

УДК 316.346.32:124.51

DOI: 10.17072/2078-7898/2017-1-78-86

**ЦЕННОСТИ РОССИЯН В КОНТЕКСТЕ ВОЗРАСТНЫХ РАЗЛИЧИЙ\*****Федотова Вера Александровна***Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Пермский филиал)*

Проблема возрастных различий в ценностях актуальна в современной России. С середины 80–90-х гг. XX в. в нашей стране наблюдается ценностный разрыв между поколениями. Актуальность работы заключается в попытке обобщить имеющиеся теоретические исследования по проблеме наличия/отсутствия межпоколенных различий в ценностях и провести эмпирическое исследование, направленное на выявление ценностного разрыва между поколениями. Культура реализуется через ценности, которые в свою очередь являются основой любой культуры. Ценности определяют отношения человека с социумом, природой, близким окружением и самим собой; они формируют цели, групповые убеждения и действия. Понятие «ценность» само по себе полисеманлично. Социально-культурные ценности формируются одновременно с формированием личности, определяются культурой и обществом. Социально-культурные ценностные ориентации — стержень нашей жизни, чаще всего проявляются в том, что личность думает и как поступает. В качестве респондентов в исследовании выступили 380 человек: представители молодого (до 25 лет) и взрослого (старше 45 лет) поколений. Результаты исследования подтвердили гипотезу о наличии различий в индивидуальных ценностях у представителей разных поколений россиян. У молодежи более выражены ценности «Самостоятельность мысли», «Стимуляция», «Универсализм» (именно «Универсализм: толерантность»). У взрослых преобладают ценности, выражающие интересы группы: «Традиция», «Благожелательность: забота», «Скромность».

*Ключевые слова:* ценности, межпоколенные различия, системы измерения ценностей.

**VALUES OF RUSSIANS IN THE CONTEXT  
OF INTERGENERATIONAL RELATIONS****Vera A. Fedotova***National Research University Higher School of Economics (Perm Branch)*

The problem of inter-generational distinctions in values is actual in modern Russia. Since the middle of the 80–90th years of the XX century the valuable gap between generations is observed. The aim of the work is to generalize the theoretical researches on a problem of existence/lack of inter-generational distinctions in values and to conduct the empirical research directed on identification of a valuable gap between generations. Culture is realized through values, which in turn are the basis of any culture. Values define a person's relationship with society, nature and himself; they form the goals, group beliefs and actions. The concept of value is polysemantic. The formation of socio-cultural values occurs simultaneously with the formation of personality and determined by culture and society. Socio-cultural value orientation is the core of our life and is often manifested in what the person thinks and how he or she acts. The sample was 380 youth and adults. Results confirmed the hypothesis that there is a difference in individual values between different generation of Russians. Values «Independence of thought», «Stimulation», «Universalism», and «Universalism: tolerance» prevail among youth. Among adults the values expressing interests of group prevail: «Tradition», «Benevolence: care» and valuable orientation «Modesty».

*Keywords:* values, inter-generational distinctions, systems of measurement of values.

\* Статья подготовлена в результате проведения исследования (№ 15-01-0060) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2015–2016 гг., с использованием средств субсидии на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, выделенной НИУ ВШЭ.

Поколение представляет собой объективно складывающуюся социально-демографическую и культурно-историческую общность людей, объединенную границами возраста и общими условиями формирования и функционирования в конкретный исторический период [1, с. 354]. Следует отметить, что ценностные ориентации, установки, устремления молодежи иные, нежели у взрослых россиян, так как за последние годы многое изменилось в стране, ряд изменений носят глобальный характер.

Современный облик России во многом определяет молодое поколение, выросшее в условиях новых экономических, социальных и политических стандартов. Специфичным является выбор объекта данного исследования — две категории россиян: молодое поколение (в возрасте до 25) и взрослое поколение россиян (после 45). Такие возрастные ограничения обусловлены тем, что именно этот межпоколенный разрыв позволил проследить динамику изменения ценностных ориентаций россиян. А категория «молодежь» — особая социальная группа, постоянно находящаяся в фокусе исследований психологов, социологов, социальных психологов, она является индикатором происходящих перемен, определяющим в целом потенциал развития общества. Неизбежная переоценка ценностей, их кризис больше всего проявляются в сознании именно этой социальной группы. Исследование ценностных ориентаций молодого поколения крайне актуально, так как дает возможность выяснить степень ее адаптации к новым социальным условиям и инновационный потенциал. Будущее состояние общества во многом зависит от того, какой ценностный фундамент сформирован у современной молодежи.

#### **Теоретико-методологические подходы к определению и измерению культурных ценностей в психологии**

Ценности определяют отношения человека с социумом, природой, близким окружением и самим собой; они формируют цели, групповые убеждения и действия. Понятие «ценность» само по себе полисеманлично. Формирование социально-культурных ценностей происходит одновременно с формированием личности, определяется культурой и обществом. Социально-культурные ценностные ориентации — стержень нашей жизни, чаще всего проявляются в том, что личность думает и как поступает. Ф. Дансеро пришел к выводу, что ценности — это не статичное образование. Они со временем меняются [2]. Ценностные ориентации занимают центральное место в общественных науках [3, 4]. Индивидуальные ценности предопределяют выбор [5], интернализацию социальных институтов [6] и т.д.

Чаще всего ценности исследуются на двух уровнях: индивидуальном и коллективном.

На сегодняшний день существует большое количество теоретико-методологических подходов к измерению ценностей: Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера, Г. Хофстеда, К. Клакхона и Ф. Стродбек, Э. Холла и др. В данной работе наибольшее внимание будет уделено подходу Ш. Шварца, поскольку именно его методика измерения ценностей взята за основу используемого методического инструментария.

#### **Подход к измерению ценностей Ш. Шварца**

Теория базовых ценностей Ш. Шварца [7, 8] в последние несколько лет была основой сотен исследований, в которых проверялась взаимосвязь 10 базовых ценностей и четырех метавалюет с различными установками, представлениями, мнениями, типами поведения, качествами личности и т.д. В 2011 г. Шварцем была создана новая методика, в которую входили уже не 10 ценностей, а 19. Перед рассмотрением новой методики, на которой в дальнейшем будет базироваться наше исследование, следует упомянуть разработанной ранее.

Заслуженный профессор психологии Иерусалимского университета, бывший президент Международной ассоциации кросскультурной психологии, ведущий научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований НИУ ВШЭ Шалом Шварц посвятил специальное исследование проблеме выбора оснований сравнения при изучении ценностей в разных культурах [9, 10, 11]. Проведя анализ отношения к 56 ценностям в 20 странах, он создал «теорию содержания и структуры ценностей». Шварц сделал вывод, что 44 отдельные ценности одинаково понимаются в изученных им культурах. Исследования ценностей под руководством Шварца проходили на двух уровнях анализа: индивидуальном и культурном. На индивидуальном уровне ценности рассматриваются как основы мотивов, которыми люди руководствуются в жизни. Шварц утверждает, что главный содержательный аспект, отделяющий ценности друг от друга, — это тип мотивации, в которой они отражаются. Поэтому он сгруппировал отдельные ценности в блоки ценностей, разделяющих общую цель. Шварц дал этим типам ценностей определения, основанные на их главной цели: Власть, Достижение, Гедонизм, Стимуляция Самостоятельность, Универсализм, Забота, Традиции, Конформизм, Безопасность. Рассмотрим более подробно каждую выделяемую Шварцем ценность индивидуального уровня [11].

1. *Достижение*. Определяющей целью является личный успех через проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами. Проявление социальной компетентности, что составляет содержание этой ценности, в условиях доминирующих культурных стандартов влечет за собой социальное одобрение.

2. *Власть*. Главная цель этой группы ценностей заключается в достижении престижа или социального статуса, контроля или доминирования над людьми и средствами. Важными ценностями, входящими в эту группу, являются богатство, авторитет, социальная власть, общественное признание, сохранение своего общественного имиджа.

3. *Самостоятельность*. Главная цель этого типа ценностей заключается в самостоятельности выбора способов действия в творчестве и исследовательской активности.

4. *Гедонизм*. Определяющая цель этой группы ценностей можно обозначить как наслаждение или чувственное удовольствие.

5. *Стимуляция*. Под стимуляцией подразумевается стремление к новизне и глубоким переживаниям.

6. *Благожелательность*. Целью данного типа ценностей является сохранение благополучия людей, с которыми человек находится в каких-либо отношениях. Данный тип ценностей является производным от потребности в позитивном взаимодействии и обеспечении процветания группы, а основными составляющими данной группы ценностей являются честность, полезность, дружба, лояльность, снисходительность, ответственность, зрелая любовь.

7. *Универсализм*. В качестве определяющей цели данной группы ценностей выступают терпимость, понимание, защита благополучия людей и природы.

8. *Традиция*. Главная цель данной группы ценностей — это принятие и уважение обычаев и идей, существующих в культуре, и следование им. Традиционный способ поведения становится символом групповой солидарности, выражением единых ценностей и гарантий выживания. Традиции принимают формы верований, норм поведения и религиозных обрядов. Важными ценностями являются уважение традиций, благочестие, смирение, умеренность и принятие своей участи.

9. *Конформность*. Определяющая цель данного блока представляет собой сдерживание и предотвращение действий, склонностей и побуждений к действиям, которые могут причинить вред другим или не соответствуют социальным ожиданиям. Конформность является производной ценностью от требования сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия. В блок входят ценности самодисциплины, послушания, уважения родителей и старших, вежливости,

10. *Безопасность*. Определяющей целью данного блока ценностей является безопасность для себя и других людей, гармония, стабильность общества и взаимоотношений. Важными здесь представляются ценности: безопасность семьи, социальный порядок, национальная безопасность, взаимопомощь, взаимное расположение, чистота, здоровье и чувство принадлежности.

Все ценности организованы в ценностно-мотивационные оппозиции, расположившиеся на двух биполярных осях: Открытость изменениям (ценности самостоятельности, стимуляции и гедонизма) – Сохранение (безопасность, конформность и традиция) и Самоутверждение (власть, достижение, гедонизм) – Самопреодоление (универсализм и благожелательность).

Ранее для объяснения и прогнозирования Шварц успешно применял десять ценностей исходной теории. Тем не менее, исследователи не раз отмечали различные проблемы таких измерений: в частности, мультиколлинеарность между ценностями и низкую валидность показателей [12, 13]. Уточненная теория совместима с первоначальной структурой из десяти более широких конструкторов, так как эти 19 ценностей охватывают тот же мотивационный континуум, что и изначальные десять [14]. Шесть ценностей, которые уточненная теория делит на целый ряд ценностей, были объединены следующим образом: Безопасность (Безопасность – Личная, Безопасность – Общественная и Репутация), Универсализм (Универсализм – Забота о других, Универсализм – Забота о природе, Универсализм – Толерантность), Самостоятельность (Самостоятельность – Мысли и Самостоятельность – Поступки), Власть (Власть – Ресурсы и Власть – Доминирование), Конформизм (Конформизм – Правила, Конформизм – Межличностный и Скромность) и Благожелательность (Благожелательность – Чувство долга и Благожелательность – Забота) [14]. Данные, полученные в формате 19 ценностей, могут отражать и десять исходных базовых ценностей.

### Межпоколенные различия в ценностях

В.С. Магун и М.Г. Руднев приходят к выводу, что современное российское общество, по сравнению с советским, в большей степени формирует ценности Открытости изменениям и Самоутверждения, в противовес ценностям Сохранения и Заботы о людях и природе. Авторы сравнивали ценности людей разных возрастов: тех, кому 62 года или больше, и тех, кто не старше 23 лет. Сравнение ценностей именно этих двух возрастных групп показало ценностную разницу, обусловленную отличием жизни в советском социуме от жизни в постсоветском российском обществе. Молодежь похожа на своих зарубежных сверст-

ников по ценности Конформность–Традиция, а пожилые россияне чаще по ценности Безопасность. По ценности Самоутверждение российская молодежь опережает молодежь почти всех европейских стран, а россияне старшего возраста опережают сверстников из 17 стран. В современной России, по мнению исследователей, эти процессы сместились в сторону доминирования ценностей открытости и самоутверждения и меньшего преобладания ценностей сохранения и заботы о людях и природе [15].

М.И. Постниковой было проведено исследование, цель которого — изучение ценностей современных поколений, в основу его была положена методика И.Г. Сенина «Опросник терминальных ценностей» (ОТеЦ) [16] и методика Ш. Шварца по изучению ценностей личности [17]. Автор обозначила эпохальные периоды в истории России, повлиявшие на развитие самосознания людей: **довоенное и военное поколение (поздняя зрелость)** — люди, которые в настоящее время старше 61 года; **послевоенное поколение (зрелость)** — люди, которым в настоящее время от 46 до 60 лет; **поколение эпохи «застоя», начала перестройки (ранняя зрелость)** — люди, которым в настоящее время от 31 до 45 лет; **поколение эпохи «перестройки», переходного периода (молодость)** — люди, которым в настоящее время от 16 до 30, и **поколение «нового века», «рыночных отношений»**, — те, которым в настоящее время меньше 16 лет. Данное исследование проводилось в разных регионах России, в нем приняло участие 695 человек в возрасте от 16 до 83 лет. Для четвертого поколения характерно ярко выраженное проявление индивидуализма и готовности к изменениям. Порядок приоритетных ценностей для представителей третьего поколения выглядит следующим образом: «Высокое материальное положение»; «Креативность» и «Развитие себя». Значимые для второго поколения ценности — «Универсализм», «Доброта», «Конформность», «Безопасность». Другими словами, для этого поколения характерно проявление коллективизма и стабильности. У представителей **первого поколения** статистически значимо выражены такие ценности, как «Универсализм», «Традиции», «Безопасность», а низкие значения имеют ценности «Самостоятельность», «Стимуляция», «Гедонизм», «Достижения» [18].

Н.Е. Королевой в 2011 г. было проведено исследование, направленное на определение базовых ценностей молодежи — студентов и выпускников российских вузов [19, с. 36]. Исследователь использовала шкалу ценностных ориентаций, составленную американскими исследователями Ф. Элашмави и Ф.Р. Харрисом [20]. Анализ результатов эмпирического исследования позволил выявить кластер из семи ценностных ориентаций, среди которых благо-

получие семейных отношений, обладание материальными ценностями, духовность и репутация. Значимыми ценностями, необходимыми для достижения жизненных целей, являются свобода, межличностные связи и надежда на собственные силы. В ходе исследования была выявлена тенденция изменения внешнего локуса контроля на внутренний и тенденция изменения ценностных ориентаций современного россиянина в сторону индивидуализма, что подтверждает уже ранее проведенные исследования и помогает нам сделать предположение, что представители молодого поколения россиян будут выбирать ценности, выражающие интересы индивида (Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм и Самоутверждение).

О наличии ценностного разрыва между поколениями свидетельствуют и другие исследования. В одном из них в качестве респондентов (Россия) выступали 100 человек: представители взрослого поколения (33–72 лет) и молодежи России (19–28 лет) [21]. В работе использовалась методика исследования ценностей культуры (Ш. Шварц). Рассматривались ценности индивидуального уровня (Безопасность, Конформность, Традиция, Благожелательность, Универсализм, Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм, Достижение, Власть). В итоге были выявлены межпоколенные различия в ценностных приоритетах на индивидуальном уровне. Средний показатель по параметру «Благожелательность» выше у взрослого поколения респондентов, а «Самостоятельность» у молодого [21].

Итак, на основе теоретического анализа в качестве **гипотезы** нами было выдвинуто следующее предположение:

Существуют различия в индивидуальных ценностях: молодежь предпочитает ценности, выражающие интересы индивида (Самостоятельность мысли, Самостоятельность поступков, Гедонизм, Самоутверждение, Стимуляция, Универсализм, Достижение, Власть), а взрослое поколение, выражающее интересы группы (Безопасность, Конформность, Традиция, Универсализм, Благожелательность), а также ценность «Скромность».

## Метод

**Выборка.** В качестве респондентов в данном исследовании выступили 380 человек. В исследовании принимали участие представители взрослого поколения и молодежи России — представители молодого (до 25 лет) и взрослого поколений (старше 45 лет) (см. табл. 1).

**Объектом** исследования были индивидуальные ценности, а **предметом** — межпоколенные различия в ценностях.

Таблица 1. Социально-демографические характеристики выборки исследования

| Респонденты     | Взрослые  | Молодежь  |
|-----------------|-----------|-----------|
| Кол-во          | 177 чел.  | 203 чел.  |
| Мужчины (чел.)  | 73        | 117       |
| Женщины (чел.)  | 104       | 86        |
| Средний возраст | 52 года   | 20 лет    |
|                 | Макс — 69 | Макс — 24 |
|                 | Мин — 45  | Мин — 18  |

**Методологическая основа исследования.** В качестве основного метода использовался метод опроса. В основе лежала методика измерения индивидуальных ценностей PVQ-R [14].

**Методика измерения индивидуальных ценностей PVQ-R.** Для исследования ценностной структуры на индивидуальном уровне был использован обновленный опросник структуры ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца. Данная методика содержит 57 вопросов, позволяющих оценить степень выраженности 19 ценностей: Самостоятельность мысли; Самостоятельность поступков; Стимуляция; Гедонизм; Достижение; Власть доминирования; Власть ресурсов; Репутация; Безопасность личная; Безопасность общественная; Традиция; Конформизм правила; Конформизм межличностный; Скромность; Благожелательность чувство; Благожелательность, забота; Универсализм, Забота о других; Универсализм, Забота о природе; Универсализм, Толерантность. Инструкция звучит следующим образом: «Ниже приведены описания разных людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько этот человек похож или не похож на Вас». Степень согласия-несогласия оценивается по шестибальной шкале: 1 — совсем не похож на меня, 2 — не похож на меня, 3 — мало похож на меня, 4 — умеренно похож на меня, 5 — похож на меня, 6 — очень похож на меня. При этом каждая ценность содержит 3 утверждения, которые нужно оценить. Например, ценность «Самостоятельность в поступках» включает оценку следующих утверждений: «Для него важно расширять свой кругозор», «Для него важно иметь свою точку зрения», «Для него важно понимать вещи по-своему». Стимуляция включает в себя такие утверждения: «Для него важно всегда искать разнообразия в деятельности», «Для него важен азарт в жизни, даже если он сопряжен с риском», «Для него важно получать разный

опыт». Далее, в ценность «Достижение» входит оценка следующих описаний: «Для него важно иметь амбициозные цели в жизни», «Для него важно быть очень успешным», «Для него важно, чтобы люди признавали его достижения», а «Конформизм: правила» состоит из таких утверждений: «Для него важно никогда не нарушать правила или предписания», «Для него важно соблюдать правила, даже когда никто не видит», «Для него важно соблюдать все законы».

**Полученные данные** обрабатывались при помощи программного пакета SPSS 21.0. Для установления межпоколенных различий использовались методы математико-статистической обработки: метод сравнения средних значений с использованием t-критерия Стьюдента. Для вычисления и анализа показателей центра распределения индивидуальных ценностей применялись методы описательной статистики: медиана, среднее арифметическое, стандартное отклонение.

## Результаты и их обсуждение

### Межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня и отношения к инновациям

Обратимся к результатам, отражающим индивидуальные ценности респондентов. Первичный анализ ответов респондентов позволил выявить минимальное, максимальное и среднее значения, а также стандартное отклонение по каждой переменной (см. табл. 2).

Для выбора критерия значимости различий был проведен анализ нормальности распределения. Для проверки значимости различий переменных был выбран t-критерий Стьюдента. Результаты сравнения средних показателей по ценностям индивидуального уровня для двух выборок (взрослого и молодого поколения россиян) представлены ниже.

Можно отметить, что для индивидуального уровня характерны различия по блокам ценностей «Самостоятельность: поступки», «Самостоятельность: мысли», «Стимуляция», «Гедонизм», «Достижение», «Власть: доминирование», «Репутация», «Безопасность: личная», «Традиция», «Скромность», «Благожелательность: чувство долга», «Благожелательность: забота», «Универсализм: толерантность». При этом значимость ценностей «Самостоятельность: мысли», «Гедонизм», «Достижение», «Власть: доминирование», «Безопасность: личная», «Благожелательность: чувство долга», «Универсализм: толерантность», «Стимуляция» оказалась выше у молодых респондентов.

Таблица 2. Межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня (по t-критерию Стьюдента)

| Шкала                                | Взрослые       |                |                 | Молодежь       |                |                 |
|--------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
|                                      | Мин.–<br>Макс. | Сред.<br>знач. | Станд.<br>откл. | Мин.–<br>Макс. | Сред.<br>знач. | Станд.<br>откл. |
| Самостоятельность:<br>поступки       | 3,4–6          | 5**            | 0,63            | 3,3–6          | 4,8**          | 0,59            |
| Самостоятельность:<br>мысли          | 2,7–5,7        | 4,3***         | 0,69            | 3–5,7          | 4,8***         | 0,64            |
| Стимуляция                           | 2,3–5,7        | 3,9***         | 0,79            | 3–6            | 4,5***         | 0,61            |
| Гедонизм                             | 3–5,7          | 4,4***         | 0,63            | 3–6            | 4,8***         | 0,50            |
| Достижение                           | 2,7–6          | 4,4***         | 0,75            | 3–6            | 4,9***         | 0,60            |
| Власть: ресурсы                      | 2–6            | 4              | 0,89            | 2,7–6          | 4,7            | 0,89            |
| Власть: доминирование                | 2,3–5,3        | 3,9***         | 0,84            | 2,7–6          | 4,6***         | 0,88            |
| Репутация                            | 3–6            | 4,9**          | 0,59            | 3–6            | 4,7**          | 0,66            |
| Безопасность:<br>общественная        | 3,7–6          | 5              | 0,59            | 2,7–6          | 4,5            | 0,81            |
| Безопасность: личная                 | 3–6            | 5***           | 0,69            | 3,3–6          | 5,2***         | 0,61            |
| Конформизм: правила                  | 2,3–5,3        | 4***           | 0,84            | 2,3–5,7        | 4,2***         | 0,65            |
| Конформизм:<br>межличностный         | 3–6            | 4,8            | 0,75            | 1–6            | 4,2            | 0,84            |
| Традиция                             | 1,7–5,3        | 4,2*           | 0,78            | 1,3–6          | 3,9***         | 0,78            |
| Скромность                           | 3–6            | 5**            | 0,60            | 3,7–6          | 4,8**          | 0,48            |
| Благожелательность:<br>чувство долга | 2,7–5,7        | 4,8**          | 0,56            | 2,7–6          | 4,9**          | 0,70            |
| Благожелательность:<br>забота        | 3,3–6          | 5,4**          | 0,53            | 2,7–6          | 5,3**          | 0,56            |
| Универсализм:<br>забота о других     | 2–5,3          | 4              | 0,64            | 1–5,7          | 3,5            | 0,08            |
| Универсализм:<br>забота о природе    | 2,7–5,7        | 4,4            | 0,71            | 2,3–6          | 4,2            | 0,92            |
| Универсализм:<br>толерантность       | 2,7–5,3        | 3,9**          | 0,64            | 2–5,7          | 4,1**          | 0,76            |

Примечание: \*\*\* — различия достоверны на уровне  $p < 0,001$ ; \*\* — различия достоверны на уровне  $p < 0,01$ ; \* — различия достоверны на уровне  $p < 0,05$ .

Главная цель ценности «Самостоятельность» заключается в самостоятельности выбора способов действия в творчестве, исследовательской активности. Шварц в 2009 г. ввел некоторые изменения в свою систему измерения и разделил ценность «Самостоятельность» на два вида: «Самостоятельность: мысли», «Самостоятельность: поступки». Причем, исходя из полученных нами данных, показатели по ценности «Самостоятельность: поступки» выше у взрослых, а по блоку «Самостоятельность: мысли» — у представителей российской молодежи. Несмотря на то что на сегодняшний день имеется большое количество исследований, свидетельствующих о самостоятельности, независимости, активности, уверенности российской молодежи, большинство из них еще зависят от родителей и не всегда могут действовать самостоятельно, учитывая

только собственные интересы и мотивы. По этой причине ценность «Самостоятельность: поступки» выше у взрослых, а «Самостоятельность: мысли» — у представителей молодого поколения. Также были получены различия в ценностях «Гедонизм», «Власть: доминирование» и «Достижение», при этом значимость ценностей выше у молодежи. Главная цель группы ценностей «Гедонизм» — наслаждение или чувственное удовольствие, а «Достижения» — личный успех через проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами. В итоге, с одной стороны, представители российской молодежи стремятся к приятному времяпрепровождению; для них важно наслаждаться удовольствиями, которые дает жизнь; использовать любую возможность повеселиться, а с другой, имеют амбициозные цели в жизни и стремятся преуспеть.

Далее, показатели по блокам ценностей «Безопасность: личная» и «Конформизм: правила» выше у молодых респондентов, соответственно для них более важно чувствовать себя защищенными, быть в безопасности, они стремятся беречь свое здоровье, вести активный образ жизни. Конформизм является производной ценностью от требования сдерживать склонности, имеющие негативные социальные последствия. Данная ценность предполагает самодисциплину, уважение родителей и старших, вежливость, соблюдение правил и норм, доминирующих в обществе. Значимость ценностей «Благожелательность: чувство долга» и «Универсализм: толерантность» также выше у представителей молодежи, что свидетельствует о том, что для них важно, чтобы знакомые и родные люди были полностью в них уверены и могли полностью положиться на их и рассчитывать на их помощь. Относительно толерантности на сегодняшний день в представлении молодых россиян доминирует совершенно иное отношение к людям, отличающимся от них по каким-либо признакам, например, принадлежащих к различным меньшинствам; молодежь более терпима и толерантна к самым разным людям и группам. У многих представителей взрослого поколения сохранился еще советский тип мышления, когда непохожесть на других воспринималась негативно, не говоря уже о людях, принадлежащих к различным субкультурам, меньшинствам и т.д. У молодежи также больше выражена ценность «Стимуляция» — стремление к новизне и глубоким переживаниям.

У взрослых респондентов доминируют ценности «Репутация», «Традиция», «Скромность» и «Благожелательность: забота». Для представителей взрослого поколения более важно сохранять лицо в глазах других людей, никогда не быть униженными и опозоренными. Нельзя с точностью заявить, что эта ценностная ориентация не важна для молодой группы респондентов, но, как мы выяснили, представители молодежи более самостоятельны в выборе действий, в исследовательской активности, более независимы, уверены в себе. Возможно, данные личностные характеристики исключают явно выраженную социальную рефлексию. Другими словами, они намного меньше задумываются, как выглядят со стороны, как их оценивают окружающие. Главная цель группы ценностей «Традиция» — принятие и уважение обычаев и идей, существующих в культуре, и следование им. Традиции принимают формы верований, норм поведения и религиозных обрядов. Важными составляющими являются уважение традиций, благочестие и принятие своей участи. Для взрослых респондентов более важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир, следовать семейным или религиозным обычаям и чтить

традиции культуры. Они скромны в поведении и высказываниях, стараются не хвастаться, не вести себя высокомерно, не стремятся к публичному вниманию или одобрению. Целью ценностей «Благожелательность» является сохранение благополучия людей, с которыми человек находится в каких-либо отношениях. Такой тип ценностей является производным от потребности в позитивном взаимодействии, основными составляющими данной группы ценностей являются честность, полезность, дружба, лояльность, ответственность и т.д. Шварц позже подразделил данный блок на 2 вида: «Благожелательность: забота» и «Благожелательность: чувство долга». Первый вид доминирует у взрослых респондентов, что свидетельствует о том, что для них важно заботиться о близких людям, помогать им и уделять внимание нуждам родных ему людей. Напомним, что средний возраст респондентов 51 год, а данный возраст предполагает наличие большого количества членов семьи, которые нуждаются в заботе, понимании, помощи и т.д. со стороны старшего поколения.

## Заключение

Таким образом, в ходе анализа была подтверждена гипотеза о наличии различий в индивидуальных ценностях у представителей разных поколений россиян. У молодежи более выражены ценности «Самостоятельность мысли», «Стимуляция», «Универсализм» (показатель «Универсализм: толерантность»). У взрослых преобладают ценности, выражающие интересы группы: «Традиция», «Благожелательность: забота» и ценностная ориентация «Скромность». Также мы частично подтвердили гипотезу об универсальности ценности «Безопасность». Как было описано ранее, наблюдаются значимые различия по шкале «Безопасность: личная». Но по показателю «Безопасность: общественная» различий нет. Для обоих поколений важно чувствовать себя в безопасности и знать, что страна сможет защитить своего гражданина от любых угроз.

## Список литературы

1. *Социология молодежи*: Энциклопедический словарь / отв. ред. Ю.А. Зубок и В.И. Чупров. М.: Academia, 2008. 608 с.
2. Dansereau F. A multiple level of analysis perspective on the debate about individualism // *American Psychologist*. 1989. № 44. P. 959–960. DOI: 10.1037//0003-066x.44.6.959.
3. Hitlin S., Piliavin J.A. Values: Reviving a dormant concept // *Annual Review of Sociology*. 2004. № 30. P. 359–393. DOI: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110640.

4. Rohan M.J. A rose by any name? The values construct // *Personality and Social Psychology Review*. 2000. № 4. P. 255–277. DOI: 10.1207/s15327957pspr0403\_4.
5. Higgins E.T. Value from hedonic experience and engagement // *Psychological Review*. 2006. № 113. P. 439–460. DOI: 10.1037/0033-295x.113.3.439.
6. Rokeach M. The nature of human values. N.Y.: Free Press. 1973. 520 p.
7. Лебедева Н.М. Базовые ценности русской культуры на рубеже XXI века // *Психологический журнал*. 2000. Т. 21, № 3. С. 73–87.
8. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // *Психологический журнал*. 2001. Т. 22, № 3. С. 26–36.
9. Schwartz S.H., Bardi A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective // *Journal of Cross Cultural Psychology*. 2001. № 32. P. 268–290. DOI: 10.1177/0022022101032003002.
10. Schwartz S.H. Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, measurement, and applications] // *Revue Française de Sociologie*. 2006. № 47. P. 249–288. DOI: 10.3917/rfs.474.0929.
11. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // *Advances in experimental social psychology*. N.Y.: Academic Press, 1992. № 25. P. 1–65. DOI: 10.1016/s0065-2601(08)60281-6.
12. Bardi A., Lee J.A., Towfigh N., Soutar G. The structure of intra-individual value change // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. Vol. 97. P. 913–929. DOI: 10.1037/a0016617.
13. Knoppen D., Saris W. Schwartz theory of human values: Balancing homogeneity of reflective items and theoretical coverage. Barcelona: University Pompeu Fabra, 2009. RECSM Working Paper 9. 40 p. URL: [https://www.upf.edu/documents/3966940/3986764/RECSM\\_wp009.pdf](https://www.upf.edu/documents/3966940/3986764/RECSM_wp009.pdf) (accessed: 13.02.2016).
14. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2012. № 2. С. 24–43.
15. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности двух поколений россиян и динамика их социальной детерминации // *Общественные науки и современность*. 2010. № 3. С. 87–97.
16. Сенин И.Г. Опросник терминальных ценностей (ОТеЦ). Ярославль, 1991. 103 с.
17. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности. СПб.: Питер, 2004. 308 с.
18. Постникова М.И. Психология отношений между поколениями: теоретико-методологический аспект. Архангельск: Изд-во Поморского ун-та. 2010. 180 с.
19. Королева Н.Е. Приоритеты ценностных ориентаций современного россиянина // *Костромской гуманитарный вестник*. 2011. № 1. С. 36–39.
20. Elashmawi F., Harris P.R. Multicultural management. New skills for global success. Houston, TX: Gulf Publishing Company, 1993. 208 p.
21. Голдырева В.А. Взаимосвязь ценностей и представлений о деловой этике у разных поколений россиян // *Психологическая наука и образование*. 2013. № 1. С. 94–103.

Получено 04.03.2016

## References

1. *Sotsiologiya molodezhi. Entsiklopedicheskiy slovar' / otv. red. Yu.A. Zubok, V.I. Chuprov* [Sociology of Youth. Encyclopedic Dictionary / ed. by Yu.A. Zubok, V.I. Chuprov]. Moscow, Academia Publ., 2008, 608 p. (In Russian).
2. Dansereau F. A multiple level of analysis perspective on the debate about individualism. *American Psychologist*. 1989, no. 44, pp. 959–960. DOI: 10.1037//0003-066x.44.6.959. (In English).
3. Hitlin S., Piliavin J.A. Values: Reviving a dormant concept. *Annual Review of Sociology*. 2004, no. 30, pp. 359–393. DOI: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110640. (In English).
4. Rohan M.J. A rose by any name? The values construct. *Personality and Social Psychology Review*. 2000, no. 4, pp. 255–277. DOI: 10.1207/s15327957pspr0403\_4. (In English).
5. Higgins E.T. Value from hedonic experience and engagement. *Psychological Review*. 2006, no. 113, pp. 439–460. DOI: 10.1037/0033-295x.113.3.439. (In English).
6. Rokeach M. The nature of human values. N.Y.: Free Press, 1973, 520 p. (In English).
7. Lebedeva N.M. [Basic values of Russian culture at the turn of the XXI century]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal]. 2000, vol. 21, no. 3, pp. 73–87. (In Russian).
8. Lebedeva N.M. [Value-motivational structure of personality in Russian culture]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal]. 2001, vol. 22, no. 3, pp. 26–36. (In Russian).
9. Schwartz S.H., Bardi A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross Cultural Psychology*. 2001, no. 2, pp. 268–290. DOI: 10.1177/0022022101032003002. (In English).
10. Schwartz S.H. Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, measurement, and applications]. *Revue Française de Sociologie* [French Journal of Sociology]. 2006, no. 47, pp. 249–288. DOI: 10.3917/rfs.474.0929. (In French).
11. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*. 1992, no. 25, pp. 1–65. DOI: 10.1016/s0065-2601(08)60281-6. (In English).



12. Bardi A., Lee J.A., Towfigh N., Soutar G. The structure of intra-individual value change. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009, vol. 97, pp. 913–929. DOI: 10.1037/a0016617. (In English).
13. Knoppen D., Saris W. Schwartz theory of human values: Balancing homogeneity of reflective items and theoretical coverage, RECSM Working Paper, 2009. №9, 40 p. Available at: [https://www.upf.edu/documents/3966940/3986764/RECSM\\_wp009.pdf](https://www.upf.edu/documents/3966940/3986764/RECSM_wp009.pdf) (accessed 13.02.2016). (In English).
14. Shvarts Sh., Butenko T.P., Sedova D.S. [A Refined Theory of Basic Personal Values: Validation in Russia]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of the Higher School of Economics]. 2012, no. 2, pp. 24–43. (In Russian).
15. Magun V.S., Rudnev M.G. [Basic values of two generations of Russians and the dynamics of their social determination]. *Obschestvennye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Modernity]. 2010, no. 3, pp. 87–97. (In Russian).
16. Senin I.G. *Oprosnik terminal'nykh tsennostey* [Questionnaire of terminal values]. Yaroslavl, 1991, 103 p. (In Russian).
17. Karandashev V.N. *Metodika Shvartsa dlya izucheniya tsennostey lichnosti* [Schwartz Theory of Basic Human Values]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2004, 308 p. (In Russian).
18. Postnikova M.I. *Psikhologiya omosheniy mezhdu pokoleniyami: teoretiko-metodologicheskii aspekt* [Psychology of relations between generations: theoretical and methodological aspect]. Arkhangelsk, Pomorskii universitet Publ., 2010, 180 p. (In Russian).
19. Koroleva N.E. [Priorities of social-cultural values orientation of modern Russian people]. *Kostromskoy gumanitarnyy vestnik* [Kostroma humanitarian bulletin]. 2011, no. 1, pp. 36–39. (In Russian).
20. Elashmawi F., Harris P.R. *Multicultural management. New skills for global success*. Houston, TX: Gulf Publishing Company, 1993, 208 p. (In English).
21. Goldyreva V.A. [The relationship of values and concepts of business ethics in different generations of Russians]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education]. 2013, no. 1, pp. 94–103. (In Russian).

The date of the manuscript receipt 04.03.2016

## Об авторе

### Федотова Вера Александровна

старший преподаватель департамента менеджмента

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Пермский филиал), 614070, Россия, Пермь, ул. Студенческая, 38; e-mail: vera\_goldyreva@mail.ru  
ORCID: 0000-0003-2189-9791

## About the author

### Fedotova Vera Alexandrovna

Senior Lecturer of the Department of Management

National Research University Higher School of Economics (Perm Branch), 38, Studencheskaya str., Perm, 614070, Russia; e-mail: vera\_goldyreva@mail.ru  
ORCID: 0000-0003-2189-9791

**Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:**

Федотова В.А. Ценности россиян в контексте возрастных различий // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2017. Вып. 1. С. 78–86. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-1-78-86

**Please cite this article in English as:**

Fedotova V.A. Values of Russians in the context of intergenerational relations // Perm University Herald. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2017. Iss. 1. P. 78–86. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-1-78-86