	0,08	0,12	-0,07
Словакия		-0,03	-0,02			0,02	0,05		-0,04

Турция		-0,07	-0,06		0,04	0,02		0,04	-0,03
Украина			-0,03		0,04		0,02		-0,02
Эстония (э)		-0,11	-0,04		0,07	0,03	0,05	0,05	-0,12
Эстония (р)	-0,02		-0,02					0,02	
Религиозность католиков	0,17	0,08	0,03	0,21		-0,10	-0,11	-0,1	-0,03
Религиозность протестантов	0,12	0,03		0,16	0,02	-0,07	-0,07	-0,08	-0,05
Религиозность православных	0,12	0,05	0,03	0,13		-0,07	-0,08	-0,09	
Религиозность других христиан	0,05			0,06			-0,03	-0,04	-0,02
Религиозность иудаистов	0,06	0,03		0,10	-0,02	-0,04	-0,04	-0,02	-0,02
Религиозность мусульман	0,07	0,06		0,11	-0,02	-0,05	-0,03	-0,06	
Религиозность восточных религий			-0,02				0,01		
Религиозность других нехристиан	0,02			0,02				-0,02	
Религиозность не принадлежащих к конфессии	0,05			0,07		-0,04		-0,03	-0,02
Количество лет образования	-0,02	-0,10	-0,08	-0,06	0,09	0,10		-0,02	-0,02
Большой город - контрольная группа									
Пригород				0,02					
Небольшой город									
Сельская местность	0,03			0,04	0,02			-0,02	-0,04
Размер домохозяйства взвешенный	0,05	0,02	0,02	0,04	0,03	-0,03	-0,04	-0,06	
Доход домохозяйства (квартилы по стране)	-0,05	0,02	-0,03	-0,03	-0,04		0,03	0,05	0,03
Занятие - оплачиваемая работа - контрольная группа									
Занятие - образование	-0,04	-0,02	-0,04	-0,04			0,04	0,02	0,01
Занятие - на пенсии/ нетрудоспособен	0,04	0,02	0,05	0,05		-0,04	-0,03		-0,02
Занятие - домашнее хозяйство	0,04		0,03	0,03	0,03		-0,03	-0,02	-0,04
Занятие - другое		-0,02				0,01	0,02		
Профессия - руководители - контрольная группа									
Специалисты высшего уровня квалификации	0,03	-0,03	0,03		0,05		-0,02	-0,02	-0,03
Специалисты среднего уровня квалификации	0,04	-0,03	0,06	0,02	0,04	-0,05	-0,03		-0,06
Служащие, занятые подготовкой информации	0,04		0,06	0,04		-0,05	-0,02		-0,06
Работники сферы обслуживания, ЖКХ и торговли	0,06		0,07	0,05		-0,06			-0,08
Квалифицированные рабочие сельского хозяйства	0,03		0,04	0,04		-0,04	-0,04		-0,02
Квалифицированные рабочие промышленности	0,05		0,07	0,05		-0,07	-0,03		-0,05
Операторы, аппаратчики, машинисты	0,06		0,07	0,06	0,03	-0,07	-0,04		-0,07
Неквалифицированные рабочие	0,06		0,07	0,06		-0,08	-0,04		-0,06
R²	0,28	0,23	0,18	0,27	0,15	0,10	0,16	0,23	0,20

Таблица 9. Стандартизованные бета-коэффициенты регрессионной модели, полученной на российском массиве. Приведены только значимые на уровне 0,01 коэффициенты.

	Ось Открытость изменениям - Сохранение			Ось Самоотдача - Самоутверждение		
	Модель 1	Модель 2	Модель 3	Модель 1	Модель 2	Модель 3
Пол (мужской)	-0,12	-0,12	-0,14			
Возраст респондента	0,50	0,46	0,36		-0,08	
Образование родителей	-0,10	-0,08	-0,08			
Родители - руководители				-0,08	-0,08	
Родители - эмигранты						
Полнота семьи						
Этническое меньшинство	0,07					
Религиозность католиков	-			-		
Религиозность православных	-	0,08		-		
Религиозность других христиан	-	0,05	0,07	-		
Религиозность мусульман	-	0,07	0,09	-	0,08	
Религиозность восточных религий	-			-		
Религиозность других нехристиан	-			-	-0,13	-0,07
Религиозность не принадлежащих к конфессии	-			-		
Количество лет образования	-	-0,08		-	-0,06	
Большой город - контрольная группа	-			-		
Пригород	-			-		
Небольшой город	-			-		
Сельская местность	-	0,08		-		
Занятие - оплачиваемая работа - контрольная группа	-	-		-	-	
Занятие - образование	-	-		-	-	
Занятие - на пенсии/нетрудоспособен	-	-		-	-	
Занятие - домашнее хозяйство	-	-		-	-	
Занятие - другое	-	-		-	-	
Профессия - руководители - контрольная группа	-	-		-	-	
Специалисты высшего уровня квалификации	-	-		-	-	
Специалисты среднего уровня квалификации	-	-		-	-	
Служащие, занятые подготовкой информации	-	-		-	-	
Работники сферы обслуживания, ЖКХ и торговли	-	-		-	-	
Квалифицированные рабочие сельского хозяйства	-	-		-	-	
Квалифицированные рабочие промышленности	-	-		-	-	
Операторы, аппаратчики, машинисты	-	-		-	-	
Неквалифицированные рабочие	-	-		-	-	
Размер домохозяйства взвешенный	-	-	0,09	-	-	
Доход домохозяйства (квартилы по стране)	-	-	-0,10	-	-	
R2	0,34	0,37	0,36	0,01	0,04	0,04
N	1885	1801	1323	1885	1801	1323

Из модели исключены признаки «религиозность протестантов» и «религиозность иудаистов» из-за отсутствия представителей этих конфессий в российском массиве.

Рисунок 1. Ценностные иерархии средних представителей некоторых стран Европы

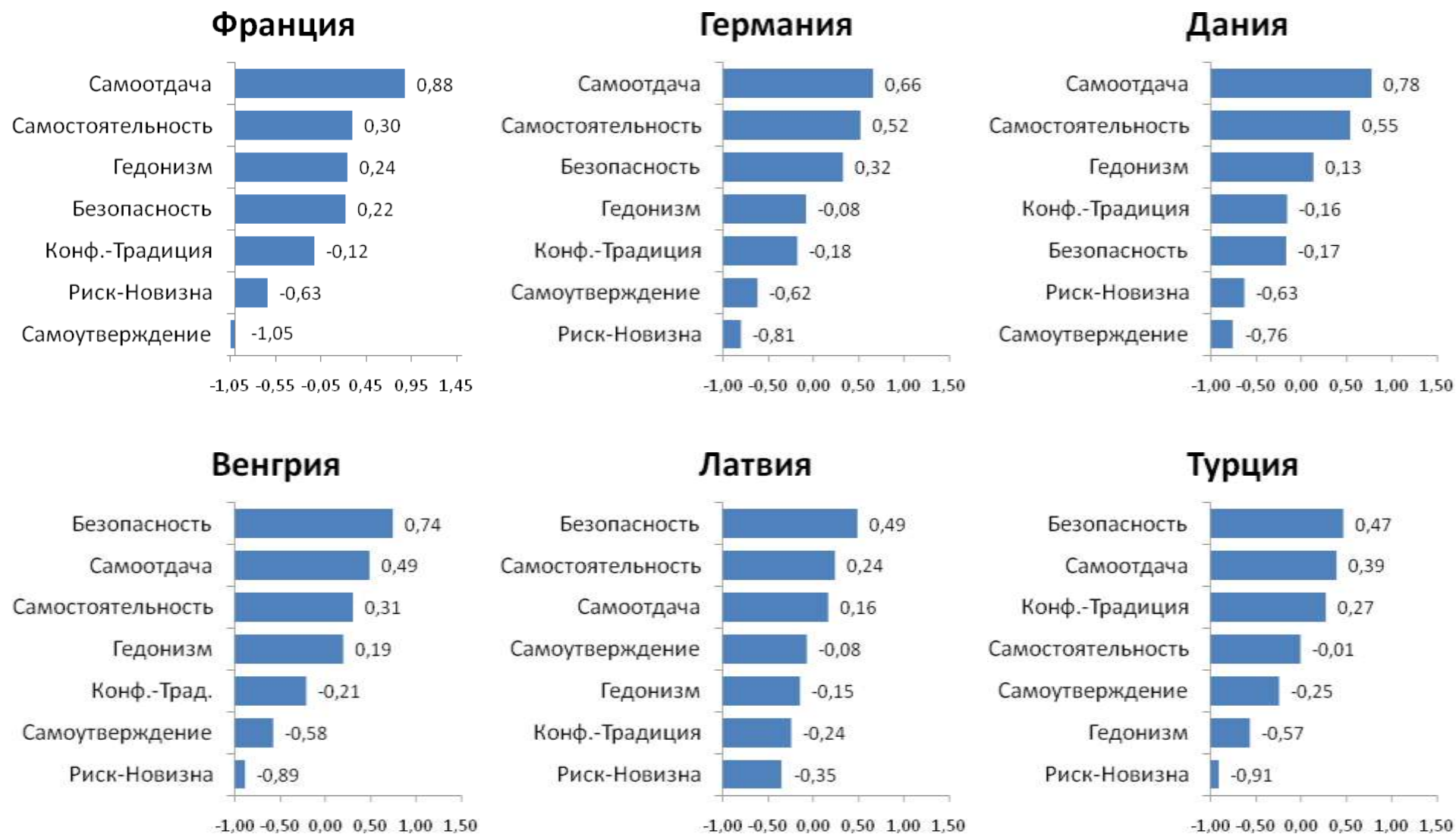
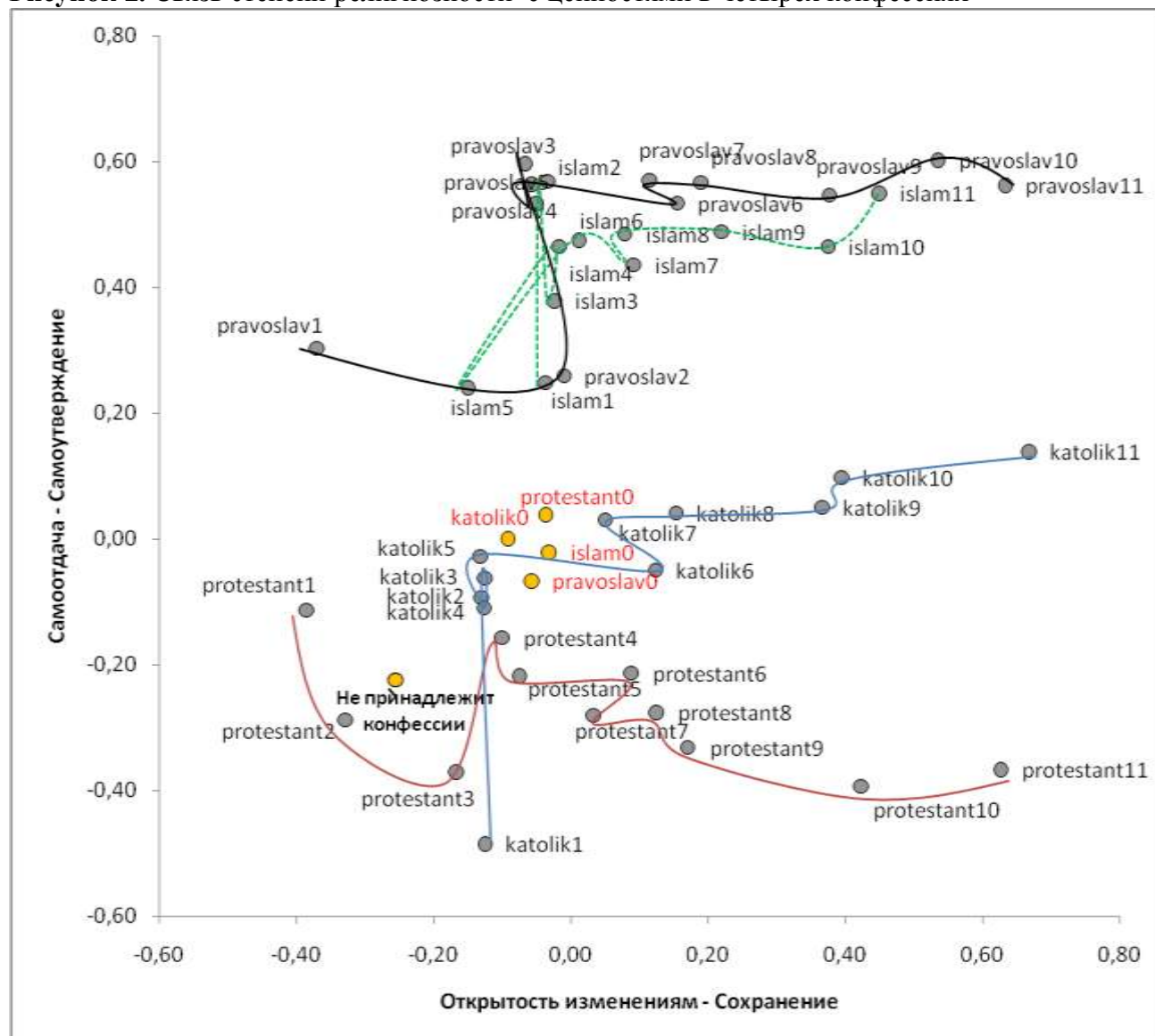


Рисунок 2. Связь степени религиозности с ценностями в четырех конфессиях



Цифра – указывает на степень религиозности, 0 – «совсем не религиозен», 11 – «крайне религиозен»