

В. А. Федотова

Влияние ценностей
на отношение к инновациям
у представителей разных
поколений россиян

Монография



Санкт-Петербург
ИД «SCIENTIA»
2016

УДК 159.9
ББК 88
DOI 10.15643/scientia.2016.2
Ф34

Рецензенты:

Шафранская И.Н. – кандидат экономических наук, доцент департамента менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» г. Пермь;

Черкасов В.А. – доктор медицинских наук, профессор Пермского государственного медицинского университета имени академика Е. А. Вагнера, г. Пермь.

Ф34 Федотова В. А.

Влияние ценностей на отношение к инновациям у представителей разных поколений россиян : Монография / В.А. Федотова. – СПб. : SCIENTIA, 2016. – 146 с.

ISBN 978-5-9909130-1-1

Российское общество в последние годы находится в стадии политических, культурных и экономических изменений, вследствие чего меняется и уклад жизни, и установки, и мировоззрение населения России. Инновации всегда служили и служат залогом развития общества. Общая предрасположенность к новаторству и нововведениям может быть обусловлена ценностями. Отношение к инновациям проявляется, прежде всего, на индивидуальном уровне и выражается в конкретных инновационных установках.

Научная новизна представленной монографии состоит в том, что обобщающих исследований, посвященных выявлению различий в индивидуальных ценностях и установках по отношению к инновациям, на сегодняшний день в российской практике нет, так же, как и обобщающих исследований по проблеме влияния ценностей на инновационные установки. В представленной монографии будет проведен полный теоретический и эмпирический анализ данной проблемы.

Книга может быть полезна психологам, менеджерам, управленцам, специалистам в области менеджмента инноваций и управления человеческими ресурсами, а также всем интересующимся проблематикой инновационного мышления и ценностей индивида.

ISBN 978-5-9909130-1-1

Монография 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. и 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.

© Федотова В.А., 2016

© Оформление. ООО Издательский дом «Сциентиа», 2016

Содержание

Введение	4
Глава 1. Теоретические подходы к исследованию культурных и индивидуальных ценностей и отношения к инновациям	6
1.1. Теоретико-методологические подходы к определению и измерению культурных ценностей в психологии	6
1.1.1. Подход к измерению ценностей Г. Хофстеда	8
1.1.2. Классификация Э. Холла	11
1.1.3. Типы культур по Р. Льюису	15
1.1.4. Культурные синдромы Триандиса	16
1.1.5. Подход к измерению культурных ценностей Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера	20
1.1.6. Подход к измерению ценностей Ш. Шварца	22
1.2. Особенности ценностных ориентаций россиян	31
1.3. Межпоколенные различия в ценностях	38
1.4. Теоретико-методологические подходы к определению инноваций и инновативных установок	43
1.4.1. Классификация инноваций	46
1.4.2. Психологическое исследование креативности	57
1.5. Теории креативности	61
1.5.1. Эксплицитные и имплицитные теории креативности	61
1.5.2. Теория креативности Дж. Гилберта и Е. Торранса	63
1.5.3. Теория креативности Ганса Айзенка	65
1.5.4. Модель креативности Дж. Кауфмана (Four-C model)	66
1.5.5. Концепция М. Воллаха и Н. Когана	69
1.6. Междисциплинарные подходы к исследованию инноваций в России	70
1.6.1. Экономический подход к исследованию инноваций	70
1.6.2. Менеджеральный подход к изучению инноваций	76
1.6.3. Инновационность как предмет психологического исследования	82
1.7. Особенности отношения к инновациям в России	85
1.8. Проблематика взаимосвязи между культурными ценностями и инновативными установками	90
Глава 2	102
2.1. Программа эмпирического исследования	102
2.2. Основные результаты исследования, их описание	105
2.2.1. Межпоколенные различия ценностей индивидуального уровня и отношения к инновациям	105
2.2.2. Взаимосвязь ценностей и отношения к инновациям у представителей разных поколений россиян	111
2.3. Выводы	126
Заключение	129
Литература	132

Введение

Российское общество в последние годы находится в стадии политических, культурных и экономических изменений, вследствие чего меняется и уклад жизни, и установки, и мировоззрение населения России. Процесс развития захватил не только науку и технику, но также социальные и культурные сферы жизни. Инновации всегда служили и служат залогом развития общества. Сегодня, когда скорость жизни и интенсивность конкуренции достигла небывалых высот, инновационное развитие является необходимым для выживания не только конкретного мероприятия, но и общества в целом. Современное инновационное общество не просто должно быть открыто и приспособлено к инновациям, оно должно само непрерывно их генерировать. Психология инноваций – сравнительно молодое направление психологической науки, и на данный момент в России не так много специалистов, занимающихся данной областью знания. В более широком масштабе психология инноваций представляет собой междисциплинарную область знаний, которая получила развитие из-за все более набирающих силу процессов глобализации и модернизации общества.

На сегодняшний день, инновации имеют жизненно важное значение не только для роста предприятия, но и для выживания на рынке. Компании должны вводить инновации, чтобы успешно конкурировать в быстро меняющихся условиях. Культура является одним из важнейших факторов, определяющих человеческое поведение, в том числе креативное поведение; а одним из факторов, играющих решающую роль в регуляции культурой социального поведения, является усвоение индивидом ценностей данной культуры и затем формирование индивидуальных ценностей. На современном этапе идентификация культурных ценностей является одной из важных проблем в зарубежной и российской психологии. Как отмечает, Н. М. Лебедева, а позже Л. Л. Черкасова, одновременно с большим количеством исследований креативности, упускается анализ культурных особенностей и, предпринимая шаги по развитию инноваций, необходимо учитывать культурные факторы, в которых планируется создание и распространение этих инноваций (Лебедева 2009, Черкасова, 2012).

На сегодняшний день существует целый ряд исследований, свидетельствующих о наличии связи между ценностями культуры и склонностью ее носителей к инновациям, однако связь эта недостаточно изучена. К настоящему моменту в России были проведены буквально единицы исследований подобного характера (Лебедева, Гизатулина 2008; Лебедева, Ясин 2009; Лебедева 2009; Лебедева, Бушина, 2013, 2015; Лебедева, Осипова, 2013; Черкасова, 2012, 2013; Лебедева, Григорян, 2014). На Западе исследований, изучающих связь между ценностями культуры и отношением к инновациям, несколько больше (Venkataraman, MacMillan, McGrath, 1992; Herbig and Dunphy, 1998; Herbig and Jacobs, 1998; Herbig and Kramer, 1994; Jones and Herbert, 2000; Westwood and Low, 2003), но все равно недостаточно для получения полной картины. Научная новизна представленной монографии, состоит в том, что обобщающих исследований, посвященных выявлению различий в индивидуальных ценностях и установках по отношению к инновациям, на сегодняшний день в российской практике нет, так же, как и наличие обобщающих исследований по проблеме влияния ценностей на инновационные установки.

Глава 1. Теоретические подходы к исследованию культурных и индивидуальных ценностей и отношения к инновациям

1.1. Теоретико-методологические подходы к определению и измерению культурных и индивидуальных ценностей в психологии

В научной литературе можно наблюдать различные подходы к изучению культуры. Насчитывается несколько сотен определений культуры, связанных с именами известных психологов, философов, историков, социологов, культурологов, этнографов и др. В самом широком смысле, культура определяется как «комплекс, включающий в себя знания, верования, искусство, мораль, законы, обычаи и любые другие способности и привычки, приобретенные человеком как членом общества» (Голдырева, 2013). Хофстед определяет культуру, как «коллективное программирование сознания, которое отличает членов одной группы от другой, совокупность общих характеристик той или иной группы, влияющих на их отношение к окружающей действительности (Hofstede, 1980). Более узкое определение дает Гирц, «культура – исторически передающийся паттерн значений, воплощенный в символах, системах, унаследованных концепций и выраженный в символических формах, с помощью которых люди общаются и развивают свои знания» (Geertz, 1973). Исследователи в области кросс-культурной психологии придерживаются мнения, что культура влияет на многие показатели, например, на государственную политику (Fukuyama, 2001), на национальные институты и бизнес-системы (Geertz, 1973; Hall, 1990), на экономический рост (Fukuyama, 2001). Тем не менее, на сегодняшний день в российской и зарубежной практике можно наблюдать небольшое количество работ, посвященных проблеме влияния культуры на отношение к инновациям.

Как отмечает Мацумото, одна из трудностей, с которой столкнулась психология, заключается в том, как концептуализировать культуру и измерить ее в психологии. Большинство исследований операционализируют культуру как страну. Таким образом, возникает вопрос: как измеряется культура в психологии? Культура – это, прежде всего

ценности (Hofstede, 1980). Следовательно, 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. Формирование социально-культурных ценностей происходит одновременно с формированием личности, определяется культурой и обществом. Социально-культурные ценностные ориентации – стержень нашей жизни и чаще всего проявляются в том, что личность думает и как поступает. Дансеро отметил, что психологи рассматривают ценности с точки зрения человека, группы и страны. Он пришел к выводу, что ценности – это не статичное образование. Ценности со временем меняются (Дансеро, 1989). Поэтому, относительная стабильность является важной особенностью ценностей культуры. Ценности, как справедливо отмечал Ч. Кули, являются «энергетическими узлами», точками эмоционального приложения в отношениях с миром, и в то же время основой механизма мотивации социального поведения людей (Кули, 1996, стр. 315).

Безусловно, ценности играют огромную роль в обществе. Политики используют термин «ценности» для оправдания или критики политических действий и политического выбора. Общество также обсуждает ценности, лежащие в основе принятия политических решений. Кроме этого, ценностные ориентации также занимают центральное место в общественных науках (Hitlin, Piliavin, 2004; Rohan, 2000). Индивидуальные ценности индивидов предопределяют выбор (Higgins, 2006), мотивацию (Шварц, 1992) и т. д. Ценности чаще всего исследуются на двух уровнях: индивидуальном и коллективном. Если брать антропологические подходы (Keesing, 1974; Kuper, 1999) большое количество кросс-культурных психологов рассматривают ценности как общие культурные значимые системы (Hofstede, 2001; Rohner, 1984). Различие в системе ценностей отличает культуру одной страны от другой. Поскольку, наше исследование будет основано на методике профессора Шалом Шварца, нужно обозначить, как сам исследователь определял ценности. Итак, Шварц определял ценности, как абстрактное представление (верование) относительно достижения желаемой цели (Schwartz 1992).

На сегодняшний день существует большое количество теоретико-методологических подходов к измерению ценностей, к которым относятся подходы Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера, Г. Хофстеда, К. Клакхона и Ф. Строббек, Э. Холла и др. В данной работе наибольшее влияние будет уделено подходу Ш. Шварца, поскольку его методика измерения ценностей лежит в основе используемого методического инструментария.

1.1.1. Подход к измерению ценностей Г. Хофстеда

Ценностный подход к изучению и измерению культур, основоположником которого выступил Г. Хофстед (Hofstede, 1980), впоследствии получил развитие в кросс – культурных исследованиях М. Рокича (Rokeach, 1989) и Ш. Шварца (Schwartz, 1992). Стоит заметить, что в отечественной психологии также был проведен ряд исследований по методам М. Рокича и Ш. Шварца на предмет выявления приоритетных ценностей россиян и тенденции их изменения под влиянием различных факторов. Перед тем, как будет рассмотрен подход Шварца, проанализируем подход основоположника измерения культур – подход Г. Хофстеда.

Гирт Хофстед входил в число первых, кто получил свои измерения в результате проведения эмпирического исследования. Его классификацию культур можно с полным правом назвать самой популярной. Основываясь на результатах факторного анализа, он выделил четыре основных индикатора, с помощью которых можно охарактеризовать и описать существующие ценностные системы, представленные разными странами и этническими группами: маскулинность, избегание неопределенности, индивидуализм и дистанция власти. Затем был добавлен пятый показатель – долгосрочная ориентация. Далее рассмотрим каждый показатель подробнее.

Индивидуализм – коллективизм. В индивидуалистической культуре индивидуальные цели ее членов доминируют над групповыми. В коллективистской культуре групповые цели превосходят индивидуальные. Практически представители каждой культуры имеют и индивидуалистические, и коллективистские аспекты поведения и сознания, но, все-таки, значительное отклонение в сторону инди-

видуализма у западной культуры, а в сторону коллективизма – у Юга и Востока. Как правило, для индивидуалистических культур характерна самореализация ее членов. Актуализация своих возможностей и талантов – это глобальная цель, к осуществлению которой человек должен стремиться всю свою жизнь. В странах коллективистского типа, групповая деятельность выступает, как доминирующая. Кооперация и гармония в группе основаны больше на коллективной, чем на индивидуальной деятельности. Принято считать, что представители индивидуалистических культур, заботятся только о себе и членах собственной семьи, а в культурах коллективистского типа, люди относятся к определенным группам, которые несут ответственность и заботятся о них. В индивидуалистических культурах, мотивация достижения в какой-то степени определяет поведение личности, в то же время в коллективистских культурах – принадлежность к группе является доминирующей. Сохранение мира и гармония – важнейшие ценности коллективизма, следовательно, какое-либо несогласие в таких культурах скрывают.

По мнению большинства зарубежных исследователей, Россия относится к коллективистской культуре. Это убеждение базируется на российской истории, но проведенные в последние годы исследования ученых Байкальского учебного комплекса дают иной результат. Степень индивидуализма у россиян, оказывается, выше, чем принято считать. Причем в случае успеха в карьерном росте склонность к индивидуализму растет, а коллективизм проявляется в периоды неудач и экономических потрясений (Мясоедов, 2008).

Избегание неопределенности. Избегание неопределенности – это степень социальной нестабильности и двусмысленности, которую в данной культуре воспринимают как нормальную и при которой члены общества чувствуют себя комфортно.

Культуры с высоким показателем демонстрируют низкий уровень толерантности к неопределенности и характеризуются высокой степенью тревожности и агрессивным поведением. Люди из таких культур нуждаются как в формализованных нормах поведения и правилах, так и в доверии. Они не толерантно относятся к индивидам или группам индивидов с совершенно другими идеями и поведением. В культурах, для которых характерен высокий уровень избе-

гания неопределенности людям разрешено агрессивное поведение. Представители данного типа культур отличаются ярким проявлением различных эмоций. Представители культур с низким показателем более склонны к какому-либо риску и имеют низкий уровень стресса. В культурах с высоким показателем избегания неопределенности, люди сопротивляются изменениям, имеют высокую степень тревожности, отрицательно относятся к двусмысленности, больше беспокоятся о своем будущем, имеют низкую мотивацию к достижениям и не склонны рисковать.

Деловая культура России и СНГ имеет степень избегания неопределенности выше среднего уровня. Причем исследователи отмечают, что для молодого поколения русских предпринимателей (20-30 лет) степень избегания неопределенности существенно понижается (Мясоедов, 2008). Это говорит о том, что молодежь положительно настроена к структурам власти, спокойно относится к национальным меньшинствам, больше полагаются на мнение специалистов, чем на здравый смысл, готова рисковать и т. д.

Дистанция власти характеризуется, как степень неравномерного распределения власти с позиции членов определенного общества. Представители культур с высоким показателем считают власть наиболее важной частью в жизни общества. В культурах данного типа внимание концентрируется на принудительной власти, когда представители культур с низким показателем считают подлинной только легитимную власть. В культурных организациях с высокой дистанцией власти превалирует жесткий стиль управления; как правило, подчиненные испытывают огромный страх перед начальством и боятся потерять доверие коллег. Хофстед выявил, что представители культур с низкой дистанцией власти считают, что уважение к личности ведет к возможности получить любовь, знание и счастье, а представители культур с высоким показателем рассматривают деньги, такт и услужливость.

Маскулинность – Фемининность. Доминирование в культуре материальных ценностей, представительности и власти свидетельствует о высокой степени маскулинности. Если же в культуре превалирует человек, его смысл жизни и воспитание, то эта культура является фемининной или основанной на женском начале. В маску-

линых культурах доминирует амбициозность, независимость и гендерное различие. А в фемининных культурах внимание акцентируется на взаимной помощи. Для культур маскулинного типа значительно выражена мотивация достижения, для представителей таких культур очень важна работа и возможность проявить себя. В качестве источников удовлетворенности проделанной работой, рассматриваются конкуренция, успех и признание. Для членов маскулинных культур представители фемининных культур не деятельны, а первые для вторых незаботливые и нещедрые.

В системе ценностей деловых культур, где преобладает мужественные начала, работу обычно считают важнее домашних функций. В руководстве уважают силу, быстроту решений, жестокость и масштабность подходов. В обществах, где доминирует женственность, социальные роли мужчин и женщин совпадают. Фемининность означает приверженность общества таким ценностям, как склонность к компромиссам, выстраивание ровных отношений, забота о ближнем, скромность, уют и качество жизни.

Обобщая вышесказанное, можно заключить следующее: *во-первых*, происходит постепенная замена коллективистских ценностей на индивидуалистические; *во-вторых*, понижается уровень избегания неопределенности у молодого поколения русских предпринимателей.

1.1.2. Классификация Э. Холла

На основе сравнительных исследований различных культурных групп Холл выделил разработал типологию по отношению их к контексту: информации, окружающей культурное событие. Все культуры, по мнению Холла, в межличностном общении используют некоторые скрытые правила, которые важны для понимания происходящих событий. Чем выше сложность культуры, тем труднее представителям иной культуры правильно понять и интерпретировать социальную ситуацию. В зависимости от данного контекста Холл разграничил все культуры на высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные, а также культуры с преобладающим монохронным или полихронным использованием времени.

Характер и результаты процесса коммуникации определяются также и степенью информированности его участников. Степень информированности зависит от плотности социальных связей и скорости обмена информацией между представителями этой сети, следовательно, все культуры можно классифицировать по признаку слабой и сильной контекстуальной зависимости. Индивиды, пользующиеся плотной информационной сетью, относятся к культуре с высоким контекстом, а люди с более свободной сетью связей с меньшим объемом обмена информацией, относятся к культуре с низким контекстом.

Стоит заметить, что высокий контекст культуры представляет собой обязательный элемент успешного понимания того или иного события, так как высокая плотность информационных сетей предполагает контакты с друзьями, коллегами, клиентами, с членами семьи и родственниками. Данные культуры можно назвать однородными, они мало меняются со временем и при взаимодействии с другим культурным окружением. К странам с высоким контекстом культуры принадлежат Франция, Испания, Италия, страны Ближнего Востока, Япония и Россия.

Для представителей высококонтекстуальных культур информация передается неязыковым контекстом – иерархией, статусом, внешним видом человека, манерами его поведения, условиями проживания и т. д. К примеру, высококонтекстуальные японцы не станут вести переговоры с представителем другой фирмы, если он занимает недостаточно высокое положение в ее иерархии, как бы высокопрофессионален он ни был. Вся нужная информация для ведения переговоров уже заложена в сознании людей. В культурах этого типа используется очень много намеков, подтекста, фигуральных выражений и т. д.

В то же время в мире существует группа культур, в которых практически отсутствуют неформальные информационные сети. Эти культуры менее однородны, в них межличностные контакты строго разграничены, представители этих культур не смешивают личные отношения с работой и другими аспектами повседневной жизни. Следствиями этой особенности оказываются слабая информированность и большая потребность в дополнительной информации для понимания представителей других культур при общении. К типу низкокон-

текстуальных культур можно отнести культуры Германии, Швейцарии, США, скандинавских и других североевропейских стран.

В культурах этих стран большая часть информации содержится в словах, а не в контексте общения. Здесь люди часто выражают свои желания словесно, не предполагая, что это будет понято из ситуации общения. В подобных обществах наибольшее значение придается речи, а также обсуждению деталей, предпочтителен прямой и открытый стиль общения, когда вещи называют своими именами.

Сравнение двух типов культур показывает, что каждая из них обладает специфическими особенностями. Так, **высококонтекстуальные культуры** отличает:

- невыраженная, скрытая манера речи, многозначительные и многочисленные паузы;
- серьезная роль невербального общения и умения «говорить глазами»;
- излишняя избыточность информации, поскольку для общения достаточно первоначальных фоновых знаний;
- отсутствие открытого выражения недовольства при любых условиях и результатах общения.

В свою очередь **низкоконтекстуальные культуры** характеризуются следующими признаками:

- прямая и выразительная манера речи;
- незначительная доля невербальных форм общения;
- четкая и ясная оценка всех обсуждаемых тем и вопросов;
- оценка недосказанности как недостаточной компетентности или слабой информированности собеседника;
- открытое выражение недовольства.

Кроме проблемы контекстуальности культуры в теории Холла важное место отводится исследованию вопроса использования времени представителями различных культур. Время является важным показателем темпа жизни и ритма деятельности, принятым в той или иной культуре. Культура использования времени выступает главным организующим фактором жизни и коммуникации, так как с помощью времени люди выражают свои чувства, подчеркивают важность своих поступков и действий.

Каждой культуре присуща своя система использования време-

ни, что чрезвычайно важно для межкультурной коммуникации. Для понимания партнера требуется знать, как понимается время в его культуре. По Холлу, в зависимости от способа использования времени культуры следует разделять на два противоположных вида: монохронные, в которых время распределяется таким образом, что в один и тот же отрезок времени возможен только один вид деятельности; полихронные, в которых в один и тот же отрезок времени производится несколько видов деятельности.

Монохронное использование времени означает, что действия осуществляются последовательно, одно за другим в течение определенного времени. В соответствии с этим время представляется как прямолинейный путь, который ведет из прошлого в будущее. Монохронное время разделяется на отрезки, т. е. все тщательно планируется для того, чтобы человек мог в любой отрезок времени сконцентрироваться на чем-либо. Представители монохронных культур приписывают времени вещественную стоимость: его можно потратить, сэкономить, потерять, наверстывать, ускорять. Исходя из того, что «монохронный» человек способен заниматься только одним видом деятельности в определенный отрезок времени, он вынужден как бы «закрывать» в своем собственном мире, в который другим людям нет доступа. Носители этого типа культуры не любят, если их прерывают в процессе какой-либо деятельности. Такой тип использования времени практикуется в Германии, США, ряде североевропейских стран.

Полихронное восприятие времени противоположно монохронному – в нем многое происходит одновременно. Полихронное время понимается не как прямолинейный путь, а как некий узел переплетения многих проблем, поэтому оно менее ощутимо. В культурах полихронного типа большую роль играют межличностные, человеческие отношения, а общение с человеком рассматривается как более важное действие, чем принятый план действий. Поэтому представители полихронных культур более динамичны в обращении со временем. Пунктуальности и распорядку дня в этих культурах не придается большого значения. К типичным полихронным культурам относятся культуры стран Латинской Америки, Ближнего Востока, Средиземноморья, а также России (Холл 1985, 1990).

В монохронных культурах индивиды делают одно дело в один промежуток времени, при этом они сконцентрированы на своей работе, соблюдают все договоренности, испытывают ответственность за свою работу, стараются никому не мешать, проявляют больше уважения к другим людям, пунктуальны и поддерживают преимущественно краткосрочные межличностные отношения. Представители полихронных культур, напротив, делают несколько дел одновременно, чаще прерывают свою работу, придают меньше значения договоренностям о встречах, чем человеческим взаимоотношениям. Они часто меняют свои планы, больше интересуются личными делами, их пунктуальность зависит от взаимоотношений, они склонны устанавливать отношения с другими на всю жизнь.

Сравнение особенностей каждого типа культуры позволяет прийти к выводу, что при взаимном общении представителям этих культур приходится сталкиваться с множеством сложностей. Здесь всегда важно помнить, что на поведение представителей другой культуры нельзя реагировать так же, как принято в своей культуре. Теория Холла помогает взглянуть на представителей различных культур изнутри и облегчает понимание культурных коммуникативных образцов. Однако в практике межкультурного общения следует учитывать, что теория Холла не объясняет все поведение представителей того или иного типа культур. В рамках одной и той же культуры могут встречаться их различные комбинации и сочетания. Теория Холла даст лишь описание типичных черт, которые сопровождают процесс коммуникации представителей описанных культур.

1.1.3 Типы культур по Р. Льюису

Иная типология культур была предложена известным английским культурологом Р. Льюисом. В ее основе – отношение носителей культуры ко времени. Льюис выделил моноактивные, полиактивные и реактивные (слушающие) культуры.

Моноактивные культуры – это культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, занимаясь только одним делом в данный момент времени. Представители данного

типа культуры часто интровертивны, пунктуальны, тщательно планируют свои дела и придерживаются этого плана, ориентированы на работу (задание), в споре опираются на логику, немногословны, имеют сдержанную жестикуляцию и мимику. Таковы немцы, швейцарцы, британцы, американцы (англосаксы), скандинавы, австрийцы, канадцы.

Полиактивные культуры общительны, подвижны, делают много дел сразу и не по расписанию, а по степени их привлекательности, значимости на данный момент времени. Носители данного типа культуры экстравертивны, нетерпеливы, словоохотливы, непунктуальны, график их работы непредсказуем (постоянно меняются сроки), ориентированы на человеческие отношения, эмоциональны, ищут связей, протекции, смешивают социальное и профессиональное, имеют несдержанную жестикуляцию и мимику. Таковы арабы, африканцы, латиноамериканцы, испанцы, итальянцы. Если говорить о русских и славянах в целом, то, по мнению Р. Льюиса, на континууме моноактивности – полиактивности они находятся ближе к полиактивному полюсу.

Наконец, **реактивные культуры** – это культуры, придающие наибольшее значение уважению, вежливости, предпочитающие молча и с уважением слушать собеседника, осторожно реагируя на его предложения. Представители данного типа культуры интровертивны, молчаливы, почтительны, пунктуальны, ориентированы на работу, внимательны к происходящему, они подстраиваются под график партнера и берегут репутацию партнера, избегают конфронтации, имеют едва уловимую жестикуляцию и мимику. Это японцы, китайцы, вьетнамцы, корейцы, малайцы, финны (Лебедева, 1999).

Необходимо отметить, что представители разных типов культур считают, что их способ действий наиболее продуктивен.

1.1.4. Культурные синдромы Триандиса

Г. Триандис выделяет особые наборы ценностей, установок, верований, норм и моделей поведения, которыми одна группа культур отличается от другой. Эти конструкты он назвал «культурные синдромы» (Триандис, 2000). Триандис выделяет 3 культурных синдрома:

1. Простота – сложность. Основными аспектами, по которым культуры различаются в рамках данного измерения, является отношение ко времени и уровень специфичности ролей.

Сложные культуры характеризуются более внимательным отношением ко времени и большей специфичностью ролей и полнезависимостью, т. е. способностью выделить стимул из окружающей среды. В простых культурах распределение роли носит более диффузный характер, время часто воспринимается как непрерывность повторяющихся событий, люди в таких культурах подвержены сильному влиянию среды, им труднее выделить стимул из контекста – полезависимость (Берри, 2007).

2. Открытость – закрытость. Данный параметр относится к моделям поведения людей в тех или иных культурах. В закрытых культурах уделяется большое внимание соблюдению групповых норм и правил, нарушение которых строго карается. Особое значение имеют предсказуемость, определенность и безопасность. Отсутствие уверенности и неопределенность психологически травмирует членов закрытых культур. Часто в культурах такого типа можно наблюдать так называемый уход в нереальное поведение, мир искусства, фантазии, в качестве компенсации недопустимости ненормативного поведения. Для открытых культур характерна большая терпимость к отклонению поведения индивидов от общепринятых норм. Представители открытых культур часто склонны воспринимать людей из закрытых культур как недисциплинированных, своевольных и капризных. Люди из закрытых культур считают, что поведение представителей открытых культур негибкое и бескомпромиссное.

3. Индивидуализм – коллективизм. Данное измерение является одним из основных при описании культурной вариативности различными теоретиками. В самом узком смысле параметр индивидуализма описывает превалирование индивидуального над групповым, а коллективизм – наоборот, группового над индивидуальным.

Представителям любой культуры могут быть свойственны как индивидуалистические, так и коллективистские ценности, но их соотношение различно. Так, считается, что индивидуализм является характеристикой Запада, а коллективизм характерен для стран Востока.

Рассмотрим измерение индивидуализм – коллективизм в каче-

стве объекта изучения различными исследователями.

Вслед за Хофстедом изучение индивидуализма – коллективизма начали заниматься многие специалисты, в особенности психологи. Также данный параметр стал предметом интереса менеджеров и антропологов. Множество исследований были направлены на определение данного культурного измерения, выделение его атрибутов, географического распределение в мире, выявления последствий для межличностных и межгрупповых отношений и практического применения. В настоящее время можно отметить достаточную однородность в понимании данного параметра среди его исследователей (Хофстед, 2001).

Согласно Хофстеду, индивидуализм характерен для обществ, в которых индивиды в первую очередь заботятся о себе и о своей непосредственной семье, а коллективизм – для обществ, где люди с самого рождения интегрированы в достаточно непроницаемые ингруппы, которые продолжают защищать своих членов на протяжении всей жизни в обмен на лояльность членов по отношению к своей референтной группе (Хофстед, 1997).

Триандис определяет индивидуализм и коллективизм следующим образом. Индивидуализм характерен для обществ, которые состоят из свободных индивидов, которые рассматривают себя независимыми от групп, изначально мотивированные своими собственными предпочтениями, потребностями и правами и отношениями с другими членами социума, предпочтение в таких культурах отдается их персональным целям и стремлениям, а не групповым, подчеркивается важность рационального анализа позитивных и негативных сторон взаимодействия с другими. Коллективизм представляет собой социальный паттерн, характерный для обществ, состоящих из крепко взаимосвязанных субъектов, видящих себя частью тех или иных коллективов, мотивированных нормами и обязанностями, приписанными ими их коллективами, отдающими приоритет целям этих коллективов над своими собственными (Триандис, 1995).

Синджелис считает, что представители индивидуалистских культур сосредоточены на Я-концепции и независимы от групп, к которым принадлежат, имеют свои собственные цели, которые могут как совпадать, так и не совпадать с групповыми. Коллективисты опреде-

ляют себя членами групп, в которые включены при рождении и на протяжении всей последующей жизни, и ориентируются в первую очередь на цели группы, а затем только на личные, важное значение придают межличностным отношениям (Триандис, 1995).

Поведение личности в индивидуалистических культурах определяется ее мотивацией к достижению, а в коллективистских – принадлежностью к группе.

Важное значение в коллективистских культурах придается ингруппам. При этом имеется четкое разграничение между ингруппами и аутгруппами, вплоть до существования частных систем оценки ценностей в этих группах: при оценке членов ингруппы – одни, при оценке членов аутгруппы – другие, которые могут весьма сильно различаться, и обуславливать различное поведение по отношению к «своим» и «чужим». Для членов индивидуалистических культур характерна универсальная шкала ценностей, которая используется при оценке как членов ингруппы, так и членов аутгруппы.

Для культур коллективистского типа характерна иерархия распределения власти и влияния среди ее членов, в индивидуалистических важное значение придается равенству членов.

Важными ценностями коллективизма являются гармония и сохранение мира, в индивидуалистических культурах конфронтация внутри группы допустима, а иногда желательна.

Члены индивидуалистических культур достаточно эмоционально абстрагированы от членов ингруппы и ощущают себя отдельными, независимыми, автономными личностями, в то время как члены культур с преобладанием коллективизма более эмоционально привязаны к членам своих ингрупп.

Представителям индивидуалистических культур характерен внутренний локус контроля, коллективистских – внешний. Успех человека в коллективистских культурах приписывается помощи других людей, а в индивидуалистических культурах – способностям личности. В коллективистских культурах поведение людей трактуется с позиций норм, принятых в данной культуре, а в индивидуалистических – объясняется личностными особенностями и установками самого индивида. По отношению к среде коллективистские культуры обычно выступают в роли приспособленцев, а в индивидуалистических культурах

стремятся изменить ее под себя (Лебедева, 1999; Триандис, 1995). Проявление индивидуализма или коллективизма в обществе зависит не только от культуры, но и от социального контекста: человек может демонстрировать коллективистские тенденции в одной контекстной среде и индивидуалистическое – в другой.

Как уже отмечалось ранее, понятие индивидуализма и коллективизма всегда было предметом пристального внимания многих исследователей. В то время, как в концепции Хофстеда индивидуализм и коллективизм представляют собой два полярных значения, Триандис и коллеги разработали более комплексный конструкт индивидуализма-коллективизма, введя такое измерение, как горизонтальность-вертикальность отношений.

1.1.5. Подход к измерению культурных ценностей Ф. Тромпенаарса и Ч. Хампден-Тернера

Голландский ученый Ф. Тромпенаарс разделяет национальные деловые культуры на культуры универсальных и конкретных истин. Россия относится к культуре конкретных истин (Тромпенаарс и др., 2004). Следовательно, в российской деловой культуре традиционным является поиск конкретных причин и моральных оправданий для нарушения правил. Проявление эмоций также может стать основанием для разделения культур. Тромпенаарс выделили два типа культур: эмоционально вовлеченные и эмоционально нейтральные. Россия относится к странам с эмоционально вовлеченной культурой. В таких культурах проявление эмоций на рабочем месте, в ходе переговоров считаются необходимыми. В свою очередь, отсутствие эмоций часто расценивается как безразличие, черствость, что может привести к обидам и ухудшению отношений.

Ф. Тромпенаарс и Ч. Хампден-Тернер, основываясь на проведенном ими исследовании, в которых участвовало около 15000 респондентов из 50 разных стран, выделили семь факторов измерения культур.

Коллективизм – Индивидуализм. Индивидуалистические культуры ценят уникальность и индивидуальность человека, его персональные интересы и цели. В таких культурах государство и организации

не вмешивается в частную жизнь индивидуумов. Также здесь наблюдается дистанционность социальных связей и происходит ориентация на «рыночную стоимость» индивида. Коллективистские культуры ценят, прежде всего, групповые интересы; индивиды определяются больше через групповую принадлежность, чем через собственные качества. В таких культурах общество вмешивается в частную жизнь индивида. Также здесь имеет место сплоченность социальных связей.

Универсализм – Партикуляризм. Данный фактор означает степень акцентирования людьми личных отношений при общении в противовес использованию стандартов общения, не зависящих от конкретных социальных взаимоотношений. В универсальных культурах люди считают, что необходимо стремиться к выработке и соблюдению общих законов и правил. В партикулярных культурах, наоборот, люди видят особую ценность в исключениях из правил.

Нейтральность – Эмоциональность. Это измерение культуры состоит в разном отношении к публичному проявлению эмоций. Например, представители эмоционально нейтральных культур стараются контролировать выражение своих эмоций. Они склонны отделять выражение эмоций от занятий серьезным делом. В то время как, в аффективных (эмоциональных) культурах, принято открыто выражать свои эмоции.

Конкретность – Диффузность. Данное измерение культуры, предложенное Тромпенаарсом и Хэмпден-Тернером, связано с различным ощущением личного пространства и пространства общественной жизни. Представители специфически ориентированных культур зачастую отделяют деловые взаимоотношения от личных. Для них существует правило «бизнес – есть бизнес, ничего личного». В диффузных культурах большое значение, напротив, имеют личные отношения, которые переносятся на любой вид взаимодействия.

Достижение – Аскрипция. Данное измерение культуры связано с различным способом определения личного статуса. В одних культурах статус приобретается постоянными личными усилиями. В таких культурах отношения между людьми несут подтекст личных достижений и успеха в данной функциональной области. В противоположных культурах, личность наделяется статусом, например, при рождении, либо при занятии определенной должности. Статус рассматривается

как производная происхождения, возраста, пола, образования и т. п., и проявляется в административной власти, а применение власти обеспечивает эффективность организации.

Ориентация во времени. Следующее измерение культуры выражается в различном отношении культур к фактору времени. Для одних культур характерна последовательность событий, то есть одно событие следует за другим. В других культурах события не обязательно должны следовать одно за другим, а могут происходить в одно и то же время.

Отношение к окружающей среде. Последнее измерение культуры, предложенное Тромпенаарсом и Хэмпден-Тернером, связано с отношением к окружающей среде. Если одни культуры настроены на подчинение и завоевание природы, то другие стараются приспособиться и найти свое место в ней, не нанося по возможности ей вреда.

Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер, высказали точку зрения о том, что культура представляет собой способ, с помощью которого общество решает проблемы и улаживает конфликты. Следовательно, культуры отличаются друг от друга конкретными решениями, выбираемыми ее представителями при преодолении проблем.

1.1.6. Подход к измерению ценностей Ш. Шварца

Теория базовых ценностей Ш. Шварца (Schwartz, 1992) в последние несколько лет послужила основой сотен исследований. В них проверялась связь 10 базовых ценностей по Ш. Шварцу или четырех метаценностей с различными установками, представлениями, мнениями, типами поведения, качествами личности и т. д. В 2011 – 2012 гг. Шварцем была создана новая методика, в которую входили уже не 10 ценностей, а 19. Перед тем, как рассмотрим новую методику, на которой в дальнейшем будет базироваться наше исследование, следует упомянуть о первоначальной.

Заслуженный профессор психологии Иерусалимского университета, бывший президент Международной ассоциации кросс-культурной психологии, ведущий научный сотрудник Международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований

НИУ ВШЭ, Шалом Шварц посвятил проблеме выбора оснований сравнения при изучении ценностей в разных культурах специальное исследование. Проведя анализ отношения к 56 ценностям в 20 странах, он создал «теорию содержания и структуры ценностей». Шварц заключил, что 44 отдельных ценности одинаково понимаются в изученных им культурах. Исследования ценностей под руководством Шварца проходили на двух различных уровнях анализа: на индивидуальном и культурном. На индивидуальном уровне ценности рассматриваются как основы мотивов, которыми люди руководствуются в своей жизни. Отношения между различными ценностями отражают психологическую динамику конфликта и согласия, испытываемую людьми, когда они в своем поведении руководствуются определенными ценностями. Например, людям нелегко стремиться к власти и к подчинению в одно и то же время, но они могут одновременно стремиться к власти и богатству. Взаимосвязь между рангами ценностей для индивида отражает внутренние измерения, организующие его ценности. 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. Он исходил из того, что основные человеческие ценности, которые должны быть во всех культурах – это те, которые представляют универсальные человеческие потребности как осознанные цели. Он дал этим типам ценностей определения, основанные на их главной цели: Власть, Достижение, Гедонизм, Стимуляция, Самостоятельность, Универсализм, Забота, Традиции, Конформизм, Безопасность.

Подход Шварца к ценностям на культурном уровне теоретически независим от его подхода на индивидуальном уровне (Лебедева, 1999). По его мнению, измерения культурных ценностей отражают альтернативные решения группами основных проблем (Schwartz, 1992, 2006). Культурные варианты решения каждой из этих проблем Шварц располагает вдоль следующих биполярных осей:

Автономия – Принадлежность.

Эта ось измерения характеризует психологическую природу границ между индивидом и группой. В какой мере люди автономны, или, наоборот, включены в их группы?

В автономных культурах люди рассматриваются как самостоятельные существа, имеющие свои психологические границы. Они должны выражать свои собственные предпочтения, чувства, идеи, проявлять личные способности и находить смысл в собственной уникальности. Шварц выделяет два типа автономии: аффективную и интеллектуальную автономию. *Аффективная автономия* поощряет индивидов стремиться к переживанию эмоционально позитивных чувств. Ключевыми ценностями общества с высокой аффективной автономией являются удовольствие, разнообразие и наслаждение. *Интеллектуальная автономия* поощряет индивидов самостоятельно следовать собственным идеям и интеллектуальным устремлениям. Важными ценностями здесь являются открытость к новым идеям, любознательности и креативность.

В свою очередь, в культурах, акцентирующих ценность *принадлежности*, люди рассматриваются как существа, включенные в коллективную жизнь. Смысл жизни им придают, прежде всего, социальные отношения, идентификация с группой, участие в общей жизни и стремление к общим целям. Таким культурам присущи традиционность, безопасность, подчинение и социальный порядок.

Равенство – Иерархия.

Обеспечение социально-ответственного поведения является одной из важнейших задач, стоящей перед любым обществом. Необходимо побуждать людей учитывать благополучие других и координировать с ними свои действия, понимать их неизбежную взаимозависимость друг от друга.

Ценность *равноправия* предполагает, что люди должны рассматривать других в качестве человеческих существ, морально равных и имеющих такие же базовые потребности. Люди в равноправных культурах ответственно сотрудничают друг с другом и проявляют заботу о благополучии каждого члена общества. Важными ценностями такого общества представляются равенство, социальная справедливость, склонность к помощи, честность, ответственность и лояльность.

Противоположный полюс данной оси измерения – *иерархия* – основывается на иерархической системе предписанных ролей, которые обеспечивают ответственное поведение. В такой культуре считается, что неравное распределение власти, ролей и ресурсов логично

и разумно. В процессе социализации люди принимают иерархическое распределение ролей как само собой разумеющееся и соглашаются с обязанностями и правилами, которые они налагают на человека. При этом подчеркивается ответственность людей за выполнение предписанных им ролей в иерархической системе. Ключевыми ценностями такого общества являются социальная власть, авторитет, подчинение, и благосостояние.

Гармония – Мастерство.

Следующий важный вопрос, с которым сталкивается любое общество – это как люди регулируют свои отношения с миром природы и своим социальным окружением.

Ценность *гармонии* подчеркивает необходимость быть в ладу с другими людьми и физическим окружением, ценить мир и гармонию в обществе и природе, стараться понять и принять мир, а не изменять его, не управлять, не эксплуатировать. Важные ценности такого общества – мир во всем мире, единство с природой, защита окружающей среды.



Рис. 1.1. Структура культурных измерений ценностей Ш. Шварца (Лебедева, 2007)

Противоположная ценность – ценность *мастерства*, поощряется активное самоутверждение, направленное на овладение и изменение природного и социального окружения для того, чтобы достичь групповых или личных целей. В таком обществе подчеркивается важность честолюбия, успеха, мужества и компетентности. Ценность мастерства высока в культурах, которые прагматичны, благосклонны к прогрессу и изменениям, которые предполагают, что проблемы могут быть решены при приложении достаточного количества усилий.

Описав структуру ценностей культурного уровня, обратимся к ценностям уровня индивидуального. Рассмотрим более подробно каждую выделяемую Шварцем ценность индивидуального уровня (Schwartz, 1992, 2006).

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

2. *Достижение*. Определяющей целью данного типа ценностей 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.

3. *Гедонизм*. Мотивационная цель этой группы ценностей определяется как наслаждение или чувственное удовольствие.

4. *Стимуляция*. Центральная цель этого типа ценностей заключается в стремлении к новизне и глубоким переживаниям. Этот тип ценностей является производным от организменной потребности в разнообразии и глубоких переживаниях для поддержания оптимального уровня активности.

5. *Самостоятельность*. Определяющая цель этого типа ценностей состоит в самостоятельности мышления и выбора способов действия, в творчестве и исследовательской активности. Самостоятельность как ценность производна от организменной потребности в самоконтроле и самоуправлении, а также от потребностей в авто-

номности и независимости.

6. *Универсализм*. В качестве мотивационной цели данной группы ценностей выступают понимание, терпимость, защита благополучия всех людей и природы. Мотивационные цели универсализма производны от тех потребностей выживания групп и индивидов, которые становятся явно необходимыми при вступлении людей в контакт с кем-либо вне своей среды или при расширении первичной группы.

7. *Благожелательность*. Основной целью данного типа ценностей является сохранение благополучия людей, с которыми индивид находится в личных контактах. Этот тип ценностей считается производным от потребности в позитивном взаимодействии, потребности в аффилиации и обеспечении процветания группы, а важными составляющими данной группы ценностей являются полезность, лояльность, снисходительность, честность, ответственность, дружба, зрелая любовь.

8. *Традиция*. Мотивационная цель данной группы ценностей – это уважение, принятие обычаев и идей, которые существуют в культуре и следование им. Любые социальные группы вырабатывают свои символы и ритуалы. Их роль и функционирование определяются опытом группы и закрепляются в традициях и обычаях. Традиционный способ поведения становится символом групповой солидарности, выражением единых ценностей и гарантией выживания. Традиции чаще всего принимают формы религиозных обрядов, верований и норм поведения. Важными ценностями данного блока ценностей являются уважение традиций, смирение, благочестие, принятие своей участи, умеренность.

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

10. *Безопасность*. Мотивационной целью последнего блока

ценностей индивидуального уровня является безопасность для других людей и себя, гармония, стабильность общества и взаимоотношений. Она производна от базовых индивидуальных и групповых потребностей. По мнению Шварца, существует один обобщенный тип ценности безопасности. Связано это с тем, что ценности, относящиеся к коллективной безопасности, в значительной степени выражают цель безопасности и для личности. Важными ценностями здесь представляются социальный порядок, безопасность семьи, национальная безопасность, взаимное расположение, взаимопомощь, чистота, чувство принадлежности, здоровье.

Результаты многих эмпирических исследований подтвердили наличие универсального набора из 10 типов ценностей и структуры отношений между ними. Шварц создал теорию динамических отношений между ценностными типами. Согласно этой теории 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). Конкурирующие ценностные типы расходятся в противоположные направления из центра, дополнительные типы располагаются по степени близости, образуя круг (см. Рисунок 1.2).



Рис. 1.2. Структура индивидуальных ценностей и отношений между ними (Schwartz, Bilsky, 1987)

Таким образом, Шварц рассматривал ценности как двухуровневую структуру: ценности личностного уровня (индивидуальные различия) и ценности культурного уровня (различия культуры).

Для измерения 10 ценностей исследователи разработали и успешно использовали пять различных типов методик (Döring et al., 2010; Lee, Soutar, Louviere, 2008; Oishi et al., 1998; Schwartz, 1992; Schwartz et al., 2001). Русифицированные версии этих методик применялись в ряде исследований (напр.: Белинская, 2003; Лебедева, 2000, 2001; Лебедева, Татарко, 2007; Черкасова, 2012). Таким образом, в прошлых исследованиях 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 смежными ценностями, низкую внутреннюю валидность показателей и перекрестную нагрузку пунктов разными факторами (напр.: Davidov et al., 2008; Кноррен, Saris, 2009). Уточненная теория совместима с первоначальной структурой из десяти более широких конструкторов, так как эти 19 ценностей охватывают тот же мотивационный континуум, что и исходные десять. Уточненная теория не требует от исследователей использования всех 19 ценностей. Теория дает исследователям возможность работы с тем набором ценностей, который больше подходит для их целей. Они могут выбрать 19 ценностей или объединить их и работать с исходными десятью, четырьмя ценностями высшего порядка (Сохранение, Открытость изменениям, Самоутверждение, Самопреодоление) или даже двумя парами метаценностей (ценностей, выражающих интересы индивида, и ценностей, выражающих интересы группы, а также ценностей избегания тревоги и ценностей свободы от нее) (Шварц и др., 2012).

Гипотеза о возможности существования более узко определяемых ценностей была проверена на двух типах эмпирических данных. Вначале Шварц с соавторами (Schwartz et al., 2012) подробно изучили полученные при многомерном шкалировании карты связей между пунктами ценностей (в каждой из 344 выборок в 83 странах). Карты были построены на основе данных, полученных с помощью Ценностного опросника Шварца, который состоит из 56–57 пунктов (SVS: Schwartz, 1992, 2006) и Портретного ценностного опросника, со-