

DOI 10.22363/2313-1683-2022-19-3-429-447

УДК 159.9.072.59

Исследовательская статья

## Разработка методики оценки воспринимаемой культуры сообщества на основе культурной ориентации «горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм» Г. Триандиса

А.А. Галлямова , Д.С. Григорьев 

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

✉ [aagallyamova@hse.ru](mailto:aagallyamova@hse.ru)

**Аннотация.** На основе культурной ориентации «горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм» Г. Триандиса разработана новая методика измерения воспринимаемой культуры сообщества на базе оценки уровня ее горизонтального индивидуализма, вертикального индивидуализма, горизонтального коллективизма и вертикального коллективизма. На первом этапе качественный анализ содержания пунктов посредством когнитивных интервью показал, что формулировки адекватны российскому контексту и являются содержательно точными и понятными для респондентов. Во втором этапе эмпирической проверки методики с помощью социально-психологического опроса (анкетирование) приняло участие 300 человек. Результаты свидетельствуют, что предложенная факторная структура имеет удовлетворительное глобальное и локальное соответствие измерительной модели собранным эмпирическим данным. Методика обладает измерительной эквивалентностью по полу, а также удовлетворительными показателями надежности и валидности. Сравнение полученных результатов с опубликованными ранее продемонстрировало, что представленная методика измерения культурных ориентаций имела лучшие показатели, чем оригинальная или другие ее модификации, адаптации и переводы на русский язык. Кроме того, разработанная методика показала, что полученные результаты измерения содержательно соотносятся с личными индивидуальными ценностями участников, которые оценивались с помощью методики базовых человеческих ценностей Ш. Шварца. Методика будет особенно полезна и может успешно применяться в различных исследованиях, посвященных социальному влиянию.

**Ключевые слова:** культурные ориентации, социальная экология, культура сообщества, социальное влияние, горизонтальный индивидуализм, вертикальный индивидуализм, горизонтальный коллективизм, вертикальный коллективизм, методика

**Благодарности и финансирование.** Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

---

© Галлямова А.А., Григорьев Д.С., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

## Введение

Определение того, чем одна культура отличается от другой имеет важное значение для широкого круга различных сфер от международных отношений и маркетинга до процесса аккультурации и когнитивной дифференциации (Triandis, Gelfand, 1998). Многие исследователи для того чтобы существенно определить, что важно для той или иной культуры обращались к понятию культурных измерений, ценностей или синдромов, которые рассматривались в рамках различных подходов: Г. Триандиса, Р. Инглхарта, Г. Хофстеде, Ш. Шварца (см. напр., Hofstede, 2011; Inglehart, 2008; Schwartz, 2006; Triandis, 1996). Так Ш. Шварц полагает, что через *культурные ценности* выражаются необходимые способы решения фундаментальных проблем регуляции человеческой деятельности в конкретной культуре. Принятые решения, нацеленные на преодоления этих проблем, можно использовать в качестве параметров, по которым люди могут отличить одну культуру от другой (Schwartz, 2006). В свою очередь Г. Триандис предложил рассматривать *культурные синдромы*, которые, во-первых, составляют общие взгляды, убеждения, нормы, роли, ценности, а также другие подобные им элементы субъективной культуры, выявленные среди тех, кто имеет общий язык, историческое прошлое и географическое положение; во-вторых, удовлетворяют трем условиям: 1) организованы вокруг конкретной жизненной сферы; 2) имеют небольшую внутрикультурную вариацию, которая значительно меньше межкультурной; 3) осмысленно связаны с географическим положением (Triandis, 1996).

Несмотря на некоторые различия в существующих подходах как понятия *индивидуализм* и *коллективизм* были концептуализованы еще в 1960-х гг. и с тех пор используются для объяснения особенностей поведения во многих культурах (Sivadas et al., 2008). Так или иначе предполагаемые характеристики, охватываемые индивидуализмом и коллективизмом, учитываются в различных подходах к измерениям культур, хотя и могут иметь несколько другие обозначения (например, *автономия* и *принадлежность* у Ш. Шварца) (Schwartz, Ros, 1995). В целом эти различия имеют дело с похожей смысловой градацией, согласно которой люди являются либо более самостоятельными, либо более «встроенными» в группы. Так, по мнению Г. Триандиса, индивидуализм и коллективизм имеют четыре определяющие особенности: 1) фокусирование на личных или групповых чертах; 2) личные или коллективные цели; 3) отношения, строящиеся на взаимообмене или глубоко заданном общественном порядке; 4) слабая или сильная роль социальных норм в определении поведения (Triandis, Gelfand, 1998; см. также Vargas, Kemmelmeier, 2013).

Хотя само по себе деление на индивидуализм и коллективизм имеет неоспоримую полезность для понимания культурных различий, Г. Триандис полагал, что данный дихотомический взгляд слишком упрощен, и сформулировал дополнительное измерение, добавляющее *горизонтальную – вертикальную* ось для оценки социальных взаимодействий, которая позволяет понять, насколько ценится равенство и иерархия в индивидуалистических и коллективистских культурах (Singelis et al., 1995). Таким образом, предпола-

гается, что и «горизонтальные», и «вертикальные крайности» могут существовать как в индивидуалистических, так и в коллективистских культурах (Triandis, Gelfand, 1998). В горизонтальных культурах люди ценят эгалитарное взаимодействие и отношение друг к другу как к равным, тогда как в вертикальных культурах люди считают, что неравенство и иерархия являются неотъемлемой частью общества (Triandis, 1996). Как итог, данный подход Г. Триандиса включает в себя четыре *культурные ориентации*: горизонтальный индивидуализм (ГИ), вертикальный индивидуализм (ВИ), горизонтальный коллективизм (ГК), вертикальный коллективизм (ВК). Для *ГИ* характерна ценность уникальности и уверенности в себе, в то время как для *ВИ* – стремление конкурировать и иметь высокий статус. Хотя для коллективистской ориентации в целом ценна взаимозависимость и общие цели, для *ГК* характерен фокус на общих целях и взаимодействии, тогда как для *ВК* – фокус на иерархии, целостности с ин группой, а также готовности пожертвовать личными целями ради групповых (Triandis, Gelfand, 1998). Таким образом, две оси культурных ориентаций «горизонтальность – вертикальность» и «индивидуализм – коллективизм» можно соотнести с фундаментальными проблемами групповой жизни людей – построением *иерархии* и *солидарности*, которые сопряжены с когнитивными механизмами, лежащими в основе человеческого *сотрудничества* и *социальной конформности* (Берри, 2019).

Без сомнения *социальное влияние* является одной из центральных тем социальной психологии, которая во многом и сформировала эту дисциплину как отдельную область психологического знания. При этом помимо исторически сложившихся культурных ниш в современном мире люди могут выбирать и менять место жительства на то, которое больше подходит под их образ жизни, из чего формируется и/или усиливается, а впоследствии и обособляется, некоторая кластеризация сообществ с разными культурными ориентациями, являющимися адаптивными к различным характеристикам объективной среды (например, инфраструктуре, плотности населения, структуре рынка труда и т. д.) (Rentfrow et al., 2008). В рамках одной страны, и даже города или района, эта среда может довольно сильно отличаться, а значит, могут варьироваться и культуры местных сообществ. В свою очередь, исследования в рамках социальной психологии чаще всего это не учитывают, сводя все эффекты социального влияния к присутствию реальных или воображаемых людей в малых группах. Для психологии в целом характерна эта недооценка влияния повседневной жизненной среды и учета ее постоянного взаимодействия с личностью (Нартова-Бочавер, 2019). Поэтому мы предлагаем начать изучать и учитывать *культурные ориентации сообществ*, то есть людей, составляющих непосредственное окружение человека.

Различая анализ на индивидуальном и групповом уровне (Smith, Bond, 2019; Triandis, 2001), для психометрической оценки ГИ, ВИ, ГК, ВК ранее была разработана методика, состоящая из 32 пунктов (см. Singelis et al., 1995), которая впоследствии была модифицирована, в том числе путем создания двух коротких версий (см. Sivadas et al., 2008; Triandis, Gelfand, 1998). Кроме того, переводы и адаптации на русский язык различных вариантов данных методик применялись и в исследованиях в России (например,

Крюкова, 2013; Лебедева, Татарко, 2007; Лебедева и др. 2007; Панкратова и др., 2017). Используя данные наработки, **цель нашего исследования** – создание новой методики, которая может быть использована для оценки воспринимаемой культуры сообщества (то есть оценить ГИ, ВИ, ГК, ВК как характеристику условно обособленного сообщества людей). Наша методика нацелена на измерение восприятия людьми своей локальной повседневной социальной среды и может применяться для изучения социального влияния от непосредственного окружения человека, с учетом культурной ориентации этого окружения.

### Процедура и методы

**Участники.** В исследовании приняли участие 300 человек (58,3 % – женщины и 41,7 % – мужчины) в возрасте от 17 до 86 лет ( $M = 40,3$ ;  $SD = 12,4$ ), среди них 41,3 % имели высшее образование (специалитет), 17,7 % – среднее специальное образование, 13,7 % – степень бакалавра, 11,0 % – степень магистра, 5,0 % – среднее образование и только 1,3 % имели ученую степень. Также 64,3 % указали в качестве своей религии православие, 29,3 % указали, что не исповедуют никакой религии, а 6,3 % отметили, что исповедуют другие религии (ислам, буддизм, иудаизм и др.)

**Процедура.** Данные были собраны в мае 2022 г. с помощью онлайн-анкетирования, проведенного независимой коммерческой исследовательской компанией, в результате опроса их собственной панели респондентов за денежное вознаграждение. Исследование проводилось с соблюдением этических норм COPE и APA. Участники должны были прочитать инструкцию, включающую в себя основную информацию об исследуемой проблеме, информацию о конфиденциальности, а также контакты исследователей, и заполнить анкету.

**Разработка пунктов.** Наша методика для оценки воспринимаемой культуры сообщества была разработана на основе существующих ранее методик измерения культурной ориентации «индивидуализм – коллективизм» на индивидуальном уровне (см. Singelis et al., 1995; Triandis, Gelfand, 1998). Однако в отличии от них, включающих 32 пункта, мы решили создать более короткий вариант, составив нашу методику из 16 пунктов (по 4 пункта на каждый фактор), чтобы снизить высокую когнитивную нагрузку на респондентов для лучшего сохранения ими концентрации внимания во время заполнения анкеты. Мы сформулировали инструкцию и пункты методики таким образом, чтобы сместить фокус респондентов с оценки себя на восприятие ими культуры своего сообщества.

**Когнитивные интервью.** На первом этапе для формулировки пунктов была проведена серия когнитивных интервью с использованием техники *think-aloud*. В ходе интервью для изначальной версии пункта, оставленной нами: «У людей из моего окружения принято делать все, лишь бы угодить своим семьям, даже если самим этим людям очень не нравится что-то для этого делать» – респондентами отмечалась «непонятность» формулировки «очень не нравится что-то для этого делать»: «„Что-то для этого де-

лать “ звучит так будто им лень это делать» (из интервью женщины, 24 года). Поэтому мы решили заменить данную формулировку на **«очень не нравится это делать»**. Также в первой версии пункта **«Люди из моего окружения убеждены, что хорошее общество невозможно без конкуренции»** была замечена не точность формулировки **«хорошее общество»**: *«Не совсем ясно, что значит „хорошее“? Богатое или где все друг друга ценят?»* (из интервью женщины, 24 года). Нами было принято решение заменить на **«благополучное общество»**.

**Инструменты. Горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм.** Финальная версия нашей методики состояла из 16 пунктов для оценки восприятия культурной ориентации (ГИ, ВИ, ГК, ВК) ближайшего окружения людей, с которыми они постоянно общаются (например, друзья и знакомые, коллеги, соседи и т. д.). Для ответов, насколько точны утверждения об окружающих их людях, участники использовали 6-балльную шкалу Ликерта (от 1 – *абсолютно не точно* до 6 – *абсолютно точно*). Ключи, инструкция и формулировки пунктов доступны в табл. 1 и в приложении.

**Индивидуальные ценности.** Для проверки критериальной валидности были выбраны индивидуальные ценности (см.: Schwartz, 1992). Мы использовали русскоязычную версию методики SVS (Schwartz Value Survey), измеряющую 10 базовых человеческих ценностей (самостоятельность, стимуляция, гедонизм, достижение, власть, безопасность, конформность, благожелательность, универсализм), в переводе и адаптации Н.М. Лебедевой (см.: Лебедева, Татарко, 2007). Согласно нашим ожиданиям, с одной стороны, характеристики воспринимаемой культуры сообщества должны содержательно соотноситься и с личными индивидуальными ценностями участников (например, ценность власти и горизонтальная и вертикальная направленность индивидуализма – коллективизма), с другой стороны, они не должны с ними значительно совпадать (то есть не иметь корреляции с индивидуальными ценностями выше 0,70).

**Анализ данных.** Весь анализ данных осуществлялся с помощью программной среды R. Для проверки ожидаемой факторной структуры методики использовался конфирматорный факторный анализ с робастным эстиматором MLR. Для достижения необходимой мощности данного анализа мы следовали рекомендации, согласно которой выборка должна составлять около 300 участников (см.: Kugiazos, 2018). Для оценки глобального соответствия измерительной модели ориентировались как на стандартный подход с рекомендуемыми отсечками CFI > 0,90; RMSEA < 0,08; SRMR < 0,08 (например, Kline, 2010; van de Schoot et al., 2012), так и использовали гибкие пороговые значения на основе собственных расчетов (см.: Mai et al., 2021). Дополнительно использовали метод JRule для изучения локального соответствия измерительной модели (см.: Saris et al., 2009).

Также проведены несколько анализов надежности и валидности для проверки внутренней согласованности шкал и их критериальной, конвергентной и дискриминантной валидности: коэффициенты  $\omega$  Макдональда и  $\alpha$  Кронбаха, тест Форнелла – Ларкера (Fornell, Lacker, 1981), показатели НТМТ (Нен-

seler et al., 2015). В соответствии с рекомендациями Ш. Шварца по изучению ценностей (см. например, Efremova et al., 2017), для оценки корреляций между переменными воспринимаемой культуры сообщества и индивидуальными ценностями факторные баллы по обеим методикам были центрированы с помощью среднего значения по всем пунктам соответствующей методики (то есть, например, из переменных ГИ, ВИ, ГК, ВК вычиталось среднее значение участника по всем 16 пунктам, а из переменных 10 ценностей – по всем 57 пунктам).

Для проверки эквивалентности методики по полу мы провели мультигрупповой конформационный факторный анализ при помощи метода выравнивания (*alignment*), который проверяет измерительную эквивалентность с помощью специального алгоритма, который оптимизирует подсчет каждого теста для метрической (равенство факторных нагрузок) и скалярной (равенство интерсептов [свободных членов/констант] пунктов шкалы) измерительной инвариантности с помощью коэффициентов детерминации  $R^2$ . Значения  $R^2$ , равные 1, указывают на совершенную инвариантность параметра, а равные 0 – на совершенную неинвариантность; соответственно, показатели между этими крайними точками можно интерпретировать как степень достоверности, с которой можно осмысленно сравнивать оцениваемые параметры между выбранными группами (Sirganci et al., 2020).

## Результаты

**Предварительный анализ.** Данные не имели выбросов и пропущенных значений. Визуальный осмотр распределений с помощью квантильных графиков показал, что распределения переменных были близки к нормальному. Кроме того, показатели асимметрии и эксцесс находились в интервале от  $-1$  до  $1$ , что также свидетельствовало о распределении близком к нормальному. Рассчитанные значения доступны в табл. 1.

**Факторная структура.** Все факторные нагрузки в оцененной модели оказались статистически значимыми в диапазоне от 0,553 до 0,805 (в среднем 0,662) (табл. 1). Данная измерительная модель показала приемлемое глобальное соответствие,  $\chi^2(df) = 162,54(98)$ ;  $p < 0,001$ ; RMSEA [90 % CI] = 0,047 [0,035–0,058]; CFI = 0,950; SRMR = 0,049) в соответствии с общепринятыми эмпирическими правилами. Кроме того, полученные значения CFI и SRMR согласуются с гибкими пороговыми значениями для такого рода моделей на основе наших собственных расчетов, когда они не должны быть хуже, чем CFI = 0,930; SRMR = 0,049. Дополнительные расчеты на нескольких уровнях неопределенности показали, что количество неправильных спецификаций было невелико, поэтому мы можем утверждать, что эмпирическая факторная структура действительно соответствовала нашим ожиданиям. Наконец, изучение локального соответствия измерительной модели не показало в этой части каких-либо серьезных проблем.

**Надежность/согласованность.** Коэффициенты  $\omega$  Макдональда и  $\alpha$  Кронбаха для всех фокальных конструкторов были не ниже 0,70 и варьировались в диапазоне от 0,70 до 0,80 (в среднем 0,76).

Таблица 1 / Table 1

**Факторные нагрузки, показатели надежности и дескриптивная статистика, N = 300 /  
Factor loadings, reliability coefficients, and descriptive statistics, N = 300**

Пункты / Items	Факторные нагрузки / Factor loadings	$\alpha / \omega$	M (SD)	Асимметрия, эксцесс / Skewness, kurtosis
<b>Горизонтальный индивидуализм / Horizontal Individualism</b>		<b>0,79</b>	<b>4,35 (1,04)</b>	<b>-0,63; 0,31</b>
2. Люди из моего окружения убеждены, что человек должен быть независим и заниматься своими собственными делами / My community is convinced that a person should be independent and mind his own business	0,775		4,40 (1,28)	-0,63; -0,09
6. Люди из моего окружения очень дорожат свободой своей частной жизни / My community values the freedom of their privacy very much	0,689		4,41 (1,31)	-0,55; -0,33
10. Люди в моем окружении убеждены, что все происходящее с ними зависит полностью от них самих / My community is convinced that everything that happens to them depends entirely on themselves	0,612		4,22 (1,45)	-0,54; -0,63
14. Люди из моего окружения убеждены, что обычно они достигают успеха благодаря своим собственным способностям / My community is convinced that they usually achieve success through their own abilities	0,691		4,38 (1,32)	-0,80; 0,15
<b>Вертикальный индивидуализм / Vertical individualism</b>		<b>0,80</b>	<b>4,05 (0,93)</b>	<b>0,04; -0,38</b>
4. Люди из моего окружения убеждены, что конкуренция – это закон природы / My community is convinced that competition is the law of nature	0,805		3,82 (1,29)	-0,03; -0,68
8. Для людей из моего окружения крайне важно то, что они делают свою работу лучше, чем другие / It is extremely important for my community that they do their job better than others	0,581		3,81 (1,33)	-0,17; -0,63
12. Работа доставляет людям из моего окружению удовольствие, когда им приходится конкурировать с другими людьми / Work gives my community pleasure when they have to compete with other people	0,652		3,26 (1,35)	0,02; -0,68
16. Люди из моего окружения убеждены, что благополучное общество невозможно без конкуренции / My community is convinced that a prosperous society is impossible without competition	0,786		3,68 (1,27)	0,10; -0,61
<b>Горизонтальный коллективизм / Horizontal Collectivism</b>		<b>0,74</b>	<b>4,05 (0,93)</b>	<b>-0,39; 0,53</b>
3. Люди из моего окружения рады, когда занимаются чем-то совместно с другими / My community is happy when they do something together with others	0,766		4,12 (1,15)	-0,29; -0,29
7. Для людей из моего окружения крайне важно поддерживать согласие между членами коллектива / It is extremely important for my community to maintain agreement between the members of the group	0,617		3,99 (1,23)	-0,28; -0,36

Окончание табл. 1 / Table 1, ending

Пункты / Items	Факторные нагрузки / Factor loadings	$\alpha / \omega$	M (SD)	Асимметрия, эксцесс / Skewnes, kurtosis
11. Если бы у кого-то из родственников людей из моего окружения возникли финансовые затруднения, они бы сделали все возможное чтобы помочь / If any of the relatives of my community had financial difficulties, they would do everything possible to help	0,591		4,04 (1,34)	-0,42; -0,44
15. Для моего окружения проводить время с людьми – это удовольствие / Spending time with people is a pleasure for my community	0,630		4,05 (1,21)	-0,31; -0,14
<b>Вертикальный коллективизм / Vertical Collectivism</b>		<b>0,70</b>	<b>3,16 (0,92)</b>	<b>0,12; 0,44</b>
1. Для людей из моего окружения недопустимо, чтобы их мнение не совпадало с мнением коллектива / It is unacceptable for my community that their opinion does not coincide with the opinion of the group	0,605		2,94 (1,34)	0,30; -0,69
5. Люди из моего окружения пожертвовали даже очень любимым делом, если бы их семьи его не одобряли / My community would sacrifice even a very favorite thing if their families do not approve of it	0,636		3,05 (1,21)	0,18; -0,12
9. Люди из моего окружения обычно жертвуют своими личными интересами ради благополучия коллектива / My community usually sacrifice their personal interests in the sake of the well-being of the group	0,603		3,02 (1,26)	0,20; -0,43
13. У людей из моего окружения принято делать все, лишь бы угодить своим семьям, даже если самим этим людям очень не нравится это делать / It is customary for my community to do everything to please their families, even if these people themselves really do not like to do it	0,553		3,62 (1,28)	-0,20; -0,53

Примечание:  $\omega$  – Макдональда имело одинаковое значение с  $\alpha$  Кронбаха.

Note: McDonald's  $\omega$  values were the same as Cronbach's  $\alpha$  values.

**Валидность.** Все латентные переменные в оцененной измерительной модели имели умеренную положительную и значимую корреляцию, кроме ВК и ГИ (табл. 2). Значения квадратного корня средней извлеченной дисперсии (AVE), который должен быть выше, чем коэффициенты корреляции между латентными переменными, показали небольшие проблемы для дискриминантности ГК и ГИ (то есть корреляция – 0,67 и квадратный корень из AVE – 0,65). Однако более новый и точный метод НТМТ продемонстрировал, что все значения (Max.НТМТ) значительно ниже предопределенного порогового значения 0,85, что обеспечивает убедительное свидетельство наличия дискриминантной валидности.

Согласно результатам, представленным в табл. 3, все корреляции центрированных переменных соответствовали ожидаемой номологической сети

связей между ними. То есть конструкты воспринимаемой культуры сообщества, измеряемые разработанной нами методикой, имеют содержательно логичные связи с индивидуальными ценностями, измеряемые методикой Ш. Шварца. Например, были обнаружены ожидаемые нами связи ценности власти и горизонтальной и вертикальной направленности индивидуализма-коллективизма.

Таблица 2 / Table 2

**Показатели валидности и корреляции между латентными переменными, N = 300 /  
Indicators of validity and correlations between latent variables, N = 300**

Пункты / Items	ГИ / HI	ВИ / VI	ГК / HC	ВК / VC
ГИ / HI	0,69	0,68	0,66	0,14
ВИ / VI	0,67	0,71	0,59	0,53
ГК / HC	0,67	0,60	0,65	0,50
ВК / VC	0,16	0,49	0,54	0,60

*Примечание.* Ниже диагонали находятся корреляции между латентными переменными, выше диагонали — показатели дискриминантной валидности HTMT, а на диагонали — квадратные корни средней извлеченной дисперсии

*Note.* Below the diagonal are correlations between latent variables, above the diagonal is the HTMT discriminant validity indicators, and on the diagonal is the square roots of average extracted variance.

Таблица 3 / Table 3

**Парные корреляции между воспринимаемой культурой сообщества  
и индивидуальными ценностями участников, N = 300 /  
Bivariate correlations between perceived community culture  
and participants' individual values, N = 300**

Индивидуальные ценности / Individual values	ГИ / HI	ВИ / VI	ГК / HC	ВК / VC
Самостоятельность / Self-direction	0,24***	-0,01	0,05	-0,26***
Стимуляция / Stimulation	-0,02	0,05	-0,05	0,02
Гедонизм / Hedonism	0,09	-0,02	-0,02	-0,05
Достижение / Achievement	-0,01	0,15**	-0,15**	0,01
Власть / Power	-0,12*	0,18**	-0,26***	0,17**
Безопасность / Security	-0,01	0,09	0,09	-0,01
Конформность / Conformity	-0,01	-0,03	-0,03	-0,05
Традиция / Tradition	-0,20***	0,01	-0,07	0,23***
Благожелательность / Benevolence	-0,03	-0,07	0,09	0,02
Универсализм / Universalism	0,01	-0,15**	0,18**	-0,02

*Примечание / Note:* \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$ .

**Связь с социодемографическими переменными.** Не было обнаружено значимых связей воспринимаемой культуры сообщества со всеми измененными социодемографическими переменными за исключением пола. Так, мы обнаружили слабые связи с полом: оценки культуры сообщества по ГК были выше среди женщин (размер эффекта  $r = 0,16$ ), а оценки культуры сообщества по ВИ были выше у мужчин (размер эффекта  $r = 0,12$ ).

**Измерительная инвариантность по полу.** Интегральные показатели измерительной инвариантности  $R^2 = 0,96$  для факторных нагрузок и  $R^2 = 0,99$  для интерсептов очень близки к 1, поэтому можно сделать вывод, что методика эквивалентна для участников обоих полов.

## Обсуждение результатов

Основная цель этого исследования состояла в том, чтобы модифицировать методику культурной ориентации «горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм» Г. Триандиса на индивидуальном уровне с целью создания новой методики для измерения воспринимаемой культуры сообщества. По сути, наша новая методика стремится измерить не индивидуальные различия в культурных ориентациях, а некий *социокультурный фактор*, который показывает в какую культуру сообщества включен человек. Особенности культуры сообщества могут иметь важные последствия для понимания поведения, что важно учитывать, поскольку с точки зрения социально-экологического подхода к вариациям человеческого поведения, люди, как осознано, так и неосознанно, адаптируют свое поведение, чтобы привести его в соответствие с окружающей их средой. С одной стороны, сама по себе культура сообщества как концепция не предполагает и не требует ее восприятия людьми. Однако оценивается культура сообщества через субъективное восприятие культурной ориентации окружающих людей, что требует вовлечения в процесс социального познания и навигации в социальном мире, а значит, и соответствующих индивидуальных реакций.

Конструкты воспринимаемой культуры сообщества, измеряемые разработанной нами методикой, имели содержательно логичные констелляции связей с индивидуальными ценностями, измеряемые методикой Ш. Шварца. Так ГИ был положительно связан с ценностью самостоятельности и отрицательно – с ценностью традиции и власти, тогда как ВИ – положительно связан с ценностью власти и достижения, а также отрицательно – с ценностью универсализма. При этом ГК был положительно связан с ценностью универсализма, но отрицательно – с ценностью власти и достижения, в то время как ВК положительно связан с ценностью власти и традиции, но отрицательно – с ценностью самостоятельности. Характер данных связей хорошо согласуется с идеей конгруэнтности личных ценностей и ценностей окружения (см. например, Ponizovskiy et al., 2020). Наши результаты также пересекаются с обнаруженными ранее связями с показателями социального капитала (см.: Лебедева, Татарко, 2007). Например, когда ГК был связан с доверием и уважением к людям, толерантностью, готовностью делиться идеями и чувствами, пониманием и поддержкой нужд и целей других людей. Напротив, ВИ был связан с неуважением, интолерантностью, конкуренцией с другими, ценностью статуса и стремлением к власти, готовностью использовать других в своих целях.

Исследование также показало, что женщины и мужчины по-разному интегрированы в свое сообщество. Женщины склонны характеризовать сообщество более горизонтально-коллективистским, тогда как мужчины считают его более вертикально-индивидуалистическим. Это можно объяснить тем, что социализация женщин включает в себя такие ценности, как забота о других, в то время как в мужчинах воспитывается стремление к конкуренции и амбициозность. Эти факты полностью соответствуют результатам метаанализа, посвященного взаимосвязи между данными переменными (см.: Tehrani, Yamini, 2022). В то же время мы не обнаружили значимых взаимосвя-

зей между воспринимаемыми культурными ориентациями сообщества и другими социально-демографическими переменными участников (их уровнем образования, статусом учащегося, возрастом), хотя в одном из предыдущих исследований в России возраст был связан с индивидуальными культурными ориентациями россиян: среди более молодого поколения преобладал индивидуализм, а среди респондентов старшего возраста он имел более слабую выраженность (Крюкова, 2013).

Относительно психометрических характеристик нашей методики можно констатировать, что по сравнению с оригиналом она демонстрирует лучшие показатели глобального соответствия: так оригинальная методика с 32 пунктами имела неудовлетворительные показатели: GFI (аналог CFI) = 0,790 и SRMR = 0,089 (Singelis et al., 1995). Сходные проблемы с измерительной моделью наблюдались и для короткой версии (см.: Sivadas et al., 2008). В исследовании, проведенном в России, сообщается о CFI = 0,663 и RMSEA [90 % CI] = 0,081 [0,077–0,086] (Панкратова и др., 2017). Эти проблемы с факторной структурой методики прежде всего связаны с обилием перекрестных нагрузок, которые не были характерны для разработанной нами методики. Более того, показатели надежности у всех приведенных здесь примеров были также ниже наших (например, для упомянутой русскоязычной версии:  $\alpha_{ГИ} = 0,61$ ;  $\alpha_{ВИ} = 0,77$ ;  $\alpha_{ГК} = 0,66$ ;  $\alpha_{ВК} = 0,53$ ). На наш взгляд, дополнительной причиной преимуществ нашей версии является ее фокус на культуре сообщества, поскольку мы считаем, что измерение индивидуальных различий в культурных ориентациях является более сложной задачей, нежели измерение культурных ориентаций групп. Тем не менее мы считаем, что пункты нашей методики могут быть модифицированы (за неимением пока лучших инструментов) и для оценки индивидуальных различий.

Итак, мы исходили из того, что люди внутри общества принадлежат к разным сообществам. В свою очередь эти сообщества формируют их общую социальную реальность (например, Echterhoff et al., 2013), когда непосредственное окружение человека может влиять на его личные установки и убеждения, поэтому, чтобы понять это влияние, нужно сначала понять характеристики самого окружения, а для этого могут быть практичны культурные ориентации (ГИ, ВИ, ГК, ВК). Таким образом, наша методика может быть особенно полезна при объяснении различных социальных явлений, связанных с феноменом социального влияния. В качестве конкретного примера приведем понятие *оправдания системы*, которое согласно «Теории оправдания системы» является концепцией индивидуального уровня (см. Jost et al., 2017; Агадуллина и др., 2021; Муминова и др., 2022), а его эффекты не учитывают влияние сообщества. Однако человек не живет в вакууме, поэтому мы предполагаем, что важно учитывать социальное влияние, которое, кроме того, может быть *качественно различным* в зависимости от конкретной культурной ориентации сообщества, в которое включен человек. Грубо говоря, человек, включенный в сообщество, характеризуемое ВК, должен в большей мере считать сложившуюся систему легитимной, чем человек, включенный в сообщество, характеризуемое ГИ. То есть воспринимаемая культура сообщества может выступать здесь в качестве модератора различных эффектов оправдания системы. Наконец, мы считаем, что нашу

методику можно легко модифицировать для оценки культурной ориентации организации, слегка поменяв инструкцию, и таким образом успешно использовать в рамках организационной психологии.

### **Заключение**

Созданная нами методика оценки воспринимаемой культуры сообщества продемонстрировала удовлетворительные показатели глобального и локального соответствия измерительной модели теоретической факторной структуре и ее удовлетворительные показатели измерительной эквивалентности по полу, а также удовлетворительные показатели надежности и валидности. Качественный анализ содержания пунктов посредством когнитивных интервью показал, что формулировки адекватны российскому контексту и являются содержательно точными и понятными для респондентов. Кроме того, при сравнении с другими доступными методиками оценки культурной ориентации «горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм» Г. Триандиса (в том числе и на русском языке) обнаружено, что наша методика отличается лучшими психометрическими показателями, хотя состоит из меньшего количества пунктов.

Как итог, мы считаем, что наша методика будет особенно полезна и может успешно применяться в различных исследованиях, посвященных социальному влиянию. На наш взгляд, это поможет заполнить пробел, когда часто упускается из виду, что люди подвержены влиянию не только общенациональной культуры, измерение которой в основном используется для понимания культурных различий, но и непосредственно ближайшего окружения, проксимального агента культурной трансмиссии (инкультурации, социализации, аккультурации), чьи культурные ориентации могут отличаться в той или иной степени от обобщенных характеристик доминирующей культуры на уровне страны (особенно такой большой как Россия). Соответственно, оценка воспринимаемой культуры сообщества позволит исследовать культурные эффекты на более низком (вложенном) уровне, что обеспечит более детальную и широкую картину того, как культура инкорпорируется в индивидуальное поведение.

### **Список литературы**

*Ссылки на источники см. в разделе References после англоязычного блока.*

#### **История статьи:**

Поступила в редакцию 12 июня 2022 г.

Принята к печати 15 июля 2022 г.

#### **Для цитирования:**

Галлямова А.А., Григорьев Д.С. Разработка методики оценки воспринимаемой культуры сообщества на основе культурной ориентации «горизонтальный/вертикальный индивидуализм – коллективизм» Г. Триандиса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2022. Т. 19. № 3. С. 429–447. <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2022-19-3-429-447>

### Сведения об авторах:

Галлямова Альбина Аликовна, стажер-исследователь, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). ORCID: 0000-0002-8775-7289, ResearcherID: GLV-6876-2022, eLIBRARY SPIN-код: 6639-2529. E-mail: aagallyamova@hse.ru

Григорьев Дмитрий Сергеевич, PhD, научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). ORCID: 0000-0003-4511-7942, Scopus Author ID: 57191706675, ResearcherID: K-3338-2015, eLIBRARY SPIN-код: 1807-9739. E-mail: dgrigoryev@hse.ru

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Анкета

Насколько точно приведенные ниже утверждения описывают людей из вашего ближайшего окружения, с которыми вы постоянно общаетесь (например, друзей и знакомых, коллег по работе, соседей и др.). Отметьте, пожалуйста, насколько точны утверждения ниже, касающиеся этих людей вокруг вас, по 6-балльной шкале от 1 – *Абсолютно не точно* до 6 – *Абсолютно точно*.

На ваш взгляд...

- |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Для людей из моего окружения недопустимо, чтобы их мнение не совпадало с мнением коллектива.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Люди из моего окружения убеждены, что человек должен быть независим и заниматься своими собственными делами.                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3. Люди из моего окружения рады, когда занимаются чем-то совместно с другими.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 4. Люди из моего окружения убеждены, что конкуренция – это закон природы.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5. Люди из моего окружения пожертвовали даже очень любимым делом, если бы их семьи его не одобряли.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 6. Люди из моего окружения очень дорожат свободой своей частной жизни.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7. Для людей из моего окружения крайне важно поддерживать согласие между членами коллектива.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 8. Для людей из моего окружения крайне важно то, что они делают свою работу лучше, чем другие.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9. Люди из моего окружения обычно жертвуют своими личными интересами ради благополучия коллектива.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 10. Люди в моем окружении убеждены, что все происходящее с ними зависит полностью от них самих.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 11. Если бы у кого-то из родственников людей из моего окружения возникли финансовые затруднения, они бы сделали все возможное чтобы помочь. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

- |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 12. Работа доставляет людям из моего окружению удовольствие, когда им приходится конкурировать с другими людьми.                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 13. У людей из моего окружения принято делать все, лишь бы угодить своим семьям, даже если самим этим людям очень не нравится это делать. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 14. Люди из моего окружения убеждены, что обычно они достигают успеха благодаря своим собственным способностям.                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 15. Для моего окружения проводить время с людьми – это удовольствие.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 16. Люди из моего окружения убеждены, что благополучное общество невозможно без конкуренции.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

### Ключ

Горизонтальный индивидуализм: 2, 6, 10, 14.

Вертикальный индивидуализм: 4, 8, 12, 16.

Горизонтальный коллективизм: 3, 7, 11, 15.

Вертикальный коллективизм: 1, 5, 9, 13.

### Анализ

Посчитанные средние баллы по каждой шкале культурной ориентации необходимо центрировать (то есть вычесть из значений ГИ, ВИ, ГК, ВК участника его средний балл, посчитанный по всем пунктам данной методики). Это должно привести к тому, что данные переменные будут связаны между собой отрицательно, то есть репрезентировать, что каждая из культурных ориентаций является в большей или меньшей мере альтернативой оставшимся.

DOI 10.22363/2313-1683-2022-19-3-429-447

Research article

## Development of a Measure for Assessing Perceived Community Culture Based on Triandis's Horizontal/Vertical Individualism-Collectivism Cultural Orientation

Albina Gallyamova , Dmitry Grigoryev 

HSE University,  
20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation  
 aagallyamova@hse.ru

**Abstract.** A new measure based on Triandis's horizontal/vertical individualism-collectivism cultural orientation was developed to assess perceived community culture through the lens of horizontal individualism, vertical individualism, horizontal collectivism, and verti-

cal collectivism. In the first step, a qualitative analysis using cognitive interviews showed that item wordings were appropriate to the Russian context, meaningfully accurate, and tangible to participants. In the second step, there was empirical testing of measure with 300 participants of the sociopsychological survey (questionnaire). The results showed that the expected factor structure had acceptable global and local fit of measurement model with the collected data. The measures had measurement equivalence by gender and acceptable indicators of reliability and validity. Comparison of obtained results with those published earlier showed that presented measure of the cultural orientations provided better model fit and indicators than the original measure or its other modifications, adaptations, and translations into Russian. Moreover, the developed measure showed that the assessment results were meaningfully correlated with the individual values of the participants assessed by Schwartz's basic human values approach. Finally, the measure is particularly useful and can be successfully applied in a variety of studies aimed to study social influence. The questionnaire in English is available at Appendix in the end of the paper.

**Key words:** cultural orientations, social ecology, community culture, social influence, horizontal individualism, vertical individualism, horizontal collectivism, vertical collectivism, psychological measurement

**Acknowledgements and Funding.** The article was prepared within the framework of the Basic Research Program at HSE University, RF.

## References

- Agadullina, E.R., Ivanov, A.A., Sarieva, I.R., & Prusova, I.S. (2021). System justification theory: A new perspective on the problem of inequality. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 10(1), 132–141. (In Russ.) <https://doi.org/10.17759/jmfp.2021100113>  
*Агадуллина Е.Р., Иванов А.А., Сариева И.Р., Прусова И.С.* Теория оправдания системы: новый взгляд на проблему неравенства // Современная зарубежная психология. 2021. Т. 10. № 1. С. 132–141. <http://doi.org/10.17759/jmfp.2021100113>
- Berry, J.W. (2019). Ecocultural psychology (D. Grigoryev, Transl.). *Cultural-Historical Psychology*, 15(4), 4–16. (In Russ.) <https://doi.org/10.17759/chp.2019150401>  
*Берри Дж.У.* Экокультурная психология / пер. с англ. Д.С. Григорьев // Культурно-историческая психология. 2019. Т. 15. № 4. С. 4–16. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150401>
- Echterhoff, G., Kopietz, R., & Higgins, E.T. (2013). Adjusting shared reality: Communicators' memory changes as their connection with their audience changes. *Social Cognition*, 31(2), 162–186. <https://doi.org/10.1521/soco.2013.31.2.162>
- Efremova, M., Panyusheva, T., Schmidt, P., & Zercher, F. (2017). Mixed methods in value research: An analysis of the validity of the Russian version of the Schwartz Value Survey (SVS) using cognitive interviews, multidimensional scaling (MDS), and confirmatory factor analysis (CFA). *Ask: Research and Methods*, 26(1), 3–30. <https://doi.org/10.18061/1811/81933>
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Henseler, J., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 8. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Inglehart, R.F. (2008). Changing values among Western publics from 1970 to 2006. *West European Politics*, 31(1–2), 130–146. <https://doi.org/10.1080/01402380701834747>

- Inglehart, R.F., & Baker, W.E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65(1), 19–51. <https://doi.org/10.2307/2657288>
- Jost, J.T., Becker, J., Osborne, D., & Badaan, V. (2017). Missing in (collective) action: Ideology, system justification, and the motivational antecedents of two types of protest behavior. *Current Directions in Psychological Science*, 26(2), 99–108. <https://doi.org/10.1177/0963721417690633>
- Kline, R.B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Kryukova, T.L. (2013) Sociocultural syndromes of collectivism vs. individualism as coping research context in Russians. *Vestnik Kostromskogo Gosudarstvennogo Universiteta Imeni N.A. Nekrasova. Seriya: Pedagogika. Psihologiya. Sotsial'naya rabota. Yuvenologiya. Sociokinetika*, 19(4), 130–134. (In Russ.)  
*Крюкова Т.Л. Социокультурные синдромы коллективизм/индивидуализм как контекст совладания со стрессом у россиян // Вестник Костромского государственного университета имени Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2013. Т. 19. № 4. С. 130–134.*
- Kyriazos, T.A. (2018). Applied psychometrics: Sample size and sample power considerations in factor analysis (EFA, CFA) and SEM in General. *Psychology*, 9(8), 2207–2230. <https://doi.org/10.4236/psych.2018.98126>
- Lebedeva, N.M., & Tatarko, A.N. (2007). *Cultural values and social development*. Moscow: Higher School of Economics Publishing House. (In Russ.)  
*Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. 527 с.*
- Lebedeva, N.M., Chirkov, V.I., & Tatarko, A.N. (2007). *Culture and attitude to health: Russia, Canada, China*. Moscow: RUDN University. (In Russ.)  
*Лебедева Н.М., Чирков В.И., Татарко А.Н. Культура и отношение к здоровью: Россия, Канада, Китай. М.: РУДН, 2007. 314 с.*
- Mai, R., Niemand, T., & Kraus, S. (2021). A tailored-fit model evaluation strategy for better decisions about structural equation models. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121142>
- Muminova A.M., Titov A.S., Batkhina A.A., & Grigoryev D.S. (2022). Russian political identity profiles: The role of moral foundations, system justification, and resistance to change. *Social Psychology and Society*, 13(1), pp. 104–123. (In Russ.) <https://doi.org/10.17759/sps.2022130107>  
*Муминова А.М., Титов А.С., Батхина А.А., Григорьев Д.С. Профили политической идентичности россиян: роль моральных оснований, оправдания системы и сопротивления изменениям // Социальная психология и общество. 2022. Т. 13. № 1. С. 104–123. <http://doi.org/10.17759/sps.2022130107>*
- Nartova-Bochaver, S.K. (2019). Human environments as a source of stress and a resource to overcome it: Returning to the psychology of everyday life. *Psikhologicheskii Zhurnal*, 40(5), 15–26. (In Russ.) <https://doi.org/10.31857/S020595920006072-5>  
*Нартова-Бочавер С.К. Жизненная среда как источник стресса и ресурс его преодоления: возвращаясь к психологии повседневности // Психологический журнал. 2019. Т. 40. № 5. С. 15–26. <https://doi.org/10.31857/S020595920006072-5>*
- Pankratova A.A., Osin E.N., & Hasanova, U.U. (2017). Levels of horizontal and vertical individualism and collectivism in Russia and Azerbaijan. *Psychological Studies*, 10(55), 3. (In Russ.) <https://doi.org/10.54359/ps.v10i55.352>  
*Панкратова А.А., Осин Е.Н., Гасанова У.У. Уровень горизонтального и вертикального индивидуализма и коллективизма в России и Азербайджане // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 55. <https://doi.org/10.54359/ps.v10i55.352>*
- Ponizovskiy, V., Arant, R., Larsen, M., & Boehnke, K. (2020). Sticking to common values: Neighbourhood social cohesion moderates the effect of value congruence on life satis-

- faction. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 30(5), 530–546. <https://doi.org/10.1002/casp.2457>
- Rentfrow, P.J., Gosling, S.D., & Potter, J. (2008). A theory of the emergence, persistence, and expression of geographic variation in psychological characteristics. *Perspectives on Psychological Science*, 3(5), 339–369. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2008.00084.x>
- Saris, W.E., Satorra, A., & van der Veld, W.M. (2009). Testing structural equation models or detection of misspecifications? *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 16(4), 561–582. <https://doi.org/10.1080/10705510903203433>
- Schwartz, S. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5(2–3), 137–182. <https://doi.org/10.1163/156913306778667357>
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 25, pp. 1–65). New York: Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S.H., & Ros, M. (1995). Values in the West: A theoretical and empirical challenge to the individualism-collectivism cultural dimension. *World Psychology*, 1, 91–122.
- Singelis, T.M., Triandis, H.C., Bhawuk, D.P.S., & Gelfand, M.J. (1995). Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. *Cross-Cultural Research*, 29(3), 240–275. <https://doi.org/10.1177/106939719502900302>
- Sirganci, G., Uyumaz, G., & Yandi, A. (2020). Measurement invariance testing with alignment method: Many groups comparison. *International Journal of Assessment Tools in Education*, 7(4), 657–673. <https://doi.org/10.21449/ijate.714218>
- Sivadas, E., Bruvold, N.T., & Nelson, M.R. (2008). A reduced version of the horizontal and vertical individualism and collectivism scale: A four-country assessment. *Journal of Business Research*, 61(3), 201–210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.016>
- Smith, P.B., & Bond, M.H. (2019). Cultures and persons: Characterizing national and other types of cultural difference can also aid our understanding and prediction of individual variability. *Frontiers in Psychology*, 10, 2689. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02689>
- Tehrani, D.H., & Yamini, S. (2022). Gender differences concerning the horizontal and vertical individualism and collectivism: A meta-analysis. *Psychological Studies*, 67(1), 11–27. <https://doi.org/10.1007/s12646-022-00638-x>
- Triandis, H.C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51(4), 407–415. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.51.4.407>
- Triandis, H.C. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907–924. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.696169>
- Triandis, H.C., & Gelfand, M.J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 118–128. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.1.118>
- van de Schoot, R., Lugtig, P., & Hox, J. (2012). A checklist for testing measurement invariance. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(4), 486–492. <https://doi.org/10.1080/17405629.2012.686740>
- Vargas, J.H., & Kimmelmeier, M. (2013). Ethnicity and contemporary American culture: A meta-analytic investigation of horizontal – vertical individualism-collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44(2), 195–222. <https://doi.org/10.1177/0022022112443733>

#### Article history:

Received 12 June 2022

Revised 12 July 2022

Accepted 15 July 2022

**For citation:**

Gallyamova, A., & Grigoryev, D. (2022). Development of a measure for assessing perceived community culture based on triandis’s horizontal/vertical individualism-collectivism cultural orientation. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 19(3), 429–447. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2313-1683-2022-19-3-429-447>

**Bio notes:**

*Albina Gallyamova*, Research Intern, Center for Sociocultural Research, HSE University (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0002-8775-7289, ResearcherID: GLV-6876-2022, eLIBRARY SPIN-код: 6639-2529. E-mail: aagallyamova@hse.ru

*Dmitry Grigoryev*, PhD, Research Fellow, Center for Sociocultural Research, HSE University (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0003-4511-7942, Scopus Author ID: 57191706675, ResearcherID: K-3338-2015, eLIBRARY SPIN-code: 1807-9739. E-mail: dgrigoryev@hse.ru

APPENDIX

**Questionnaire**

How accurately do the statements below describe people in your immediate environment with whom you constantly communicate (e.g., friends and acquaintances, work colleagues, neighbors, etc.). Please rate how accurate the statements below are about the people around you on a 6-point scale from 1 – *Not at all accurate* to 6 – *Absolutely accurate*.

In your opinion...

- |  |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1. It is unacceptable for my community that their opinion does not coincide with the opinion of the group. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. My community is convinced that a person should be independent and mind his own business.                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3. My community is happy when they do something together with others.                                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 4. My community is convinced that competition is the law of nature.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5. My community would sacrifice even a very favorite thing if their families do not approve of it.         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 6. My community values the freedom of their privacy very much.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7. It is extremely important for my community to maintain agreement between the members of the group.      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 8. It is extremely important for my community that they do their job better than others.                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9. My community usually sacrifice their personal interests in the sake of the well-being of the group.     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 10. My community is convinced that everything that happens to them depends entirely on themselves.         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

- |  |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 11. If any of the relatives of my community had financial difficulties, they would do everything possible to help.                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 12. Work gives my community pleasure when they have to compete with other people.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 13. It is customary for my community to do everything to please their families, even if these people themselves really do not like to do it. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 14. My community is convinced that they usually achieve success through their own abilities.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 15. Spending time with people is a pleasure for my community.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 16. My community is convinced that a prosperous society is impossible without competition.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

### Key

Horizontal Individualism: 2, 6, 10, 14.

Vertical Individualism: 4, 8, 12, 16.

Horizontal Collectivism: 3, 7, 11, 15.

Vertical Collectivism: 1, 5, 9, 13.

### Analysis

The calculated mean scores for each scale of cultural orientation must be centered (i.e., subtract from the participant's HI, VI, HC, VC values his average score calculated for all items of this measure). This should lead to that these variables will be negatively related to each other, i.e. represent that each of the cultural orientations is an alternative to the remaining ones to a greater or lesser extent.