

М.С. Фабрикант

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая школа экономики»

В.С. Магун

Институт социологии РАН,
Национальный
исследовательский
университет
«Высшая школа экономики»

ГОРДОСТЬ ЗА СТРАНУ И БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ РОССИЯН¹

Введение

Наблюдающийся в последние годы рост гордости россиян за свою страну делает актуальным вопрос о его ценностных предпосылках. В поиске этих предпосылок часто предполагают, что в основе роста гордости и активизации других форм национального самосознания лежат эгоистические ценности, и индивидуальный эгоизм просто переносится человеком на уровень страны (феномен группового эгоизма).

В литературе нет консенсуса относительно связи национальной гордости с ценностным параметром эгоизма-альтруизма. Теория Г. Тэджфела и Дж. Тернера утверждает, что национальная идентичность, как и любая другая социальная идентичность, порождает поведенческие эффекты внутригруппового фаворитизма и межгрупповой дискриминации — безусловного предпочтения человеком интересов членов своей группы интересам тех, кто в ней не состоит [Tajfel, Turner, 1979; Tajfel, 2010]. Как следствие, человек может рассчитывать и на ответные выгоды со стороны членов своей группы. В последнее время эта позиция стала особенно популярной благодаря тому, что Р. Брубейкер назвал «возвращением биологии» в социальные науки [Brubaker, 2015]. Согласно эволюционистским теориям национальная идентичность возникает как средство реализации эволюционной необходимости передачи своего генофонда, чему и служит преимущественная готовность отстаивать интересы похожих на себя, т.е. генетически близких, индивидов [Gat, 2012]. Иными словами, согласно этой позиции национальная идентичность представляет собой разновидность коллективного эгоизма и, значит,

¹ Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

скорее всего положительно связана и с эгоистическими ценностями отдельных людей.

Однако преобладает в исследованиях национальной идентичности иная позиция, идущая от Э. Ренана [Renan, 2012] и продолжающаяся вплоть до Б. Андерсона [Anderson, 2006]. Согласно ей национальная идентичность рассматривается как чувство солидарности и акцентируется готовность жертвовать не интересами других наций во имя своей собственной, а собственными индивидуальными интересами — во имя соотечественников. Исторический опыт тоже свидетельствует, что национальная идентичность способна мотивировать людей на самопожертвование более эффективно, чем любая другая коллективная принадлежность или политическая идеология. Кроме того, исследования современных кейсов указывают на распространение постнационалистических, гибридных национальных идентичностей, которые способны сочетаться с космополитизмом. Мы тоже предполагаем, что применительно к гордости за страну справедлива позиция, связывающая национальную идентичность с выходом за пределы эгоистических устремлений, и выдвигаем гипотезу о том, что гордость за страну положительно связана с альтруистическими и негативно — с эгоистическими ценностями (гипотеза 1).

Итак, *основная задача* данной работы — выяснить, какое из двух возможных направлений связи ценностей эгоизма-альтруизма с гордостью россиян за свою страну имеется в действительности. Ш. Шварц [Schwartz, 1992, 2007] выделяет в структуре ценностей два основных измерения (две оси), и эгоизм-альтруизм (самоутверждение — забота) как раз и является одной из них.

Вторая задача данной работы — рассмотреть, как влияют на гордость россиян за свою страну ценности, принадлежащие ко второй ценностной оси, структурирующей базовые ценности, — оси «сохранение — открытость изменениям». В этом отношении в литературе существует относительный консенсус. Например, в современных теориях национализма преобладают взгляды, из которых следует, что идеологическое утверждение гордости за страну связано с общей консервативной направленностью соответствующего идеологического дискурса [Smith, 2013]. Применительно к индивидуальному уровню Р. Инглхарт и У. Бейкер [Inglehart, Baker, 2000] тоже показали, что национальная гордость связана с традиционалистскими ценностями и противостоит ценностям секулярного рационализма. Исходя из этого, мы предполагаем, что гордость за достижения своей страны сильнее выражена у индивидов, приверженных ценностям сохранения, и, наоборот, слабее — у тех, кто более открыт переменам (гипотеза 2).

Данные и метод

Для проверки этих гипотез мы использовали данные о ценностях россиян, полученные в рамках 7-й волны Европейского социального исследования (ESS) 2014 г. В дополнение к основной анкете ESS половине респондентов был задан также блок вопросов о гордости за страну, в итоге объем выборки, для которой имелись данные по обоим группам вопросов, составил 1173 человека. Гордость за страну измерялась с помощью 12 вопросов, один из них касался общей гордости респондента тем, что он является гражданином России, и еще 11 вопросов — гордости за конкретные достижения своей страны в каждой из следующих сфер: «положение дел с демократией», «политическое влияние страны в мире», «экономические достижения», «социальная защита населения», «научные и технические достижения», «достижения в спорте», «достижения в литературе и искусстве», «вооруженные силы», «российская история», «положение дел с социальной справедливостью и равноправием всех групп населения», «возможности для каждого гражданина России проявить и развивать свои способности» (сокращенно: «возможности для самореализации»). Все оценки гордости респонденты давали по 4-балльным шкалам («очень горжусь», «скорее горжусь», «не очень горжусь», «совсем не горжусь»), причем на основе 11 конкретных видов гордости с помощью факторного анализа был сформирован единый суммарный индекс гордости за достижения страны. Вопросы о гордости взяты из Международной программы социальных исследований (ISSP), три тематических волны которой — за 1995, 2003 и 2013 гг. — посвящены национальной идентичности [Гудков, 1999; Магун А., Магун В., 2009; Магун, Фабрикант, 2016; Fabrykant, Magun, 2016].

Базовые ценности в анкете ESS измеряются с помощью ценностных портретов Опросника Ш. Шварца PVQ-21. Посредством 21 вопроса, составляющего этот опросник, было измерено 10 базовых ценностей, которые далее были укрупнены в четыре ценностные категории, являющиеся полюсами ценностных осей «самоутверждение — забота о людях и природе» и «сохранение — открытость изменениям»; как уже отмечалось, первая ось соответствует противопоставлению ценностного эгоизма и альтруизма, вторая — противопоставлению консерватизма и открытости.

Для проверки гипотез были построены две серии линейных регрессионных моделей по четыре модели в каждой. Зависимыми переменными выступали суммарный индикатор гордости за конкретные достижения страны и общая гордость за российское гражданство. В качестве предикторов высту-

пали по очереди значимость для респондента каждой из четырех ценностных категорий — самоутверждения, заботы, сохранения и открытости изменениям (различные ценностные категории не могли быть включены в модель одновременно из-за высокой мультиколлинеарности) и контрольные переменные по основным социально-демографическим параметрам.

Результаты и обсуждение

Регрессионные модели, в которых отражены направление и сила влияния базовых ценностей на гордость россиянина за конкретные достижения страны и общую гордость за то, что он является гражданином России, представлены в табл. 1 и 2. Модели объясняют лишь небольшую долю дисперсии зависимых переменных, но позволяют проследить значимость и направление интересующих нас связей.

Полученные регрессионные модели в целом подтверждают выдвинутые гипотезы. В регрессионных моделях (с контролем возраста, пола, уровня образования, уровня дохода и религиозности респондентов) ценность заботы о людях и природе оказывает значимое положительное влияние на общую оценку гордости за гражданство России, а ценность самоутверждения — значимое отрицательное влияние и на общую гордость за российское гражданство, и на суммарный индекс гордости за конкретные достижения страны. Таким образом, в моделях, построенных с целью проверки гипотезы 1, три из четырех коэффициентов подтверждают гипотезу и лишь один, будучи статистически незначимым, ее не подтверждает (но и не противоречит ей).

При проверке гипотезы 2 ценность сохранения, вопреки ожиданиям, не продемонстрировала значимого положительного влияния ни на один из показателей национальной гордости. Зато ее антипод, ценность открытости изменениям, как и предполагалось, дает значимый отрицательный эффект в отношении и общей оценки гордости за российское гражданство, и суммарной оценки гордости за конкретные достижения страны. Таким образом, хотя связь консервативных ценностей с национальной гордостью оказалась незначимой, отрицательная связь с противоположными консерватизму ценностями открытости изменениям наблюдается для обоих видов гордости, что подтверждает гипотезу 2.

Отметим, что связь гордости с противостоящими ей ценностями проступает более последовательно, чем связь с ценностями, ее поддерживающими. Это особенно справедливо для консерватизма: гордость за страну оказывается обусловленной не столько поддержкой со стороны

Таблица 1. Линейные регрессионные модели, демонстрирующие влияние базовых ценностей на суммарный индекс гордости за конкретные достижения России ($N = 987$)

Показатель	Модель 1.1	Модель 1.2	Модель 1.3	Модель 1.4
Возраст	0,000 (0,003)	0,001 (0,003)	0,001 (0,002)	0,001 (0,002)
Пол (мужчины — контрольная группа)	-0,126 (0,075)	-0,119 (0,076)	-0,080 (0,062)	-0,087 (0,062)
Уровень образования (11-балльная шкала от «1» — «вообще не учился в школе» до «11» — «научная степень»)	0,013 (0,016)	0,008 (0,016)	0,015 (0,012)	0,016 (0,012)
Уровень дохода (среднемесячный доход семьи, 11-балльная шкала от «1» — менее 9 тыс. руб. до «11» — более 100 тыс. руб.)	-0,003 (0,002)	-0,004 (0,002)	-0,003 (0,001)*	-0,003 (0,001)*
Религиозность («Насколько религиозным человеком Вы себя считаете?», 11-балльная шкала от «0» — «совсем не религиозным» до «10» — «очень религиозным»)	0,006 (0,004)	0,006 (0,004)	0,004 (0,003)	0,004 (0,003)
Значимость ценностной категории «самоутверждение»	-0,108 (0,054)*	—	—	—
Значимость ценностной категории «забота о людях и природе»	—	0,065 (0,075)	—	—
Значимость ценностной категории «сохранение»	—	—	0,075 (0,065)	—
Значимость ценностной категории «открытость изменениям»	—	—	—	-0,127 (0,053)*
Скорректированный R^2 , %	1,0	0,5	0,4	0,8

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

ценностей сохранения, сколько отрицанием ориентации на открытость изменениям.

Итак, в противоположность предположениям о групповом эгоизме как факторе гордости в российской выборке гордость людей за свою страну является антиподом эгоистических ценностей, а также (в меньшей степени) проявлением альтруистических ценностей. Что касается более широкого вопроса о связи значимости национальной идентичности с индивидуальным эгоизмом или же со стремлением людей к солидарности, то полученные

Таблица 2. Линейные регрессионные модели, демонстрирующие влияние базовых ценностей на общую оценку гордости за российское гражданство ($N = 1173$)

Показатель	Модель 2.1	Модель 2.2	Модель 2.3	Модель 2.4
Возраст	0,002 (0,002)	0,002 (0,002)	0,003 (0,002)*	0,002 (0,001)*
Пол (мужчины — контрольная группа)	0,024 (0,049)	0,024 (0,049)	0,022 (0,040)	0,020 (0,040)
Уровень образования (11-балльная шкала от «1» — «вообще не учился в школе» до «11» — «научная степень»)	0,010 (0,010)	0,006 (0,010)	0,005 (0,008)	0,005 (0,008)
Уровень дохода (среднемесячный доход семьи, 11-балльная шкала от «1» — менее 9 тыс. руб. до «11» — более 100 тыс. руб.)	-0,002 (0,001)	-0,002 (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001 (0,001)
Религиозность («Насколько религиозным человеком Вы себя считаете?», 11-балльная шкала от «0» — «совсем не религиозным» до «10» — «очень религиозным»)	0,000 (0,003)	0,000 (0,003)	0,001 (0,002)	0,001 (0,002)
Значимость ценностной категории «самоутверждение»	-0,098 (0,003)**	—	—	—
Значимость ценностной категории «забота о людях и природе»	—	0,139 (0,048)**	—	—
Значимость ценностной категории «сохранение»	—	—	-0,002 (0,038)	—
Значимость ценностной категории «открытость изменениям»	—	—	—	-0,011 (0,033)
N	1173	1173	1173	1173
Скорректированный R^2 , %	2,5	2,4	0,5	0,5

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

результаты свидетельствуют в пользу солидаристского объяснения. Альтернативное объяснение, предполагающее трактовку национальной идентичности как проявления группового эгоизма и соответственно перенос индивидуального эгоизма на уровень группы (т.е. страны), в данном случае не срабатывает. Причина, возможно, в том, что «другие», фигурирующие в ценностных высказываниях на тему эгоизма-альтруизма, рассматриваются респондентами преимущественно как люди, живущие в одной с ними

стране, т.е. те, кого в логике «воображаемых сообществ» [Anderson, 2006] проще всего представить себе как обобщенного «другого», а не «чужого», иностранца.

Ограничение

В приводимом анализе базовые ценности рассматриваются в регрессиях как независимые переменные, а гордость — в качестве зависимой, что является, конечно, слишком сильным допущением: правильнее было бы говорить о *взаимосвязях* двух групп феноменов.

Источники

Гудков Л. Россия в ряду других стран: к проблеме национальной идентичности // Мониторинг обществ. мнения: экон. и социальные перемены. 1999. № 1 (39). С. 39–47.

Магун А.В., Магун В.С. Связь со страной и гордость за ее достижения (Российские данные в контексте международных сравнений) // Обществ. науки и современность. 2009. № 2. С. 103–113; № 3. С. 32–44.

Магун В.С., Фабрикант М.С. Гордость человека за свою страну: индивидуальные и страновые детерминанты // XVI Апр. междунар. науч. конф. «Модернизация экономики и общества»: в 4 кн. / отв. ред. Е.Г. Ясин. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. Кн. 4. С. 53–62.

Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. L., N.Y.: Verso Books, 2006.

Brubaker R. Grounds for Difference. Harvard Univ. Press, 2015.

Fabrykant M., Magun V. Grounded and Normative Dimensions of National Pride in Comparative Perspective // Dynamics of Nat. Identity: Media a. Societal Factors of What We Are / J. Grimm et al. (eds). L.: Routledge, 2016. P. 83–112.

Gat A. Nations: The Long History and Deep Roots of Political Ethnicity and Nationalism. Cambridge Univ. Press, 2012.

Inglehart R., Baker W.E. Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values // American Sociological Rev. 2000. Vol. 65. Febr. P. 19–51.

Renan E. Qu'est-ce qu'une nation? République des Lettres, 2012.

Schwartz S.H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // Advances in Experimental Social Psychology. 1992. Vol. 25. No. 1. P. 1–65.

Schwartz S.H. Value Orientations: Measurement, Antecedents and Consequences across Nations // Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European

Social Survey / R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald, G. Eva (eds). L.: Sage, 2007. P. 161–193.

Smith A. Nations and Nationalism in a Global Era. John Wiley & Sons, 2013.

Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge Univ. Press, 2010.

Tajfel H., Turner J.C. An Integrative Theory of Intergroup Conflict // The Social Psychology of Intergroup Relations / W.G. Austin, S. Worchel (eds). Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979. P. 33–47.