

В.С. МАГУН, М.Г. РУДНЕВ

СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ БАЗОВЫХ ЦЕННОСТЕЙ РОССИЯН И ДРУГИХ ЕВРОПЕЙЦЕВ: МЕЖСТРАНОВЫЕ И МЕЖИНДИВИДУАЛЬНЫЕ СРАВНЕНИЯ¹

Задача и методология

Во множестве публикаций широко обсуждается вопрос о сходствах и отличиях культурно-психологических характеристик россиян и жителей других стран, и эти обсуждения являются частью более широкой полемики о путях развития России. Новые возможности для обоснованных сравнений подобного рода появились благодаря вступлению нашей страны в число участников "Европейского социального исследования". В данной статье используются данные по всем 25 странам, участвовавшим в третьем раунде ESS (2006-2007гг.), версия массива – 3.1, он содержит информацию о 47098 респондентах.

Это исследование впервые дает возможность нарисовать ценностный портрет населения России в сопоставлении с большей частью населения Европы. Для целей сравнения важно, что в нем участвовали как "старые" капиталистические страны, так и бывшие социалистические страны Центральной и Восточной Европы, в том числе, кроме России, еще три страны, входившие в состав бывшего СССР.

Как и авторы других разделов данной книги, для исправления выборочных смещений, вызванных процедурой стратификации, мы перевзвешивали массивы большинства стран посредством веса, корректирующего дизайн-эффект. Но и после этой процедуры в массивах многих стран сохранились смещения, связанные с недостижимостью респондентов². Один из способов обойти подобные выборочные искажения – провести межстрановые сравнения, контролируя гендерные, возрастные и другие «анкетные» характеристики респондентов, что снимает вопрос о соотношении представителей

¹ Статья выполнена при финансовой поддержке Центра фундаментальных исследований Государственного университета – Высшая школа экономики.

Авторы выражают глубокую благодарность Институту сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) и лично В.Г. Андреевской и А.В. Андреевской за осуществление Европейского социального исследования в России. Авторы также признательны В.Е. Гимпельсону, М.С. Жамкочьян, А.Л. Лукьяновой, Г.А. Монусовой и Ш.Шварцу (Shalom H. Schwartz) за ценные замечания и предложения. Естественно, что мы сами несем ответственность за все недостатки статьи.

² Даже после корректировки дизайн-эффекта в российской выборке сохраняется меньшая доля мужчин, чем в генеральной совокупности населения России, и смещение в сторону более старших возрастных групп. Правда, проведенное в рамках "Европейского социального исследования" изучение влияния весов, корректирующих смещения выборок стран-участниц из-за недостижимости респондентов, показало, что перевзвешивание, как правило, не слишком значительно влияет на результаты анализа данных. См.: [Vehovar, Zupanec, 2007, Billiet, 2007].

соответствующих групп в совокупном массиве. Такой контроль является сущностью процедуры регрессионного анализа, и этот анализ будет в статье использован.

Число респондентов, ответивших на вопросы методики Шварца, колебалось в зависимости от содержания вопроса; в России, например, ценностный индекс Самоутверждения был вычислен для 2416 респондентов, а индекс Самостоятельности — только для 2395 (напомним, что общий объем российской выборки — 2437 человек). На Кипре число ответивших по разным ценностным индексам колебалось от 992 до 995 респондентов, в Германии — от 2889 до 2899. Во всех случаях, когда будем называть численность респондентов по стране или региону, будем указывать минимальную численность ответивших.

В данной статье ценности определяются как убеждения человека в значимости (или важности) *лично для него* некоторого объекта или явления, и в этом смысле можно утверждать, что мы здесь изучаем *индивидуальные* ценности. (Это утверждение не противоречит тому, что подобные убеждения человека могут быть социально детерминированы, или тому обстоятельству, что изучаются убеждения не отдельного индивида, а больших групп людей.)

Ценность, таким образом, — это синоним равнодушия человека к тому или иному аспекту действительности; она обычно осознается и переживается в двух случаях — либо в ситуации, когда необходимый для сохранения и развития индивида объект отсутствует, либо в ситуации, когда человек обладает тем, что необходимо, но это обладание не воспринимается как стабильное, раз и навсегда данное. Ценности человека не идентичны его поступкам, но при определенных условиях они могут стать одним из побудителей его практических действий, направленных на воплощение этих ценностей в жизнь. Правда, это лишь одна из их функций, не менее важно воздействие ценностей индивида на его вербальные действия, а через них — и на вербальные и практические действия других людей.

Базовые ценности – это те конечные, целевые ценности человека, на основе которых формируется все множество инструментальных (оперативных, текущих) ценностей, направляющих его жизнедеятельность.

Недавно мы выполнили аналогичную работу на материалах второго раунда Европейского социального исследования (2004-2005 гг.) [Магун, Руднев, 2007], в которой с ценностями населения других европейских стран сравнивали ценности жителей Украины. Мы пришли к выводу, что население Украины отличается по своим ценностям от населения большинства европейских стран: средняя значимость большинства рассмотренных ценностей оказалась в Украине либо в числе самых высоких, либо в числе самых низких в диапазоне средних значений по 24 странам. Можно полагать, что и

российские ценности сильно отличаются от жизненных приоритетов жителей других европейских стран с развитой капиталистической экономикой и с длительными демократическими традициями. К такой гипотезе подталкивают и выводы тех сравнительных международных исследований, в которых прямо использовались данные о российских ценностях³. Но большинство этих выводов строилось на базе агрегированных данных, когда целая страна отображалась в виде точки, соответствующей средним оценкам ее населения по одному или нескольким ценностным параметрам. Задача данной статьи – пойти дальше анализа общестрановых средних и более детально исследовать, из каких именно внутристрановых подгрупп с точки зрения разделяемых ими ценностей состоит российское население. Для этого надо посмотреть, как индивиды, живущие в разных странах, могут быть объединены на основе своих ценностных характеристик вне зависимости от страны проживания. Мы предполагаем, что при сравнении ценностей на уровне отдельных индивидов и социальных групп, обнаружится гораздо большая общность между жителями разных стран, чем при анализе на страновом уровне⁴.

В рамках ESS для измерения ценностей применялась модификация Портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Шварца [Schwartz at al., 1999, 2001]. Как и другие его методики⁵, вопросник построен на основе разработанной Шварцем классификации ценностей, ключевым в ней является выделение 10 ценностных индексов (Шварц называет их также "латентными мотивационными типами ценностей") [Schwartz, Bilsky, 1990, Schwartz, 1992]. В связи с тем, что в анкете ESS пришлось использовать сокращенный вариант ценностного вопросника, некоторые из ценностей не удалось при измерении дифференцировать друг от друга, и специальный анализ показал, что более правомерно формировать на основании этих измерений не 10, а только 7 ценностных индексов [Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008] (см.табл. 1).

Респондентам предлагалось 21 описание людей, характеризующихся теми или иными ценностями (см. табл. 1), и каждый из этих портретов респондент должен был оценить по 6-балльной шкале: "очень похож на меня" (6 баллов), "похож на меня" (5 баллов), "довольно похож на меня" (4 балла), "немного похож на меня" (3 балла), "не

³ См., напр.: [Inglehart, Baker, 2000]

⁴ Это было видно уже при анализе украинских данных 2 раунда ESS: при межстрановых сравнениях отдельных групп населения (например, мужчин, или молодежи) число статистически значимых различий Украины с другими странами по некоторым ценностям значительно сокращалось (см.: [Магун, Руднев, 2007]).

⁵ Существует не менее 5 различных методик (SVS, PVQ21, PVQ49, PVQV, PVQ-WVS). Описание одной из них на русском языке содержится в работе В. Карандашева [Карандашев, 2004]. Опыт применения этих методик, адаптированных для русскоязычных респондентов, описан Н.Лебедевой [Лебедева, 2001], а также М. Бобневой и Е.Дорофеевым [Бобнева., Дорофеев, 1997], Е.Белинской [Белинская, 2008], О. Тихомандрицкой и Е. Дубовской [Тихомандрицкая, Дубовская, 1999].

похож на меня" (2 балла), "совсем не похож на меня"(1 балл)⁶. Каждый ценностный индекс формировался посредством усреднения нескольких подобных описаний, конкретный состав каждого индекса указан в табл. 1.

Из приведенного списка ценностных суждений видно, что формулировки ценностей в методике Шварца более общие, чем в других международных исследованиях, и что она отличается более широким охватом разных аспектов человеческой жизнедеятельности, а также четкой нацеленностью на выявление именно индивидуальных, личных ценностей людей⁷.

Ценности россиян будут сравниваться с ценностями жителей Австрии, Бельгии, Болгарии, Великобритании, Венгрии, Германии, Дании, Ирландии, Испании, Кипра, Латвии, Нидерландов, Норвегии, Польши, Португалии, Румынии, Словакии, Словении, Украины, Финляндии, Франции, Швейцарии, Швеции и Эстонии.

В ходе анализа мы увидели, что эстонскую выборку целесообразно разделить по культурно-языковому признаку на основе ответа респондентов на вопрос о предпочитаемом языке общения в домашней обстановке. Соответственно были выделены эстоноговорящие респонденты, большинство которых принадлежит к эстонскому ("титulyному") этносу, и русскоговорящие, большинство которых является этнически русскими жителями Эстонии⁸. Подобное разделение часто применяется и в других социологических исследованиях; в данном случае цель его состояла в том, чтобы проверить, в какой степени общность русскоязычных жителей Эстонии с русскоязычными россиянами, будет сказываться на общности их ценностей⁹.

В ходе опроса для каждого респондента был получен 21 показатель значимости каждой из тех ценностей «первого (исходного) уровня», что были включены в анкету, по шкале от 1 до 6. Они использовались сами по себе, а также для вычисления уже упомянутых 7 ценностных индексов (ценностей «второго уровня» интеграции); эти производные индексы представляли собой среднюю соответствующих ценностных показателей первого уровня.

В большинстве расчетов, где участвовали ценности первого и второго уровней, они

⁶ Обращаем внимание, что для удобства восприятия градации шкалы изменены так, чтобы большая значимость ценности обозначалась и более высоким баллом. В анкете ESS и в исходном массиве данных ESS нумерация пунктов этой шкалы иная.

⁷ В этом последнем пункте методика Шварца отличается, например, от методики Р. Инглхарта. В знаменитых вопросах, сформулированных Инглхартом для диагностики ценностей, респондента спрашивают не о том, что важно для него лично, а о тех целях, которые, как он считает, "должна поставить наша страна" — впрочем, не исключено, что человек и в этом случае проецирует на страну лично значимые для себя вещи, см.: [Inglehart, 1997].

⁸ Более подробно различия в ценностях между эстоноговорящими и русскоговорящими жителями Эстонии рассмотрены в работе: [Руднев, 2009].

⁹ Разделение населения Эстонии по этническому признаку при анализе ценностей сделано по совету Ш. Шварца: как показывают предпринятые нами сопоставления, среди четырех стран со значительным русскоговорящим населением наибольший ценностный разрыв с титульным этносом зафиксирован именно в Эстонии.

предварительно подвергались преобразованию, называемому «центрированием». Дело в том, что исследователи субъективных феноменов давно установили, что у каждого респондента существует определенный стиль реагирования, выражающийся в склонности группировать разные оценки на одном и том же участке шкалы: например, давать только очень низкие, или только очень высокие, или только средние оценки¹⁰. И поэтому возникает задача "очистки" (отделения) содержательных показателей от влияния подобного стиля реагирования. В качестве показателя, характеризующего предпочитаемый респондентом участок шкалы Ш.Шварц рекомендует брать среднюю всех ответов респондента на 21 вопрос, касающийся ценностей — этот показатель получил название *mrat*¹¹. Поправка на упомянутый стиль реагирования осуществляется с помощью вычитания показателя *mrat* либо из исходной 6-балльной оценки (для ценностей первого уровня), либо из средней оценки по нескольким исходным вопросам анкеты (для ценностей второго уровня). Таким образом, значения каждого из центрированных ценностных показателей — это не абсолютная, а *сравнительная* значимость для респондента той или иной ценности *по отношению* к средней значимости для него всех вообще ценностей, включенных в список Шварца. Иными словами, основным объектом анализа в работе с методикой Шварца является *степень приоритетности* той или иной ценности во внутрииндивидуальной ценностной иерархии респондента.

Поскольку мы работаем с центрированными показателями, не удивительно, что значения ценностных индексов часто характеризуются отрицательными величинами. Отрицательная величина означает, что значимость данной ценности ниже средней значимости ценностей (*mrat*), характерной для данного индивида; положительная же величина, соответственно, означает, что эта значимость выше средней. В большинстве случаев нами используются центрированные ценностные показатели, всякий раз, когда используются *нецентрированные* показатели, это специально оговаривается.

Предшествующие исследования Ш.Шварца показали, что 7 ценностей «второго уровня» объединяются в 4 более крупных категории ценностей (ценности «третьего уровня», см. табл. 1), пары которых, в свою очередь, связаны взаимно обратными соотношениями: с ростом значимости одной категории ценностей значимость другой снижается.

К категории "Сохранение" относятся ценности "Безопасность", "Конформность-

¹⁰ Один из недавних обзоров по этой теме: [Smith, 2003].

¹¹См. [Schwartz, 2003]. *Mrat* расшифровывается как "mean rating", т.е. средняя оценка. Судя по данным, которые рассматриваются в этой статье, менее всего склонны отмечать свое сходство с другими людьми жители Швеции, Норвегии, Франции, Украины и Эстонии (титульный этнос), более всего – жители Кипра и Словении, а жители России, вместе с жителями Словакии, Ирландии, Австрии, Румынии, Швейцарии, Болгарии, Бельгии и русскоязычным населением Эстонии характеризуются средними значениями показателя *mrat*.

Традиция”, к противоположной по смыслу категории "Открытость изменениям" относятся ценности “Риск-новизна”¹², “Самостоятельность” и “Гедонизм”, и эти две категории образуют первую ценностную ось (относящуюся вместе со второй осью к ценностям «четвертого уровня») – "Открытость изменениям – Сохранение". Вторая ось – «Забота о людях и природе – Самоутверждение» отражает оппозицию ценностных категорий "Самоутверждения" (значимость власти, богатства, личного успеха) и «Заботы о людях и природе» (значимость социального равенства, заботы о ближних и «дальних», а также бережного отношения к окружающей среде).

В таблице 1 приводится иерархия ценностных показателей, фиксируемых с помощью методики Ш.Шварца — от исходных суждений, содержащихся в анкете, и вплоть до индексов по интегральным ценностным осям.

¹² В терминологии Ш.Шварца эта ценность называется “Стимуляция” (“Stimulation”)

Таблица 1

ИЕРАРХИЯ ЦЕННОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (ПО ВЕРСИИ Ш.ШВАРЦА)

Ценностные оси (ценности «четвертого уровня»)	Укрупненные категории и ценности (ценности «третьего уровня»)	Типологические ценностные индексы (ценности «второго уровня»)	Исходные высказывания, предлагавшиеся респондентам (ценности «первого уровня»)*
Открытость изменениям — Сохранение	Сохранение	Безопасность	Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан
		Конформность	Он убежден, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит
			Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить
		Традиция	Для него очень важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимание Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям
	Открытость изменениям	Самостоятельность	Для него важно придумывать новое и подходить ко всему творчески. Ему нравится делать все по-своему, своим оригинальным способом
			Для него важно принимать самому решения о том, что и как делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других
		Риск-новизна	Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия. Он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного
			Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью
		Гедонизм	Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать
			Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие
Забота о людях и природе — Самоутверждение	Самоутверждение (Достижение и Власть-богатство)	Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает	
		Для него очень важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения	
		Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей	
		Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет	
	Забота о людях и природе (Благожелательность и Универсализм)	Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии	
		Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям	
		Для него важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни	
		Для него важно выслушивать мнение других, отличающихся от него людей. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять их точку зрения	

	Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде
--	--

* В формулировках вопросов для респондентов-женщин использовались местоимения женского рода

** Данная классификация отличается от той, что использовалась в наших предыдущих публикациях [Магун, Руднев, 2007; 2008]. Это связано с анализом Давидова с соавторами, показавшими что вариант вопросника Шварца, используемый в ESS позволяет надежно дифференцировать только 7, а не 10 базовых ценностей [Davidov, Schmidt, Schwartz, 2008]. Нынешняя классификация не дифференцирует Конформность и Традицию, Достижение и Власть-Богатство, а также Благожелательность и Универсализм.

В нынешней публикации мы также заменили название одной из ценностных категорий и полюса соответствующей ценностной оси: прежнее название «Выход за пределы “Я”» заменено на «Забота о людях и природе».

Иерархия показателей в таблице 1 отражает модель структуры ценностей, предложенную Ш. Шварцем и подтвержденную им с использованием методов многомерного шкалирования. Особенность этой модели в том, что получаемые с ее помощью ценностные оси не независимы (не ортогональны).

Те же самые исходные показатели могут быть сгруппированы и по-иному. На массиве второго раунда ESS мы предприняли факторный анализ 21 ценностного показателя «первого уровня»¹³, и получили несколько иные по содержанию ценностные оси, чем те, что предложены Ш.Шварцем [Магун, Руднев, 2007]. В отличие от осей Шварца, выделенные нами *факторные* оси являются независимыми друг от друга (ортогональными) и, как оказалось, каждая из них имеет более сложную структуру. Проанализируем теперь факторную структуру ценностных показателей для массива третьего раунда ESS, в рамках которого будет осуществляться сравнение России с другими странами. Соответствующая факторная матрица приводится в таблице 2.

Таблица 2

ФАКТОРНАЯ СТРУКТУРА ИСХОДНЫХ ЦЕННОСТНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ НАСЕЛЕНИЯ 25 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН (N = 45728, 2006–2007 ГОДЫ, НЕЦЕНТРИРОВАННЫЕ ДАННЫЕ; МЕТОД ГЛАВНЫХ КОМПОНЕНТ, БЕЗ ВРАЩЕНИЯ)*

Названия укрупненных ценностных категорий, к которым Ш.Шварц относит исходные высказывания респондентов	Содержание исходных ценностных высказываний из анкеты ESS – ценностей «первого уровня» (6-балльная шкала: от 1-«совсем не похож на меня» до 6-«очень похож на меня»)	Факторные нагрузки**		
		Фактор I	Фактор II	Фактор III
Сохранение	Важно жить в безопасном окружении	0,44	0,41	0,30
	Важно, чтобы правительство и сильное государство могло защитить своих граждан	0,44	0,41	0,24
	Важно выполнять, что говорят, и следовать правилам даже если никто за этим не следит	0,28	0,42	0,36

¹³ В факторном анализе использовались нецентрированные показатели. Как будет показано ниже, он сам осуществляет «очистку» ответов от влияния предпочитаемого респондентом участка шкалы. См. также [Dunlap, Cornwell, 1994].

	Важно вести себя правильно и избегать поступков, которые могут вызвать осуждение	0,39	0,53	0,25
	Важно быть скромным, держаться в тени, не привлекать внимания	0,20	0,54	-0,12
	Важно следовать традициям, религиозным или семейным обычаям	0,34	0,47	0,24
Открытость изменениям	Важно придумывать новое, быть творческим, все делать оригинально	0,49	-0,28	-0,21
	Важно самому принимать решения, быть свободным, не быть зависимым	0,51	-0,15	-0,22
	Любовь к сюрпризам и поиск нового; важность разнообразия	0,57	-0,39	-0,17
	Поиск приключений, любовь к риску, стремление к жизни полной впечатлений	0,41	-0,61	-0,05
	Важно хорошо проводить время; желание баловать себя	0,52	-0,44	-0,16
	Поиск возможности повеселиться; важно делать то, что доставляет удовольствие	0,49	-0,46	-0,17
Самоутверждение	Важно демонстрировать способности; хочет, чтобы люди им восхищались	0,58	-0,29	0,33
	Важно быть успешным; надеется на признание своих достижений	0,61	-0,31	0,35
	Важно быть богатым; хочет иметь много денег и дорогие вещи	0,36	-0,39	0,51
	Важно быть уважаемым человеком; хочет управлять людьми	0,49	0,00	0,43
Забота о людях и природе	Важно помогать окружающим; хочет заботиться об их благополучии	0,52	0,29	-0,34
	Важно быть верным другом; хочет посвятить себя близким людям	0,53	0,25	-0,33
	Важно равенство в обращении с людьми во всем мире, равенство возможностей для всех	0,41	0,27	-0,32
	Важно выслушивать мнения непохожих на него людей, понять точку зрения тех, с кем не согласен	0,46	0,26	-0,43
	Важно заботиться об окружающей среде, беречь природу	0,45	0,39	-0,26
Информативность факторов		22 %	14 %	8 %

* В факторный анализ не включались респонденты с большим числом неотвеченных (те, кто не ответил больше, чем на половину вопросов).

С **первым фактором** положительно связаны суждения респондента о своем сходстве со всеми представленными в анкете персонажами — это значит, что с ростом значений фактора респондент считает, что ему более свойственны *все* описанные в анкете ценностные проявления этих персонажей. Подобное единообразие как раз и свидетельствует о наличии у каждого человека определенного стиля реагирования, выражающегося в концентрации его разнообразных ответов — вне зависимости от их конкретного содержания — на том или ином участке шкалы. Напомним, что процедура центрирования, в ходе которой из каждой оценки респондента вычитали его *среднюю* оценку, как раз и устраняла влияние этого фактора. Но факторному анализу подвергнуты нецентрированные оценки респондентов, и поэтому предпочитаемый респондентом уровень оценок выделился в отдельный фактор, самый большой по доле дисперсии. Не

удивительно, что корреляция между индивидуальными значениями по данному фактору и средними оценками респондентов (показателем $mrat$) составляет 0,99, то есть индивидуальные значения первого фактора и индивидуальная средняя — это по сути одна и та же переменная.

Второй и третий факторы по своему смыслу близки к описанным Шварцем осям [Schwartz, 1992], на полюсах которых расположены 4 ценностных категории. Но отличия полученной факторной структуры от классификации Шварца все же имеются. Дело в том, что Шварц рассматривает каждую из осей как оппозицию только двух ценностных категорий, между тем, как в состав каждого из *реально полученных* факторов входят ценности, представляющие все 4 ценностных категории.

Рассмотрим обнаруженные факторы подробнее.

По **второму фактору** наибольшие по абсолютной величине веса у показателей, характеризующих *ценности сохранения* (включающие как сохранение существующего социального порядка, так и *самосохранение*) и *открытости изменениям*.

С ростом индивидуальных значений фактора *повышается* значимость ценностей сохранения (быть скромным, вести себя правильно, делать, что говорят, следовать традициям и обычаям, избегать всего, что угрожает безопасности, иметь сильное государство, которое могло бы защитить и т.п.) и *снижается* значимость открытости изменениям (приключений и риска, жизни полной впечатлений, возможности заниматься тем, что доставляет удовольствие, возможности себя баловать, новизны и сюрпризов, оригинальности и творчества, и т.п.). Три ключевых показателя, которые имеют максимальные по абсолютной величине веса и воплощают основной смысл фактора — это, с одной стороны, значимость скромности и избегания любых поступков, которые могут вызвать осуждение (факторные нагрузки показателей равны 0,54 и 0,53) и, с другой стороны, значимость приключений, риска и жизни, полной впечатлений (факторный вес — -0,61).

В то же время заметные веса по второму фактору имеют и показатели, которые, если следовать схеме Шварца, *в оппозицию «Открытость изменениям – Сохранение» не вписываются*. Так, с *положительными* весами в фактор входит значимость ценностей *Заботы о людях и природе*, а именно: сохранения природы и окружающей среды и заботы о них, толерантности, равенства в обращении со всеми людьми, помощи окружающим и верности своим друзьям. С *отрицательными* весами в фактор входит значимость ценностей *Самоутверждения*: значимость того, чтобы быть богатым, иметь много денег и владеть дорогими вещами, а также значимость успеха, способностей и их общественного признания.

[Редактору: этот и следующий абзац набрать более мелким шрифтом] Вхождение в фактор этих дополнительных ценностей может быть понято в свете представлений об инструментально-целевых соотношениях. Оппозиция «Открытость изменениям–Сохранение» характеризует конечные, «главные» ценности, характерные для людей, имеющих заметные значения по данному фактору, то есть их ценности-цели. Примкнувшие же к этой оппозиции дополнительные показатели характеризуют, соответственно, инструментальные ценности, или ценности-средства. Действительно, то, что к ценностям Сохранения примыкают ценности заботы о других людях и окружающей среде, может быть объяснено тем, что поддержание хороших отношений с близкими и дальними людьми и сохранение окружающей среды – необходимые условия, эффективные средства сохранения социального порядка и сохранения человеком самого себя¹⁴. Что же касается успеха и денег, то это те ресурсы, наличие которых у человека, во-первых, снимает у него страх перед переменами, а во-вторых, дает дополнительные возможности вносить в жизнь разнообразие и изменения. Поэтому стремление к изменениям «вынуждает» человека высоко ценить успех и деньги, что и объясняет прямую связь в сознании людей между ценностями Открытости изменениям и Самоутверждения¹⁵.

Одна и та же цель может быть достигнута разными средствами, и этим объясняется, почему каждое отдельное средство (точнее ценности, его выражающие) имеет меньшие нагрузки по фактору, чем те ценности-цели, реализации которых оно служит.

Итак, содержание данного ценностного фактора, действительно, оказалось сложнее, чем в схеме Шварца. Ценности Сохранения (включающие как сохранение существующего социального порядка, так и *самосохранение*) сопряжены здесь с ценностями Заботы о людях и природе, а ценности Открытости изменениям – с ценностями Самоутверждения. Поэтому и полное имя данного фактора должно отражать эту сложность, и каждый полюс должен иметь двойное наименование: «*Открытость, сопряженная с самоутверждением VS Сохранение, сопряженное с заботой*». Первой в названии каждого полюса указана доминирующая на этом полюсе категория ценностей; по этим доминантам и будем кратко называть данный фактор: «Открытость изменениям – Сохранение». Но подчеркнем еще раз: несмотря на совпадение кратких названий, содержание данного фактора несколько отличается от содержания соответствующей оси в классификации Шварца.

¹⁴ И это, кстати, означает, что «эгоистическая» ориентация на сохранение себя и забота об окружающих вовсе не обязательно противоречат друг другу. Более того, появление содружественных отношений между этими категориями ценностей во втором (более информативном) факторе, а конфликтных – только в третьем указывает на то, что гармоничные отношения между ценностями заботы о себе и заботы о других как раз более характерны для рассматриваемого массива.

¹⁵ Об инструментально-целевых соотношениях в сфере ценностей см.: *Магун В.С.* Потребности и психология социальной деятельности личности. — Л.: Наука, 1983. — С.6–56; (см. также Интернет-версию: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/184520.html>, ссылка верна на 1 августа 2009 года). Широко известно деление на терминальные и инструментальные ценности, введенное М. Рокичем (*Rokeych M.* The Nature of Human Values. — N.Y.: The Free Press, 1973; это разделение использовалось также в работе: Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред В.А.Ядова. — Л.: Наука, 1979), но оно не подходит для объяснения описываемых здесь соотношений, поскольку у Рокича данное разделение ценностей носит фиксированный характер. В реальности же терминальные и инструментальные ценности постоянно меняются местами: например, то, что в рамках второго фактора выступает в качестве цели, в рамках третьего фактора становится средством, и наоборот.

По **третьему фактору** наибольшие по абсолютной величине веса у показателей, характеризующих *ценности самоутверждения и заботы о людях и природе*. С ростом индивидуальных значений фактора *повышается* значимость ценностей самоутверждения (быть богатым, уважаемым человеком, которому подчиняются другие люди, быть успешным и способным, и чтобы успех и способности признавались окружающими) и *снижается* важность для респондента заботы о людях и природе (толерантности, равенства в обращении со всеми и равенства возможностей для всех людей, помощи окружающим людям и т.п.).

Три ключевых показателя, которые имеют максимальные по абсолютной величине веса и воплощают основной смысл фактора — это на одном полюсе ценность богатства, уважения и власти над людьми (факторные нагрузки равны 0,51 и 0,43), а на другом — ценность толерантности: готовности человека выслушивать мнения тех, кто от него отличается, желание понять их точку зрения (факторный вес –0,43).

И снова заметные нагрузки по третьему фактору имеют также показатели, которые, если следовать схеме Шварца, *в оппозицию «Забота о людях и природе – Самоутверждение» не вписываются*. Так, с *положительными* весами в фактор входит значимость ценностей Сохранения, а именно: безопасного окружения, сильного государства как защитника своих граждан, следования правилам, традициям и обычаям и избегания поступков, которые могут вызвать осуждение. С *отрицательными* весами в фактор входит значимость ценностей, относящихся к категории «Открытость изменениям»: значимость оригинальности и творческого подхода, а также новизны.

[Редактору: этот абзац набрать более мелким шрифтом] Присоединение этих дополнительных показателей вполне объяснимо в свете упомянутых выше представлений о целях и средствах. В данном случае ценности-цели, характерные для людей, имеющих заметные значения по данному фактору, характеризует оппозиция «Забота о людях и природе – Самоутверждение». Примкнувшие же к этой оппозиции дополнительные показатели могут восприниматься людьми как средства для реализации этих целей. Конформность и осторожность воспринимаются как средства достижения личного успеха, богатства и власти, а творчество, свобода и стремление к новизне — как способы служения людям и совершенствования экосистемы, частью которой является человечество¹⁶.

Таким образом, содержание данного ценностного фактора тоже оказалось сложнее, чем в схеме Шварца, и, соответственно, его полюсам тоже приходится давать двойное

¹⁶ Обратим внимание, что соотношения между ценностными категориями в третьем факторе противоположны имевшим место во втором: так, например, стремление к успеху и богатству во втором факторе прямо связано с открытостью изменениям, а в третьем — отношения между этими ценностями взаимно обратные. Здесь нет никакого противоречия, это типичная двойственность отношений между переменными, которую вскрывает факторный анализ, и она часто объясняется тем, что разные по направлению соотношения характерны для разных подвыборок респондентов. См. об этом подробнее: *Магун В.С.* 1) Потребности и психология социальной деятельности личности. — С. 138–170; 2) Два типа соотношения продуктивности труда и удовлетворенности работой // Социологические исследования, 1983. № 4.

наименование: «*Самоутверждение, сопряженное с послушанием и осторожностью VS Забота о людях и природе, сопряженная с личной инициативой и творчеством*». Здесь снова первой в названии каждого полюса указана доминирующая на этом полюсе категория ценностей, и по этим доминантам будем кратко называть данный фактор: «Забота о людях и природе – Самоутверждение». И вновь подчеркнем: содержание данного фактора несколько отличается от содержания соответствующей оси в классификации Шварца.

Итак, результаты факторного анализа подтвердили, что 21 ценностное суждение, действительно, описывается с помощью двух основных параметров (или факторов, или осей). Выяснилось, что эти интегральные параметры богаче по содержанию, чем ценностные оси, выделенные Шварцем, поскольку с каждым из них связаны не две, а все четыре ценностные категории. Целевые («ядерные») характеристики выделенных нами факторов совпадают с содержанием выделенных Шварцем ценностных осей, но оказалось, что к этим целевым ценностям примыкают еще и инструментальные, и за счет них рассматриваемые интегральные параметры становятся более сложными, проявляющимися в большем разнообразии ценностных показателей.

Чтобы иметь возможность сравнивать россиян с жителями других стран по ценностным факторам, приписываем каждому респонденту индивидуальные оценки по второму и третьему факторам.

* * *

Статья состоит из пяти разделов. Во втором разделе излагаются результаты сравнений «среднего» россиянина со «средними» представителями других европейских стран по выраженности различных ценностей. Здесь рассматриваются сравнения по 7 *ценностным индексам «второго уровня»* (именно они чаще всего используются Ш.Шварцем и теми, кто применяет его методику), а также по более дробным и более укрупненным ценностным показателям. Первые взяты *непосредственно из исходных вопросов анкеты (напомним, что всего их 21)*, а вторые – это *два факторных индекса*, которые построены на базе выявленной нами факторной структуры 21 исходного показателя. В третьем разделе сравниваются соотношения различных ценностей (ценностные профили) среднего россиянина и «средних» же представителей других стран. В четвертом разделе мы отказываемся от понятия среднего россиянина и анализируем внутристрановые распределения населения стран Европы на основе разделяемых людьми ценностей; межстрановые сравнения осуществляются здесь как сравнения этих распределений. В пятом разделе мы проверяем, не объясняются ли обнаруженные

межстрановые отличия в ценностях различиями в социальном составе населения разных стран. Для этого с помощью множественного регрессионного анализа мы «выравниваем» респондентов разных стран по их демографическим и социально-статусным характеристикам (иначе говоря, «контролируем» эти характеристики).

Сравнение среднего россиянина со «средними» представителями других стран по ценностным индексам «второго уровня» и интегральным факторным индексам «четвертого уровня»

Начнем со сравнений России с европейскими странами по средним значениям 7 перечисленных выше *ценностных индексов «второго уровня»*.

В таблице 3 описаны итоги этих сравнений (они проводились с помощью процедуры однофакторного дисперсионного анализа – ANOVA, статистическая значимость различий определялась с помощью критерия Тамхена, $p < 0,05$). *Из описания видно, что большинство различий России по ценностным индексам с другими европейскими странами статистически значимо, и, следовательно, эти ценностные показатели среднего россиянина чаще отличаются, чем совпадают с ценностями «средних» представителей других стран.*

По 6 из 7 ценностных индексов Россия занимает крайние или близкие к крайним позиции среди 24 европейских стран, и поэтому в каждом из этих 6 случаев

Таблица 3

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ 7 ЦЕННОСТНЫХ ИНДЕКСОВ «ВТОРОГО УРОВНЯ» В РОССИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИХ СРАВНЕНИЯ СО СРЕДНИМИ ПО ДРУГИМ СТРАНАМ С ПОМОЩЬЮ ПРОЦЕДУРЫ ANOVA

Названия укрупненных ценностных категорий (индексы «третьего уровня»)	Названия 7 ценностных индексов «второго уровня»	Средние значения ценностных индексов «второго уровня», баллы Россия, N = 2395	Характеристика положения России в сравнении с другими европейскими странами на основе средних значений*
Сохранение	Безопасность	0,75	Россия опережает все страны, кроме Украины, Венгрии, Болгарии и Кипра, с которыми нет значимых различий. Нет значимых различий также и с русскоговорящими жителями Эстонии.
	Конформность-Традиция	0,01	Россия занимает среднюю позицию, не тяготея к полюсам; отстает от 6 стран и опережает 10 стран. Нет значимых различий с 8 странами — Ирландией, Бельгией, Финляндией, Словенией, Португалией, Кипром, Норвегией, Эстонией (как с русско-, так и с эстонговорящей).
Открытость изменениям	Самостоятельность	0,16	Россия смещена к нижнему краю диапазона европейских стран, упорядоченных по среднему значению этой ценности. Отстает от 17 стран, а также титульного населения Эстонии, и опережает всего две – Болгарию и Украину. Нет значимых различий с 4 странами – Португалией, Польшей, Румынией, Словакией, а также с русскоговорящей Эстонией.
	Риск-новизна	-0,93	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 19 стран, а также от эстонговорящих эстонцев. Нет значимых различий с населением 4 стран – Румынии, Венгрии, Испании и Украины, а также с русскоговорящим населением Эстонии.
	Гедонизм	-0,73	Россия смещена к нижнему краю диапазона, отстает от населения 20 стран Европы. Опережает население 2 стран – Украины и Польши. Нет значимых различий с населением Словакии, Румынии и русскоязычного населения Эстонии.
Самоутверждение	Самоутверждение	-0,18	Россия характеризуется почти самой высокой значимостью этой ценности среди европейских стран, опережая 21 страну, а также титульное население Эстонии. Сильнее, чем у россиян, эти ценности выражены только у жителей Латвии и Румынии. Нет значимых различий у России лишь с русскоязычным населением Эстонии.
Забота о людях и природе	Забота о людях и природе	0,42	Россия (вместе с Румынией, Словакией, Словенией и русскоговорящим населением Эстонии) отстает от большинства европейских стран, от нее отстает лишь Латвия.

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

большинство отличий российского населения от населения других стран однонаправлены. Так, например, по ценности *Самоутверждения* россияне отличаются от 23 стран из 24, а также от титульного населения Эстонии и почти все эти отличия — в сторону бóльшей значимости этой ценности для российского населения. Следует, правда, иметь в виду, что Россия, как правило, делит свою позицию с другими странами. Например, по средней важности *Безопасности* Россия стоит на 2-ом месте среди других стран. В действительности же это крайнее положение, поскольку Украина, которая формально

опережает Россию, статистически значимо не отличается от нее (критерий Тамхена, $p < 0,05$). Значимо не отличаются от России и население Венгрии, Болгарии и Кипра, а также русскоговорящие эстонцы, занимающие по ценности *Безопасности*, соответственно, 3-е, 4-е, 5-е и 6-е места.

Рисунки 1-3 являются графическим сопровождением таблицы 3. На этих рисунках приведены средние значения ценностных индексов в каждой из 25 стран, включенных в Европейское социальное исследование. На графиках страны ранжированы в порядке убывания важности соответствующей ценности; объемы выборок колеблются от 992 (Кипр) до 2899 (Германия). Окраска столбиков позволяет увидеть, с какими странами у России есть статистически значимые отличия (их окраска отличается от российской), а с какими они отсутствуют.

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

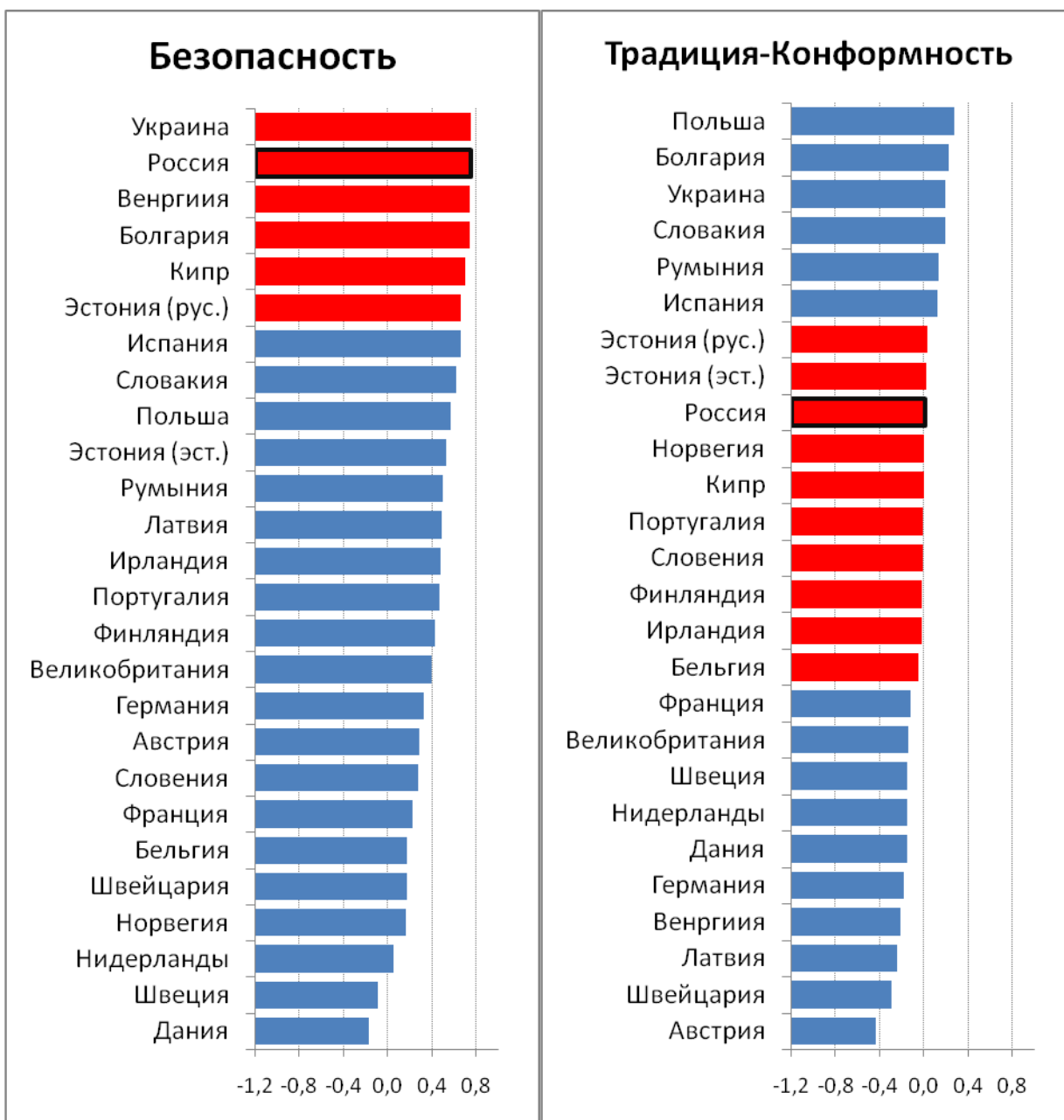
1) По ценностям, относящимся к «*Открытости изменениям*» и «*Сохранению*»:

Россия превосходит большинство стран по выраженности ценностного индекса *Безопасность*, входящего в категорию «*Сохранение*», но занимает среднее положение по выраженности ценностей – *Традиции-Конформности*, – входящих в ту же категорию. По выраженности ценностей, входящих в категорию «*Открытость изменениям*», Россия, наоборот, уступает большинству стран (см. рисунок 2 с графиками ценностей *Самостоятельность*, *Гедонизм* и *Риск-новизна*)¹⁷.

¹⁷ Вывод о слабой выраженности *Самостоятельности* согласуется с полученными ранее данными об устойчиво низкой (в сравнении с развитыми капиталистическими странами) выраженности инициативности в трудовых ценностях россиян, см.: [Магун, 2006].

Рисунок 1

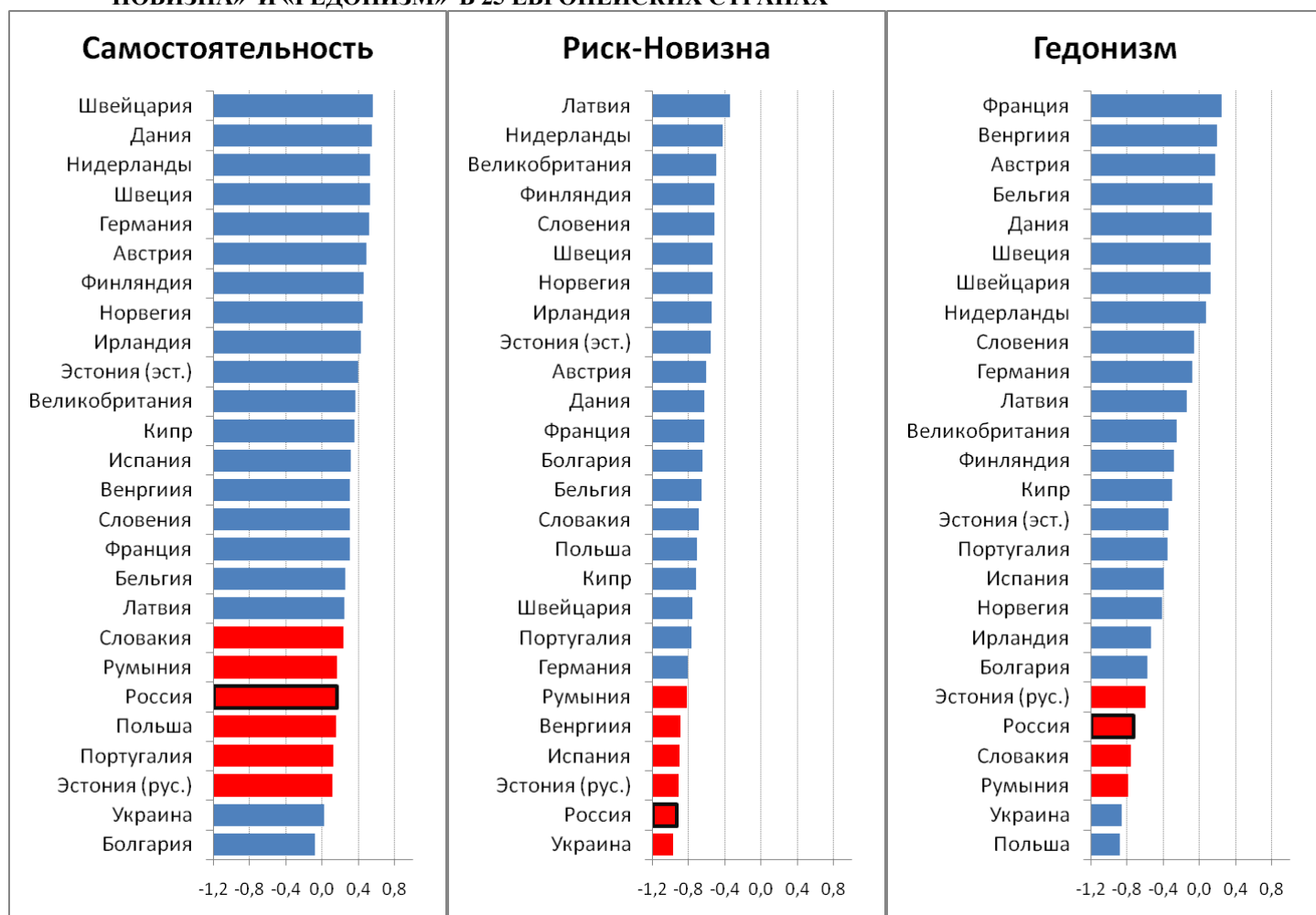
СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ИНДЕКСОВ «БЕЗОПАСНОСТЬ» И «КОНФОРМНОСТЬ - ТРАДИЦИЯ» В 25 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ



■ Статистически значимые различия с Россией отсутствуют

Рисунок 2

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ИНДЕКСОВ «САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ», «РИСК-НОВИЗНА» И «ГЕДОНИЗМ» В 25 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ



■ Статистически значимые различия с Россией отсутствуют

Рисунок 3

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ИНДЕКСОВ «ЗАБОТА О ЛЮДЯХ И ПРИРОДЕ» И «САМОУТВЕРЖДЕНИЕ» В 25 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ



Забота



(Редактору: три следующих абзаца набрать мелким шрифтом) Отмеченные тенденции подтверждаются и при сравнении ответов респондентов на отдельные вопросы анкеты (ценностей «первого уровня»)¹⁸. Если возьмем компоненты индекса *Безопасность*, то увидим, что россияне чаще остальных отмечают свое сходство с человеком, для которого «важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность» (Россия опережает все страны, нет отличий от Болгарии, Украины и русскоязычной части Эстонии), и чтобы сам он мог «жить в безопасном окружении» (Россия опережает все страны, кроме Венгрии, нет отличий от 9 стран, в том числе от обеих частей эстонской выборки).

Если взять составляющие индекса *Конформность-Традиция*, то средние ответы россиян на отдельные вопросы анкеты тоже ведут себя аналогично «поведению» суммарного индекса: россияне оказываются в середине европейского диапазона по оценкам своего сходства с человеком, который «убежден, что люди должны делать то, что им говорят», «ценит традиции», считает, что «важно быть простым и скромным» и «вести себя правильно». По оценкам своей близости ко всем этим портретам средний россиянин находится в середине европейского диапазона и не отличается от представителей многих других стран (по ответам на разные вопросы число стран, с которыми у России нет значимых отличий, колеблется в диапазоне от 7 до 14).

Если взять компоненты индексов *Самостоятельность*, *Риск-новизна* и *Гедонизм*, то их средние значения тоже находятся у нижнего края европейской шкалы, что полностью соответствует положению России среди европейских стран по средним значениям самих этих индексов¹⁹.

По всем индексам «второго уровня», относящимся к категориям «Открытость изменениям» и «Сохранение», средние российские оценки всякий раз оказываются неотличимы от значительного числа других стран, что указывает на заметную степень общности между россиянами и другими европейцами по этой группе ценностей.

2) По ценностям, относящимся к «*Заботе о людях и природе*» и «*Самоутверждению*»:

Россия занимает крайние или близкие к краям позиции по средней выраженности обоих этих ценностных индексов (рисунок 3). Ценность *Самоутверждение* выражена у россиян сильнее, чем у жителей большинства других рассматриваемых стран, а ценность *Забота* выражена, наоборот, слабее, чем в большинстве других стран. Вывод о высоком значении индекса *Самоутверждения*, в состав которого входит, в частности, ценность богатства, согласуется с тем фактом, что на всем протяжении 1990-х гг. по показателю «материализма» и близким к нему ценностным индикаторам, разработанным Р. Инглхартом, Россия устойчиво находилась в числе мировых лидеров [Андрееenkova, 1994,

¹⁸ Ответы респондентов на отдельные вопросы анкеты были центрированы – по той же причине и по той же схеме, что и ценностные индексы «второго уровня».

¹⁹ Небольшое расхождение между компонентами одного и того же индекса «второго уровня» можно заметить только для составляющих индекса Риск-Новизна. По важности «новизны» («Ему нравятся неожиданности, он всегда старается найти для себя новые занятия...») россияне имеют наиболее низкие значения, не отличаясь лишь от средних представителей Украины и русскоязычного населения Эстонии, а по важности «риска» («Он ищет приключений и ему нравится рисковать...») средний россиянин имеет средне-низкие значения, опережая Венгрию, Румынию и Испанию и не отличаясь от 8 стран и русскоязычных эстонцев.

Inglehart 1997, Inglehart, Baker, 2000]. Он согласуется также и с выводом о дальнейшем усилении «материалистической» мотивации россиян в 2000-е годы [Магун, 2006].

(Редактору: следующий абзац набрать мелким шрифтом) Для проверки результатов этих сравнений мы снова обратились к ответам респондентов на те вопросы анкеты, из которых были составлены соответствующие ценностные индексы. И снова мы увидели, что положение среднего россиянина в диапазоне европейских стран почти по всем (по 8 из 9) составляющим индексам *Самоотдачи* и *Самоутверждения* соответствуют положению россиян по самим этим индексам. Это подтверждает правомерность предпринятых межстрановых сравнений.

Важно отметить также, что средние российские показатели по ценностям *«Забота о людях и природе»* и *«Самоутверждение»* значительно отличаются почти от всех рассматриваемых стран, что указывает на значительную специфику сегодняшней России в этом отношении.

Описав результаты сравнений по 7 ценностным индексам «второго уровня», построенным по алгоритмам Ш. Шварца, перейдем теперь к сравнениям по более укрупненным показателям, построенным на основе осуществленного нами и описанного выше факторного анализа. **Факторные ценностные индексы** относятся к наиболее высокому (четвертому) уровню интеграции ценностных характеристик, и их использование позволит дать более целостную характеристику российского населения.

На рисунке 4 показано положение России и 24 других европейских стран в пространстве двух ценностных факторов. При движении по горизонтальной оси меняются средние показатели стран по фактору *"Открытость изменениям — Сохранение"*: чем правее на графике расположена точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности *Сохранения* и менее значимы ценности *Открытости изменениям*. При движении по вертикальной оси меняются показатели по фактору *«Забота о людях и природе – Самоутверждение»*: чем выше на графике расположена точка, тем более значимы для населения соответствующей страны ценности *Самоутверждения* и менее значимы ценности *Заботы о людях и природе*.

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

При этом по выраженности параметра *«Открытость изменениям – Сохранение»* средний россиянин похож на представителей большого числа других стран – российская средняя по этому ценностному фактору не дает статистически значимых отличий от

средних оценок 10 других стран! По степени выраженности ценностей «Открытости–Сохранения» россияне попадают в одну категорию с очень разными странами: с Болгарией, Кипром, Францией, Финляндией, Венгрией, Ирландией, Португалией, Румынией, Словакией и Эстонией (включая и русскоговорящих, и титульный этнос).

Что же касается ценностей «Заботы – Самоутверждения», то в этом отношении средний россиянин гораздо более своеобразен – только с русскоговорящими жителями Эстонии, населением Латвии и Украины у России нет статистически значимых различий²⁰.

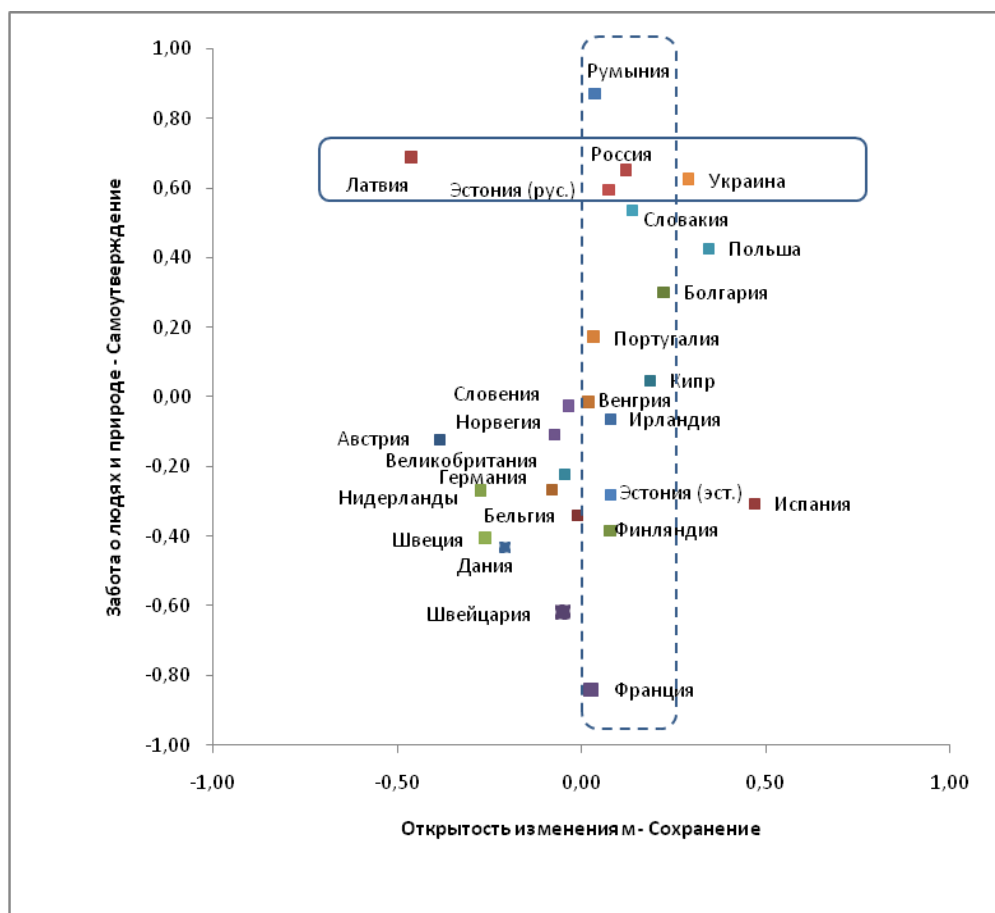
На первый взгляд, кажется неожиданным, что по фактору «Открытость – Сохранение» Россия занимает срединное положение: исходя из крайне высоких оценок России по Безопасности и крайне низких – по Самостоятельности, Риску-новизне и Гедонизму (т.е. по основным компонентам Открытости – Сохранения) можно было бы ожидать, что ее оценки по данному показателю будут резко сдвинуты в сторону Сохранения. Понять это кажущееся противоречие помогает описанная выше полная структура фактора, о котором идет речь. Напомним, что в рамках данного фактора Сохранение оказалось сопряжено с Заботой о людях и природе, т.е. с категорией ценностей, значимость которых для россиян ниже, чем в большинстве других стран, и именно эти низкие значения и «нейтрализовали» высокую значимость ценностей Сохранения. На другом же полюсе Открытость изменениям сопряжена, как показал тот же факторный анализ, с ценностями Самоутверждения, и благодаря этому сильно выраженное у россиян Самоутверждение «нейтрализовало» слабо выраженную Открытость изменениям. Эти процессы и обеспечили сдвиги российской средней оценки по рассматриваемому фактору в сторону срединных значений.

Таким образом, ценностная характеристика населения России, полученная на основе межстранового сравнения факторов, согласуется с той, что была дана выше на основе сравнения 7 ценностных индексов «второго уровня», но позволяет выразить ее в более интегральном виде. Полезным оказалось выделение интегральных характеристик именно с помощью факторного анализа: благодаря большей сложности этих интегральных характеристик выявилось срединное положение россиян по одному из двух ценностных факторов и их сходство с населением значительного числа европейских стран.

²⁰ Все описанные сравнения средних по интегральным ценностным факторам осуществлялись с помощью процедуры ANOVA, применялся критерий Тамхена, $p < 0,05$.

Рисунок 4

ПОЛОЖЕНИЕ 25 ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН В ПРОСТРАНСТВЕ ДВУХ ЦЕННОСТНЫХ ФАКТОРОВ, СРЕДНИЕ ОЦЕНКИ ПО СТРАНАМ



Отсутствие статистически значимых различий России с другими странами по фактору «Открытость изменениям – Сохранение»

Отсутствие статистически значимых различий России с другими странами по фактору «Забота о людях и природе - Самоутверждение»

Итак, по итогам всех описанных в этом разделе ценностных сопоставлений можно представить сегодняшнего среднего россиянина, как человека, для которого, в сравнении с жителями большинства других европейских стран, включенных в исследование, характерна более высокая осторожность (или даже страх) и более выраженная потребность в защите со стороны сильного государства; у него слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и ему менее свойственна склонность к риску, стремление к веселью и удовольствиям. Сходная выраженность перечисленных ценностей характерна и для представителей ряда других европейских стран, причем не только постсоциалистических.

В то же время средний россиянин сегодня сильнее, чем жители большинства европейских стран стремится к богатству и власти, а также к личному успеху и социальному признанию. В связи с этим в его сознании меньше, чем у представителей других стран, остается места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для

толерантности, заботы о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает (более низкие значения “Заботы”). В рассматриваемом массиве оказалось немного стран близких к России по степени выраженности этих ценностей.

Обратим внимание, что сильное стремление к личному успеху и богатству не сочетается в сознании россиян со столь же выраженной смелостью, готовностью действовать по-новому, идти на риск и принимать самостоятельные решения – люди мечтают об успехе, который бы достигался малой ценой²¹.

[Редактору: этот абзац набрать более мелким шрифтом] Приведенная выше характеристика близка к той, что мы по итогам предыдущего раунда опросов дали обобщенному представителю Украины [Магун, Руднев, 2007], но отличие среднего россиянина – в несколько меньшей конформности и в меньшем акценте на скромность и следование традициям, а кроме того – в менее выраженной, чем у украинцев, ориентации на равенство и толерантность в подходе к людям. Как и средний россиянин, средний украинец меньше отличается от представителей других стран по ценностному фактору “Открытость изменениям – Сохранение”, нежели по ценностному фактору «Забота о людях и природе – Самоутверждение», но у россиян степень общности в этом отношении с другими европейцами еще выше.

Публицисты, ученые и общественные деятели выражают сегодня серьезную озабоченность низким уровнем альтруистических, солидаристских ценностей в российском обществе и, наоборот, гипертрофированностью индивидуалистических ориентаций. Часто бывает, что активность моральной критики не связана с реальным состоянием массовых нравов и ориентаций, но в данном случае это не так: результаты нашего исследования подтверждают, что проблема, действительно, существует. Сравнение России с другими европейскими странами явно свидетельствует, что у сегодняшнего среднего россиянина крайне слабо выражены надличные ценности, связанные, с заботой о благополучии других людей, о равноправии и терпимом отношении к ним, а также с заботой об окружающей среде, и, наоборот, крайне высока значимость противостоящих им “эгоистических” ценностей²².

При сломе советской патерналистской системы государство полностью переложило свои социальные обязательства на плечи отдельного человека, и это привело к росту индивидуализма как чувства личной ответственности индивида за свое благополучие и благополучие своей семьи [Кессельман, Мацкевич, 2001, Лапин, 2003].

²¹ Этот вывод совпадает с результатами исследования трудовых ценностей россиян, см.: [Магун, 1995, 2006].

²² Важно подчеркнуть, что речь идет о крайне сильной выраженности не всех индивидуалистических ценностей, а только ценностей Самоутверждения, которые наиболее явно связаны с конкуренцией между людьми (“игрой с нулевой суммой”) и потому наиболее явно противостоят ценностям Заботы о людях и природе. Другие индивидуалистические ценности – “Гедонизм” (“хорошо проводить время”, “баловать себя”, “делать то, что доставляет удовольствие” и т.п.) и “Самостоятельность” (“самому принимать решения”, “все делать своим оригинальным образом” и т.п.) – наоборот, как показано выше, выражены у россиян пока слабее, чем у большинства других европейцев.

Одновременно с этим, в силу отказа от коммунистической идеологии, поменялись и моральные приоритеты: следование личному интересу и участие в конкуренции перешли из разряда осуждаемых в категорию одобряемых ценностей, а забота о благе окружающих, наоборот, потеряла былой нравственный ореол [Магун, 1994]. Тот факт, что сегодня Россия по показателю «Заботы — Самоутверждения» опережает почти все остальные страны – симптом того, что сдвиг российского общества в сторону конкурентных ценностей индивидуального успеха, власти и богатства был чрезмерным, и установившийся сегодня в обществе баланс между ценностями конкурентного индивидуализма и солидарности не является оптимальным.

По-иному соотносятся с обыденными представлениями результаты эмпирической диагностики ценностей, относящихся к категориям “Открытости изменениям” и “Сохранения”. Сегодняшние эмпирические данные *не подтверждают* приписываемой «русскому национальному характеру» склонности к покорности и послушанию, равно как и стремление следовать обычаям и традициям. Кроме того, в отношении всей этой группы столь существенных для развития страны ценностей не подтверждается и представление об уникальности, “особости” российского общества. По каждому из шести относящихся сюда ценностных индексов, и, тем более, по ценностному фактору “Открытости изменениям – Сохранения” средний россиянин не отличается от представителей целого ряда других европейских стран, демонстрируя общность России не только с постсоциалистическими, но и с некоторыми развитыми капиталистическими странами.

Сравнение среднего россиянина со «средними» представителями других стран по ценностным профилям

Описанные выше сравнения осуществлялись по каждому ценностному показателю в отдельности. А в какой степени совпадают или отличаются *соотношения* между разными ценностями – *ценностные профили*, или *иерархии ценностей*?

На рис. 5 приведены ценностные профили населения России и нескольких других стран-участниц исследования, построенные на основе 7 ценностей «второго уровня». Из рисунка видно, что для населения России наиболее значима ценность *Безопасности*, на втором месте *Забота о людях и природе*, на третьем месте – *Самостоятельность*, на четвертом – *Конформность-Традиция*. Средние значения всех этих ценностей – положительны, т.е. их значимость выше общероссийской средней по всем 7 ценностям (эта средняя для центрированных показателей равна нулю).

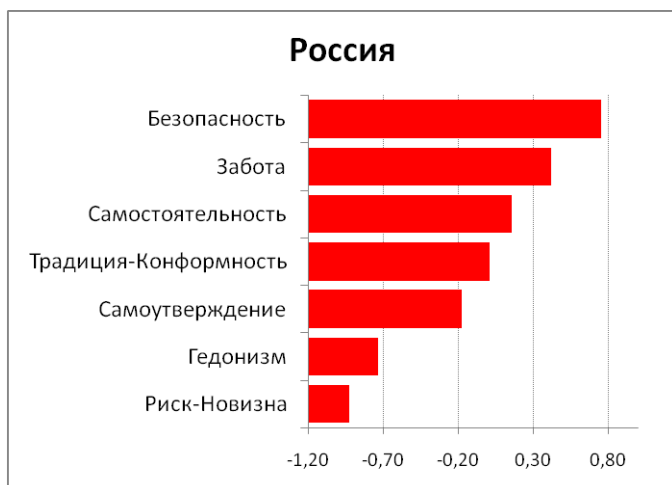
На пятом месте стоит *Самоутверждение*, а на шестом и седьмом местах — ценности

Гедонизма и *Риска-новизны*. Средние величины этих трех ценностей отрицательны: это означает, что в целом, в сравнении с общероссийской средней по всем 7 ценностям, россияне придают им меньшее значение.

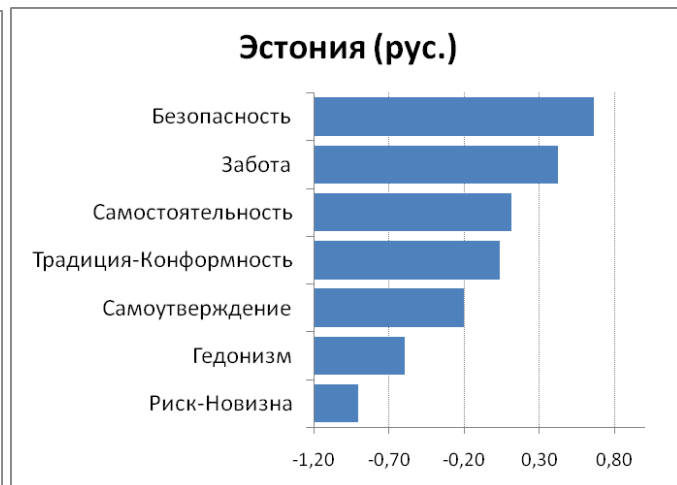
Обратим внимание, что сравнительная значимость одной ценности относительно других ценностей *внутри страны* часто не совпадает с ее сравнительной важностью относительно *других стран*. Иными словами, иерархическое положение ценности в какой-либо стране не эквивалентно ее «географическому» положению. Как видно из российского профиля (рисунок 5), для среднего россиянина *Забота о людях и природе* более важна, чем *Самоутверждение*, но в сравнении с другими странами ценности *Заботы* выражены в России, наоборот, слабее, а ценности *Самоутверждения* – сильнее (см. рисунок 3). (С последним обстоятельством связаны различия в *степени* приоритетности ценностей в разных странах. В частности, *Забота* важнее *Самоутверждения* не только для россиян, но и для жителей всех европейских стран. Но если сравнить ценностные профили разных стран, то бросается в глаза, что, например, в Дании и Швеции, тоже представленных на рисунке 5, первая ценность превосходит вторую гораздо сильнее, чем в России).

Рисунок 5

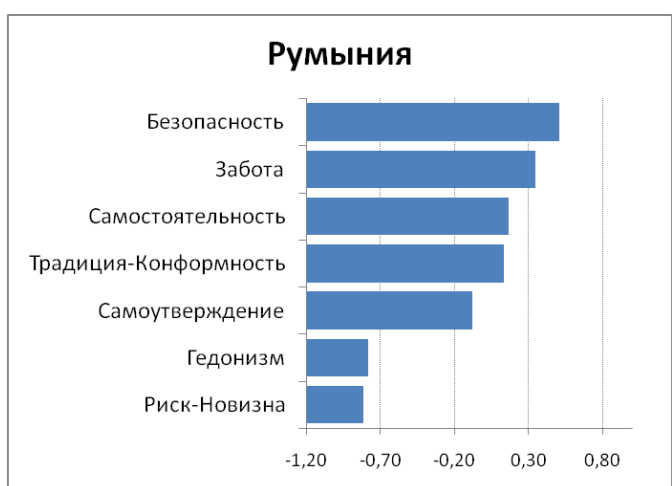
ИЕРАРХИИ ЦЕННОСТЕЙ «ВТОРОГО УРОВНЯ» У НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ, ЭСТОНИИ, РУМЫНИИ, УКРАИНЫ, СЛОВАКИИ, ДАНИИ И ШВЕЦИИ (средние по стране значения 7 ценностных индексов, упорядоченные по убыванию)



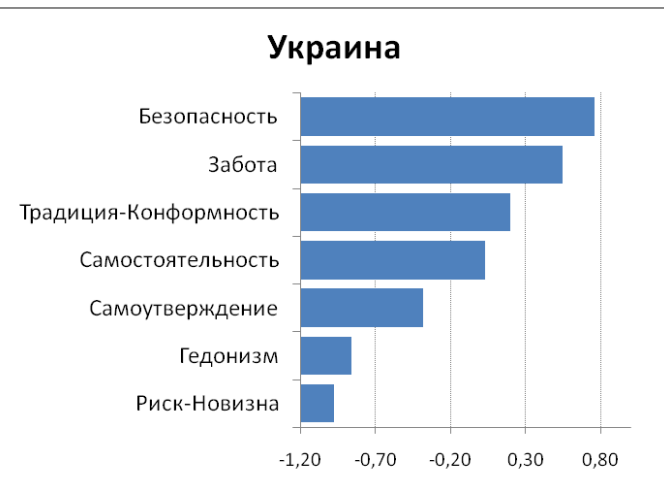
N=2395



N=525



N=2108

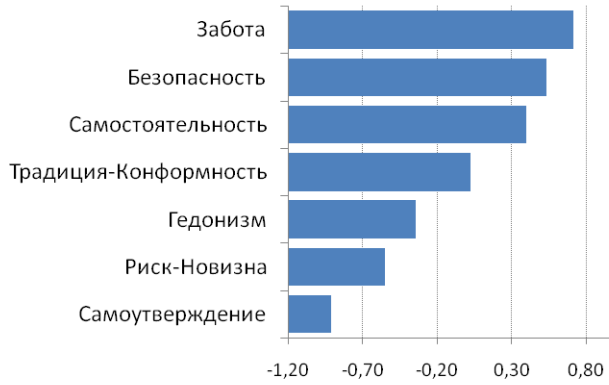


N=1963



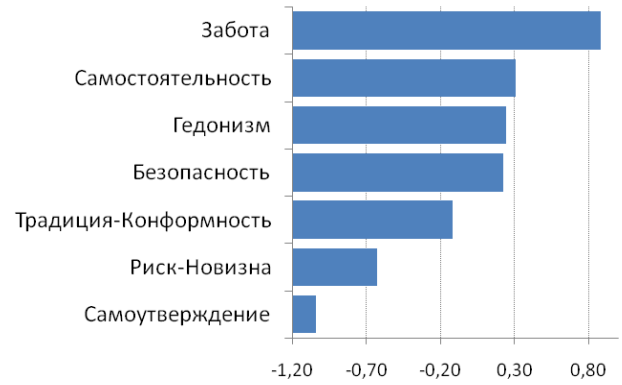
N=1747

Эстония (эст.)



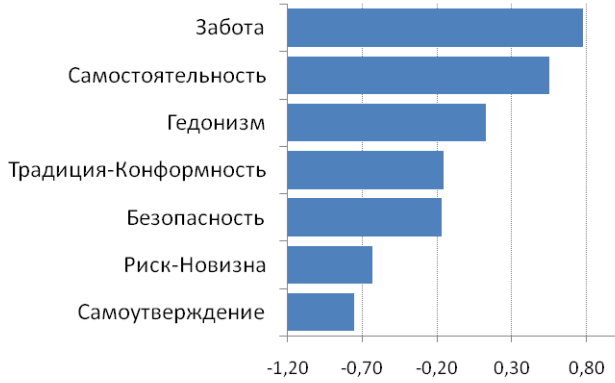
N=950

Франция



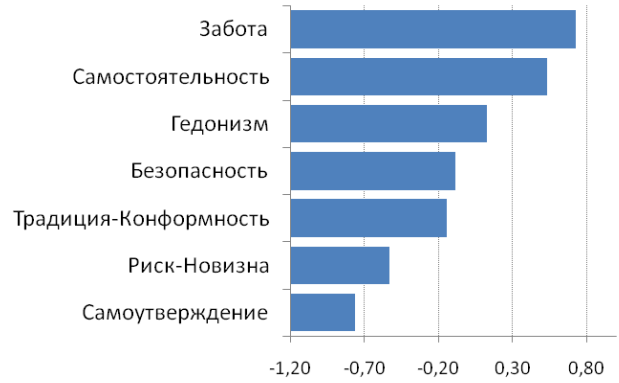
N=1984

Дания



N=1464

Швеция



N=1613

Для сравнения с Россией были выбраны страны, чьи профили, судя по коэффициентам ранговой корреляции, особенно близки либо, наоборот, наиболее далеки от российского. Так, коэффициенты ранговой корреляции Спирмена между ценностными профилями среднего россиянина и профилями тех, кто особенно похож на него, достигают 1 (с русскоговорящим населением Эстонии), 0,98 (с населением Румынии), 0,96 (с населением Кипра и Украины); 0,95 (с жителями Словакии), все перечисленные коэффициенты значимы при $p < 0,001$. Коэффициенты ранговой корреляции Спирмена между профилем среднего россиянина и профилями тех, кто на него наименее похож, заметно ниже и равны 0,49 (с датчанами), 0,54 (со шведами), 0,77 (с французами); при $p < 0,05$ эти коэффициенты статистически не значимы. Коэффициент Спирмена между средним россиянином и средним представителем титульного этноса Эстонии равен 0,84 (статистически значим при $p < 0,05$). В целом, как видим, даже ценностные профили, самые непохожие на российский, достаточно близки к нему. Об этом свидетельствуют положительные знаки всех коэффициентов корреляции между российским ценностным профилем и профилями других европейских стран. (В принципе этот коэффициент может принимать и отрицательные значения, вплоть до -1 ; в данном же случае он варьируется от 0,49 до 1, причем большинство коэффициентов статистически значимы при $p < 0,05$, или при более строгом уровне значимости²³.)

В сравнениях, описанных выше, каждая страна была представлена одним значением той или иной ценности, и мы намеренно игнорировали *внутри*страновые различия между индивидами, создавая в то же время благоприятные условия для обнаружения *меж*страновых различий. И даже при таком методе сравнения удалось выявить *сходства* между странами и по 7 индексам, и по двум ценностным факторам, и по ценностным профилям. По-видимому, эти сходства еще усилятся при переходе от агрегированного (странового) анализа данных к анализу на уровне отдельных индивидов.

“Деконструкция стран”, или типология респондентов без учета их страновой принадлежности

В сравнениях и классификациях, описанных в предыдущих разделах, в качестве единиц анализа выступали агрегированные объекты – целые страны, мы принимали как само собой разумеющееся, что ценности отдельных респондентов, отвечавших на вопросы анкеты, определяются страной, в которой они живут. Откажемся теперь от этой

²³ Положительно и, как правило, статистически значимо коррелируют между собой вообще все ценностные профили рассматриваемых европейских стран [Schwartz, Bardi, 2001].

«страновой презумпции» и классифицируем отдельных участников исследования как самостоятельные единицы, не связывая их с самого начала определенной страновой идентичностью. При таком подходе люди совсем не обязательно объединятся между собой по страновому принципу. Попытка именно такой классификации с использованием кластерного анализа (по методу k -средних) и была нами предпринята.

За единицу анализа был взят отдельный респондент, и статистический алгоритм распределял людей по кластерам только на основании их ответов на 21 исходный ценностный вопрос (т.е. на основании ценностей «первого уровня», которые были предварительно центрированы), безотносительно страны проживания. Мы остановились на типологии, состоящей из 4 кластеров, поскольку в этом случае они были относительно равномерно наполнены, и кроме того, различия между ними хорошо описывались в терминах интегральных ценностных факторов. В кластере I оказалось 8293 (18%), в кластере II – 16058 (35%), в кластере III – 11078 (24%) и в кластере IV – 10299 (23%) респондентов²⁴.

На рисунке 6 показано расположение 4 кластеров в пространстве уже знакомых нам ценностных факторов – «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение». Как видно из рисунка, респонденты, составляющие *кластер I*, характеризуются самыми низкими значениями по горизонтальной оси и почти самыми низкими – по вертикальной, т.е. у них в большей степени, чем у представителей трех других типов, выражены ценности Открытости изменениям (в ущерб ценностям Сохранения) и весьма сильно (средне-высоко) выражены ценности Заботы (в ущерб ценностям Самоутверждения). Респонденты, вошедшие в *кластер II*, характеризуются средней выраженностью фактора «Открытость – Сохранение» и наиболее сильной, в сравнении с представителями других кластеров, выраженностью ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение». *Кластер III* на рисунке располагается почти напротив второго кластера, входящие в него респонденты характеризуются тоже умеренной ориентацией на ценности Сохранения (чуть более высокой, чем контингент второго кластера) и крайне выраженной ориентацией на ценности Заботы (в ущерб ценностям Самоутверждения). *Кластер IV* на рисунке располагается по диагонали от кластера I и характеризуется крайне высокой значимостью ценностей Сохранения (в

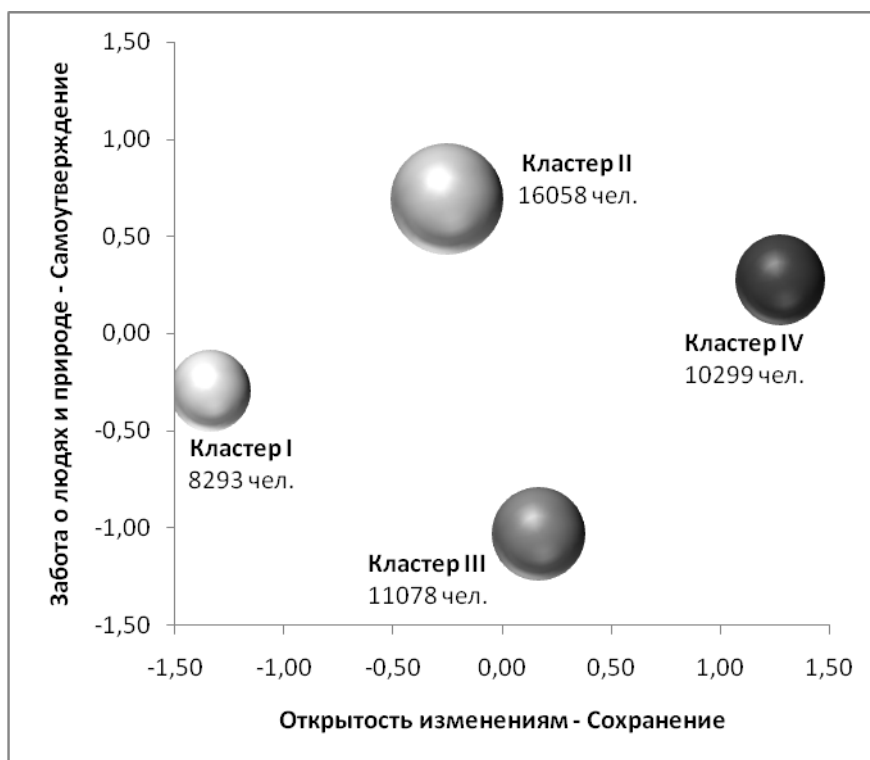
²⁴ У метода k -средних существует определенный недостаток - его результаты могут зависеть от сортировки исходного массива данных. Чтобы проверить устойчивость наших результатов, был проведен специальный эксперимент, в котором массив несколько раз подвергали сортировке по случайным переменным, после чего проводили процедуру кластерного анализа. При этом фиксировалось смещение центров кластеров, устойчивость размера кластеров, "миграция" респондентов из кластера в кластер. Результаты анализа при разных сортировках оказались устойчивыми. При этом содержательно полученные при разных сортировках кластеры оказались очень близки, как в пространстве двух ценностных факторов, так и по средним значениям 7 ценностных индексов «второго уровня».

ущерб Открытости изменениям), а также средне-высокой значимостью ценностей Самоутверждения (в ущерб ценностям Заботы). Таким образом получилось, что 4 кластера располагаются в пространстве ценностных факторов приблизительно в вершинах ромба: у каждого кластера один из двух факторов выражен в крайней (в наибольшей или наименьшей по сравнению с другими кластерами) степени, а другой фактор выражен у двух кластеров в средней степени (это фактор «Открытость изменениям – Сохранение»), а у двух других – в средне-низкой или средне-высокой степени (это фактор «Забота о людях и природе – Самоутверждение»). Диагонали ромба приблизительно соответствуют направлению двух ценностных осей, причем более длинная диагональ вытянута вдоль оси «Открытость–Сохранение».

Как уже говорилось, при распределении респондентов по кластерам учитывались только их ответы на 21 ценностный вопрос анкеты, а страновая принадлежность во внимание не принималась. Но теперь посмотрим: есть ли какая-то закономерность в том, как распределились по кластерам жители различных стран? Ответ на этот вопрос содержится в таблице 4, где приведены доли населения каждой страны, оказавшиеся в том или ином кластере.

Как видно из этой таблицы, *в каждом из 4 кластеров есть представители всех стран и наоборот – жители каждой из 25 стран представлены во всех кластерах*. При этом в каждом из кластеров есть страны-лидеры и страны-аутсайдеры, т.е. такие, которые «вносят» в состав данного кластера, соответственно, наибольшую или наименьшую (в сравнении с другими странами) долю своего населения.

Рисунок 6
**ПОЛОЖЕНИЕ ЧЕТЫРЕХ КЛАСТЕРОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ ПУТЕМ КЛАССИФИКАЦИИ
 РЕСПОНДЕНТОВ, В ПРОСТРАНСТВЕ ЦЕННОСТНЫХ ФАКТОРОВ**
 (Положение кластера определяется средними оценками входящих в него респондентов; размер
 «пузырьков» пропорционален количеству респондентов в каждом из кластеров)



В кластере I, члены которого, напомним, в среднем, характеризуются крайне высокой ценностью “Открытости” и средне-высокой ценностью «Заботы о людях и природе» лидируют Австрия, Дания, Нидерланды, Швеция и Латвия – они «вносят» в состав кластера не менее четверти своего населения, а наименьший вклад вносят четыре постсоциалистических страны (Польша, Румыния, Словакия и Украина), а также Испания, взнос каждой из них – не более 10% населения. В целом, в данном кластере оказалось 18% всей выборки, он по численности наименьший среди четырех²⁵. В кластере II, участники которого, напомним, занимают срединное положение по оси “Открытость – Сохранение” и у которых крайне высока ценность «Самоутверждения», лидеры и аутсайдеры частично поменялись местами: лидируют как раз постсоциалистические Латвия, Румыния и Словакия (каждая из них «вносит» в состав кластера более половины своего населения!), а наименьший вклад (не более четверти своей численности) вносят Испания, Финляндия, Франция, Швейцария, и титульное население Эстонии (в целом, данный кластер самый большой, в нем оказалось 35% всей выборки). Участники кластера III, как было показано выше, характеризуются срединным положением по оси

²⁵ В этом и во всех остальных кластерах доли стран-лидеров статистически значимо отличаются от долей стран-аутсайдеров (при $p < 0,05$ или при более строгом уровне значимости).

Таблица 3

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ 25 СТРАН ПО КЛАСТЕРАМ, ПОСТРОЕННЫМ ПУТЕМ КЛАССИФИКАЦИИ РЕСПОНДЕНТОВ НА ОСНОВЕ ИХ ЦЕННОСТЕЙ, % ПО СТРОКЕ*

Страна	Кластер I: Крайне высокая ценность “Открытость и” и средне-высокая ценность «Заботы о людях и природе»	Кластер II: Срединное положение по ценностному фактору “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность “Самоутверждения”	Кластер III: Срединное положение по ценностному фактору “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность «Заботы о людях и природе»	Кластер IV: Крайне высокая ценность «Сохранения» и средне-высокая ценность “Самоутверждения”	Число респондентов
Австрия	34**	30	24	<i>13</i>	2383
Бельгия	20	29	36	16	1797
Болгария	15	38	13	33	1355
Великобритания	22	28	29	21	2361
Венгрия	17	36	31	16	1475
Германия	21	30	30	19	2889
Дания	25	28	32	15	1465
Ирландия	18	33	24	25	1670
Испания	<i>8</i>	24	36	32	1859
Кипр	13	38	24	25	995
Латвия	25	55	<i>8</i>	<i>13</i>	1940
Нидерланды	26	33	30	<i>11</i>	1861
Норвегия	21	31	21	26	1552
Польша	<i>9</i>	44	<i>9</i>	39	1706
Португалия	13	47	16	24	2212
Россия	17	43	<i>5</i>	35	2399
Румыния	<i>10</i>	60	3	27	2109
Словакия	<i>10</i>	52	8	31	1745
Словения	20	38	25	17	1466
Украина	<i>9</i>	42	<i>8</i>	40	1971
Финляндия	19	23	36	22	1653
Франция	16	<i>16</i>	55	<i>14</i>	1984
Швейцария	20	<i>21</i>	46	<i>13</i>	1798
Швеция	24	26	38	<i>12</i>	1604
Эстония (р.)	14	44	10	31	528
Эстония (э.)	17	24	34	25	951
<i>Всего</i>	18	35	24	23	45728

* В кластерный анализ не включались респонденты с большим числом неответов (те, кто не ответил больше, чем на половину вопросов).

**Крупным шрифтом и подчеркиванием выделены доли стран-лидеров данного кластера, курсивом – доли стран-аутсайдеров данного кластера.

“Открытость – Сохранение” и крайне высокой ценностью «Заботы». Лидируют в нем

Бельгия, Испания, Финляндия, Франция, Швейцария и Швеция («вносят» от 36 до 55% своего населения), а наименьший вклад снова вносят шесть постсоциалистических стран (четыре из них совпадают с аутсайдерами первого кластера) – Латвия, Польша, Россия, Румыния, Словакия и Украина (вклад каждой из них – менее 10% своего населения). Этот кластер средний по численности, в нем оказалась около четверти всей выборки. Примерно таков же по размеру и последний, четвертый *кластер*, в котором оказались респонденты, характеризующиеся крайне высокой ценностью “Сохранения” и средне-высокой ценностью “Самоутверждения”. Лидируют в нем три постсоциалистические страны: Польша, Россия и Украина. Эти страны “вносят” в состав кластера 35-40% своего населения, а наименее представлены – Австрия, Латвия, Нидерланды, Франция, Швейцария и Швеция (вклад каждой – от 11 до 14% населения).

Итак, в составе каждого кластера представлены жители всех стран, но представлены неравномерно: одни «вносят» в состав кластера очень заметную долю своего населения, а другие – совсем небольшую.

Примечательно, что полярными по величине этих вкладов в каждом кластере оказываются всякий раз одни и те же категории стран, а именно – постсоциалистические и «старые» капиталистические страны, причем представители каждой из этих категорий поочередно выступают то в роли лидера, то в роли аутсайдера.

И точно так же, как внутри каждого кластера неравномерно представлены доли разных стран, каждая страна неравномерно «вкладывается» в разные кластеры. Примечательно, что особенно резко эта неравномерность вкладов в разные кластеры выражена как раз у постсоциалистических стран: у каждой из них есть два крупных вклада (в большинстве случаев – во второй и четвертый кластеры) и два – заметно меньших по величине (как правило, в первый и третий кластеры).

Подобная неравномерность характерна и для России. Большинство (почти 80%) россиян попадают во второй (43%) и четвертый (35%) кластеры, в которых лидируют постсоциалистические страны, но в то же время в России есть и меньшинство. Оно хотя и разделяет ценности для россиян нетипичные, все же весьма значительно по численности: каждый шестой россиянин (17% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 5% – в четвертый, в обоих этих кластерах тон задают представители старых капиталистических стран.

Посмотрим теперь, что представляют собой эти четыре типа россиян с точки зрения ценностей. Напомним, что если смотреть на российское население в среднем, без деления на кластеры, то оно, в сравнении с населением других стран, характеризуется средним положением по фактору “Открытости–Сохранения” и крайне высокими

значениями фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение» (см. рис. 4). Именно такое сочетание ценностей характерно для второго кластера, куда как раз и попадает самая большая часть (почти половина) россиян – эти люди воплощают то, что можно было бы назвать сегодняшней модальной российской личностью. Еще около трети (35%) россиян (их можно назвать “вторым большинством”) вошли в четвертый кластер и характеризуются крайне высокой выраженностью ценностей «Сохранения» и средне-высокой выраженностью «Самоутверждения». Таким образом, *российское большинство принадлежит к тем ценностным типам, которые отличаются более сильными, чем представители других ценностных кластеров, ориентациями на ценности “Самоутверждения” (в ущерб ценностям «Заботы о людях и природе»).* На оси “Открытость изменениям – Сохранение” одна часть этого большинства характеризуется *срединным положением, а другая – крайне сильной выраженностью ценностей “Сохранения” (в ущерб “Открытости изменениям”).* Что определенно не характерно для этого большинства, так это опережение представителей других ценностных типов по ориентации на ценности “Заботы” и “Открытости изменениям”.

Но именно эти ценности характерны для двух других “фракций” российского общества – “меньшинств” оказавшихся в составе первого и третьего кластеров. Так 17 % россиян, оказавшихся в составе первого кластера, характеризуются самой высокой, в сравнении с другими ценностными типами, ориентацией на “Открытость изменениям” (в ущерб “Сохранению”) и средне-высокой ориентацией на «Заботу» (в ущерб “Самоутверждению”)²⁶. И еще для 6% россиян, оказавшихся в составе третьего кластера, характерно обратное сочетание – срединное положение на оси “Открытость – Сохранение” и крайне высокая, в сравнении с другими ценностными типами, ценность «Заботы о людях и природе».

Таким образом, благодаря переходу со странового на индивидуальный уровень анализа и построению классификации отдельных респондентов, удалось, во-первых, расщепить образ «среднего россиянина» и показать, что в составе *российского большинства* имеется два ценностных подтипа. И во-вторых, удалось обнаружить две группы *ценностных меньшинств*, которые радикально отличаются по своим ценностям от доминирующих в России ценностных типов, но к которым, тем не менее, принадлежит

²⁶ Эта характеристика первого кластера ярко выражается в его ценностном профиле, который резко отличается от профилей других кластеров и российского населения в целом. Достаточно сказать, что в этом кластере первое место занимает Самостоятельность, далее идет Гедонизм, третье-четвертое места делят Риск-Новизна и Забота. Безопасность же оказалась в нижней половине иерархии, где также находятся Самоутверждение и Конформность-Традиция. Напомним (см. рисунок 5), что в общероссийской выборке иерархия ценностей была совершенно иной: первое место занимала именно Безопасность, Самостоятельность располагалась только на третьем месте, а Гедонизм и Риск-новизна и вовсе “довольствовались” двумя последними места в иерархии.

каждый пятый россиянин²⁷.

Влияние страны проживания и социально-демографического состава населения на базовые ценности: результаты множественного регрессионного анализа

Первый вопрос, который возникает при поиске объяснений описанных выше ценностных отличий между Россией и другими странами – не вызваны ли эти отличия разницей в социально-демографическом составе населения разных стран? Например, тем, что в какой-то стране население старше, чем в России, или воспитывалось более образованными родителями. Чтобы ответить на этот вопрос, мы постараемся с помощью регрессионного анализа “очистить” обнаруженные ранее страновые влияния от воздействия социально-демографических переменных, а также сопоставить страновые и социально-демографические влияния по их силе.

В таблице 4 приведены коэффициенты уравнений линейной регрессии²⁸, в которых в качестве зависимых переменных используются два наиболее интегральных ценностных показателя – факторы «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение». В качестве *независимых* переменных в регрессии, кроме страновой принадлежности респондентов, включаем также те характеристики, связь которых с ценностями неоднократно обнаруживалась в предшествующих исследованиях – это пол, возраст, принадлежность к этническому меньшинству, характеристики родительской семьи (имел ли кто-либо из родителей респондента высшее образование? когда респонденту было 14 лет, был ли у него отец? каков был статус родителей, когда респонденту было 14 лет – имели ли отец и мать подчиненных? был ли кто-либо из родителей иммигрантом?). Все эти характеристики могут влиять на ценности респондента, но обратное влияние на них со стороны ценностей невозможно (эти переменные называют экзогенными)²⁹.

²⁷ Есть некоторые социально-демографические особенности этого ценностного меньшинства россиян. В целом, это более активная и модернизированная часть населения. В первом и третьем кластерах больше мужчин, чем во втором и четвертом (51% против 39%, различия значимы при $p < 0,05$), оказавшиеся в них россияне более молоды (50% из них младше 30 лет, тогда как среди членов второго и четвертого кластеров таковых всего 23%, но зато там 63% респондентов старше 39 лет – против всего 35% в первом и третьем кластерах). Также можно отметить, что среди респондентов из второго и четвертого кластеров значимо большая доля постоянно проживает в сельской местности, чем среди респондентов из первого и третьего кластеров (29% против 21%). Что касается профессиональной принадлежности, уровня образования, а также региона, в котором проживает респондент, то четких и последовательных различий между «меньшинством» и «большинством» пока обнаружить не удалось. Возможно, это свидетельствует об относительной равномерности распределения упомянутого меньшинства между регионами и социальными стратами.

²⁸ Строго говоря, исходные шкалы в анкете являются порядковыми, но при их анализе де-факто принимается допущение о линейности: именно на этом допущении построена процедура центрирования.

²⁹ Есть еще группа параметров – уровень образования респондента, тип поселения (городское/сельское), в котором он проживает, характеристика его профессионально-должностного положения, – которые тоже могут выступать причинами, влияющими на выраженность ценностей. Но по отношению к ним (пусть и с

Оба регрессионных уравнения статистически значимы, показатели R^2 для факторов «Сохранения» и «Самоутверждения» равны, соответственно, 0,27 и 0,22.

Чтобы оценить влияние *страновой принадлежности*, в качестве контрольной группы было выбрано проживание респондента России. Благодаря этому коэффициенты, характеризующие влияние различных стран, указывали на то, каким образом сказывается на ценностях изменение страновой принадлежности респондентов с российской на какую-либо другую. Из таблицы 4 видно, что различия между Россией и остальными странами статистически значимо сказываются на индивидуальных значениях обоих ценностных факторов. Почти все коэффициенты регрессии, указывающие на влияние страны проживания, статистически значимы на высоком уровне ($p < 0,001$). Это означает, что *ценностные отличия между Россией и другими странами сохраняются и после выравнивания стран по социально-демографическим характеристикам их населения, т.е. они не сводятся к различиям в составе населения.*

Очищенные от влияний возраста, пола и некоторых характеристик родительской семьи влияния страновой принадлежности на *индивидуальные* значения ценностных факторов оказываются статистически значимыми заметно чаще, чем влияния страны проживания на *страновые* средние величины, выявленные с помощью процедуры ANOVA (см. ее результаты выше, на рисунке 4). Когда анализировались «неочищенные» (gross) влияния на средние величины ценностных факторов, то жители России довольно часто не имели статистически значимых различий с жителями тех или иных стран. Результаты же регрессионного анализа (при данном наборе независимых переменных) показывают, что подобные случаи являются редкостью – незначимых коэффициентов всего 4 из 50.

Коэффициенты регрессии свидетельствуют, что большинство стран характеризуются более низкими по сравнению с Россией значениями фактора «Открытость изменениям – Сохранение», т.е. более сильной выраженностью Открытости и более слабой выраженностью ориентации на Сохранение (сейчас таких стран 18, а по «неочищенным» сравнениям их было только 11). Незначимые отличия по этому параметру остались у России только с 4 странами (Болгарией, Кипром, Словакией и Украиной) – в «неочищенных» сравнениях их было 10. И две страны – Испания и Польша по регрессионным коэффициентам так же характеризуются большей ориентацией на Сохранение, как это было и при «неочищенных» сравнениях (до «очистки» в этой группе стран была еще и Украина). Таким образом, контроль социально-демографических

меньшей вероятностью) ценности и сами могут выступать в роли причин, и поэтому на данном этапе анализа мы не включили эти параметры в регрессионный анализ.

переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, показал, что отличия России по ценностям «Открытости изменениям – Сохранения» не объясняются ее отличиями в социально-демографическом составе населения. Наоборот, социально-демографические влияния умеряют свойственную россиянам более выраженную ориентацию на ценности Сохранения, которая обнаруживается при снятии этих влияний в ходе регрессионного анализа.

В отношении ценностной оси «Забота о людях и природе – Самоутверждение» регрессионные коэффициенты свидетельствуют, что большинство стран характеризуются его более низкими значениями, т.е. более сильной выраженностью Заботы и более слабой выраженностью Самоутверждения, чем Россия (сейчас таких стран 22, правда и по «неочищенным» сравнениям их было почти столько же). Незначимые отличия по этому параметру остались у России только с Латвией, а Румыния сохранила свое значимое опережение России по выраженности Самоутверждения. Таким образом, в данном случае контроль социально-демографических переменных, осуществленный с помощью регрессионного анализа, тоже подтвердил, что отличия России по ценностям «Заботы – Самоутверждения» не объясняются отличиями социально-демографического состава ее населения.

Влияния *социально-демографических характеристик* на оба ценностных фактора тоже почти всегда статистически значимы ($p < 0,001$). Регрессионные коэффициенты свидетельствуют, что у мужчин более сильно, чем у женщин, выражены ценности Открытости и Самоутверждения, и что с возрастом усиливается выраженность ценностей Сохранения и (совсем немного) Самоутверждения.

Значимы и влияния характеристик родительской семьи: наличие у родителей респондента высшего образования повышает значимость для него Открытости и Заботы, точно так же влияет и то, что родители – иммигранты. Руководящий статус родителей в период социализации респондента повышает для него значимость ценностей Сохранения и Заботы. Принадлежность самого респондента к этническому меньшинству усиливает его приверженность ценностям Сохранения и Самоутверждения.

Особо обращаем внимание на *соотношение страновых и социально-демографических влияний* на различные ценности. С помощью стандартизованных бета-коэффициентов, также приведенных в таблице 4, можно не только оценивать значимость влияний и их знаки, но и сравнивать эти влияния по силе.

Как видно из таблицы 4, два рассматриваемых ценностных фактора принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. Применительно к ценностному фактору «Открытость изменениям – Сохранение» более сильными детерминантами

оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность (“Россия ЛИБО какая-то другая страна”) влияет, как уже говорилось, тоже статистически значимо³⁰, но в меньшей степени. Стандартизованный коэффициент влияния возраста на показатель “Открытость изменениям – Сохранение” равен 0,43, а коэффициенты страновых влияний по абсолютной величине не превышают 0,11. Что же касается ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение», то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (к России ЛИБО к какой-либо другой стране) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Стандартизованный коэффициент при показателе пола (мужского) равен 0,08, коэффициент при показателе возраста равен 0,03, а средняя (по модулю) величина стандартизованного коэффициента регрессии при страновых показателях равняется 0,14. Таким образом, если оставить в стороне другие независимые переменные, то получается, что для предсказания ценностной ориентации по параметру “Открытость-Сохранение” важнее всего знать возраст и пол респондента, а для предсказания его ориентации по параметру «Забота о людях и природе – Самоутверждение» важнее всего знать, в какой стране он живет.

³⁰ Статистически значимы 21 из 25 страновых коэффициентов.

Таблица 4

КОЭФФИЦИЕНТЫ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ ДЛЯ 2 РЕГРЕССИОННЫХ УРАВНЕНИЙ. ЗАВИСИМЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ – ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ ПО 2 ЦЕННОСТНЫМ ФАКТОРАМ

	Зависимая переменная - индивидуальные значения ценностного фактора "Открытость изменениям – Сохранение"; $R^2=0,27$		Зависимая переменная – индивидуальные значения ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение»; $R^2=0,22$	
	Нестандартизованные коэффициенты	Стандартизованные коэффициенты	Нестандартизованные коэффициенты	Стандартизованные коэффициенты
	В	Бета	В	Бета
(Константа)	-0,66(0,03)		0,67(0,03)	
Мужской пол	-0,25(0,01)**	-0,13**	0,17(0,01)**	0,08**
Возраст респондента	0,02(0,00)**	0,43**	0,00(0,00)**	0,03**
Страна проживания (<i>Россия – контрольная группа</i>)				
Страна проживания – Австрия	-0,49(0,03)**	-0,11**	-0,79(0,03)**	-0,18**
Страна проживания – Бельгия	-0,17(0,03)**	-0,03**	-0,99(0,03)**	-0,19**
Страна проживания – Болгария	-0,04(0,03)	-0,01	-0,38(0,03)**	-0,06**
Страна проживания – Швейцария	-0,30(0,03)**	-0,06**	-1,32(0,03)**	-0,25**
Страна проживания – Кипр	0,03(0,03)	-0,00	-0,64(0,03)**	-0,09**
Страна проживания – Германия	-0,30(0,02)**	-0,07**	-0,94(0,02)**	-0,23**
Страна проживания – Дания	-0,46(0,03)**	-0,08**	-1,11(0,03)**	-0,19**
Страна проживания – Испания	0,26(0,03)**	0,05**	-1,00(0,03)**	-0,20**
Страна проживания – Финляндия	-0,16(0,03)**	-0,03**	-1,06(0,03)**	-0,21**
Страна проживания – Франция	-0,15(0,03)**	-0,03**	-1,52(0,03)**	-0,31**
Страна проживания – Великобритания	-0,26(0,03)**	-0,06**	-0,90(0,03)**	-0,20**
Страна проживания – Венгрия	-0,25(0,03)**	-0,04**	-0,68(0,03)**	-0,12**
Страна проживания – Ирландия	-0,07(0,03)*	-0,01*	-0,75(0,03)**	-0,14**

Страна проживания – Латвия	-0,55(0,03)**	-0,11**	0,05(0,03)	0,01
Страна проживания – Нидерланды	-0,50(0,03)**	-0,10**	-0,96(0,03)**	-0,19**
Страна проживания – Норвегия	-0,21(0,03)**	-0,04**	-0,77(0,03)**	-0,15**
Страна проживания – Польша	0,19(0,03)**	0,04**	-0,26(0,03)**	-0,05**
Страна проживания – Португалия	-0,25(0,03)**	-0,05**	-0,51(0,03)**	-0,11**
Страна проживания – Румыния	-0,16(0,03)**	-0,03**	0,19(0,03)**	0,04**
Страна проживания – Швеция	-0,47(0,03)**	-0,09**	-1,08(0,03)**	-0,21**
Страна проживания – Словения	-0,25(0,03)**	-0,04**	-0,71(0,03)**	-0,12**
Страна проживания – Словакия	-0,00(0,03)	-0,00	-0,14(0,03)**	-0,03**
Страна проживания – Украина	0,03(0,03)	0,01	-0,03(0,03)	-0,01
Страна проживания – Эстония (титulyный этнос)	-0,16(0,03)**	-0,02**	-0,93(0,03)**	-0,13**
Страна проживания – Эстония (русскоговорящие эстонцы)	-0,23(0,04)**	-0,02**	-0,21(0,04)**	-0,02**
Хотя бы один из родителей имеет высшее образование	-0,17(0,01)**	-0,07**	-0,09(0,01)**	-0,04**
Один из родителей иммигрант	-0,10(0,02)**	-0,03**	-0,08(0,02)**	-0,02**
Респондент принадлежит к этническому меньшинству	0,12(0,02)**	0,03**	0,16(0,02)**	0,04**
Когда респонденту было 14 лет, ОТЕЦ отсутствовал	0,01(0,02)	-0,00	-0,01(0,02)	-0,00
Когда респонденту было 14 лет, один из родителей имел подчиненных	0,02(0,01)*	0,01*	-0,08(0,01)**	-0,03**

* Коэффициент значим при $p < 0,05$

** Коэффициент значим при $p < 0,001$ или при более строгом уровне значимости

Итак, регрессионный анализ подтвердил влияние страновой принадлежности человека на его ценности, которое сохраняется – или даже усиливается – и после того, как контролируется влияние социально-демографического состава страны. Задача дальнейшей работы в данном направлении – выяснить, что именно из характеристик страновой принадлежности, какие именно качества стран влияют на рассматриваемые ценности.

Это совсем не обязательно должны быть характеристики культуры. Имеющиеся исследования, в частности работы Р. Инглхарта и его коллег [Inglehart, Baker, 2000], показывают что одной из ключевых детерминант ценностей на страновом уровне является как раз уровень экономического развития. Продолжая эту линию анализа, мы для иллюстрации имеющихся здесь исследовательских возможностей сопоставили страновые средние по двум ценностным факторам с ключевым показателем экономического развития – уровнем валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения³¹.

Как видно из рисунков 7 и 8, с ростом уровня ВВП на душу населения заметно повышаются средние страновые значения ценностей Открытости изменениям (в ущерб ценностям Сохранения) (коэффициент корреляции равен 0,41, $R^2 = 0,17$), и очень явно повышается выраженность ценностей Заботы о людях и природе (в ущерб ценностям Самоутверждения), коэффициент корреляции равен 0,79, $R^2 = 0,63$. Эти эмпирические результаты вполне согласуются с выводами Инглхарта относительно детерминации материалистических и постматериалистических ценностей и, конечно, с идеями А. Маслоу (Maslow, 1970) относительно усиления потребностей вышележащих уровней по мере насыщения «физиологических» потребностей и потребностей безопасности.

³¹ Уровень валового внутреннего продукта на душу населения измерен по методу Атласа Всемирного банка, использованы данные за 2006 год. Источник: World Development Indicators database, <http://web.worldbank.org/>

Рисунок 7

ВЛИЯНИЕ ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ НА СРЕДНИЕ СТРАНОВЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ФАКТОРА «ОТКРЫТОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯМ – СОХРАНЕНИЕ»

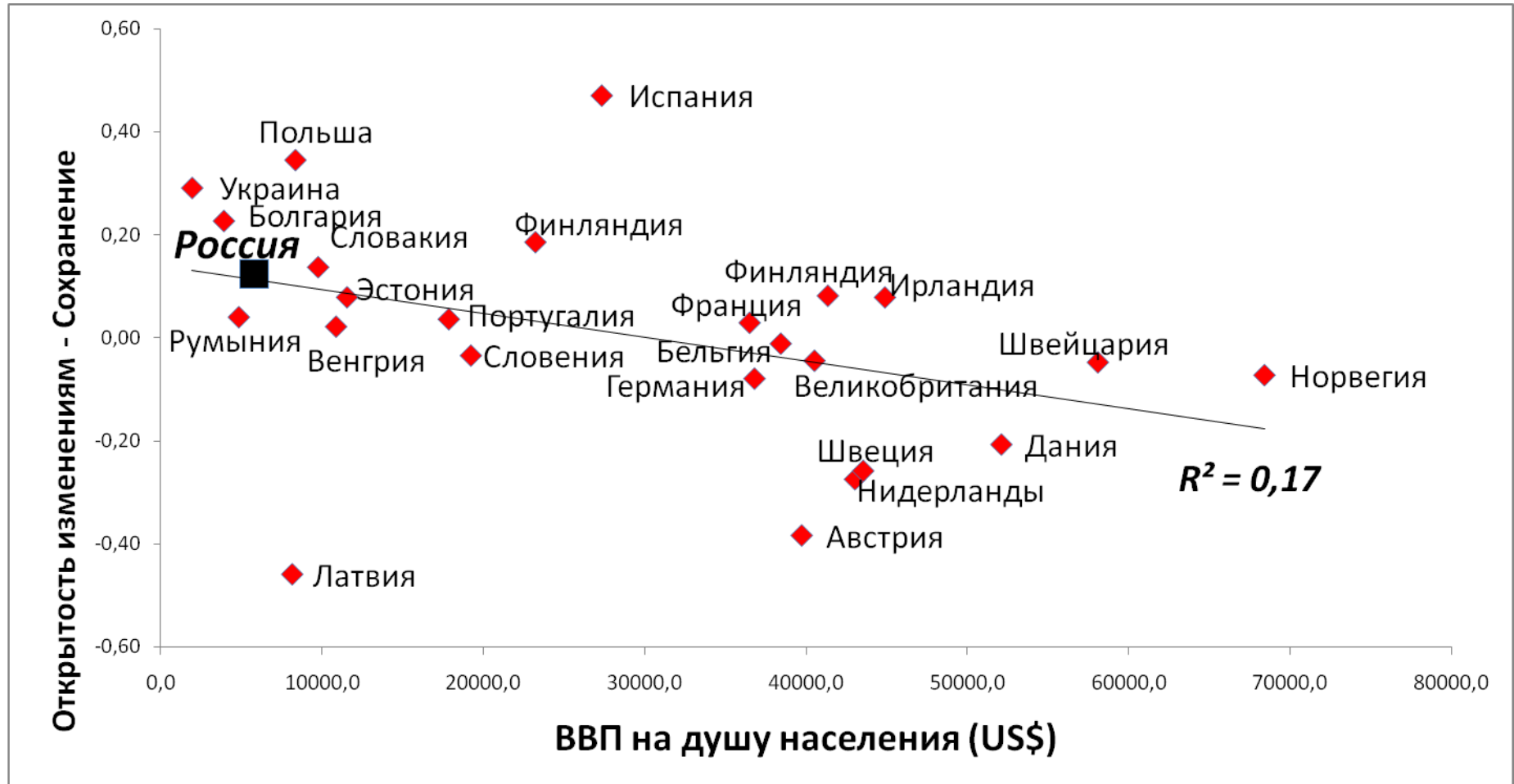
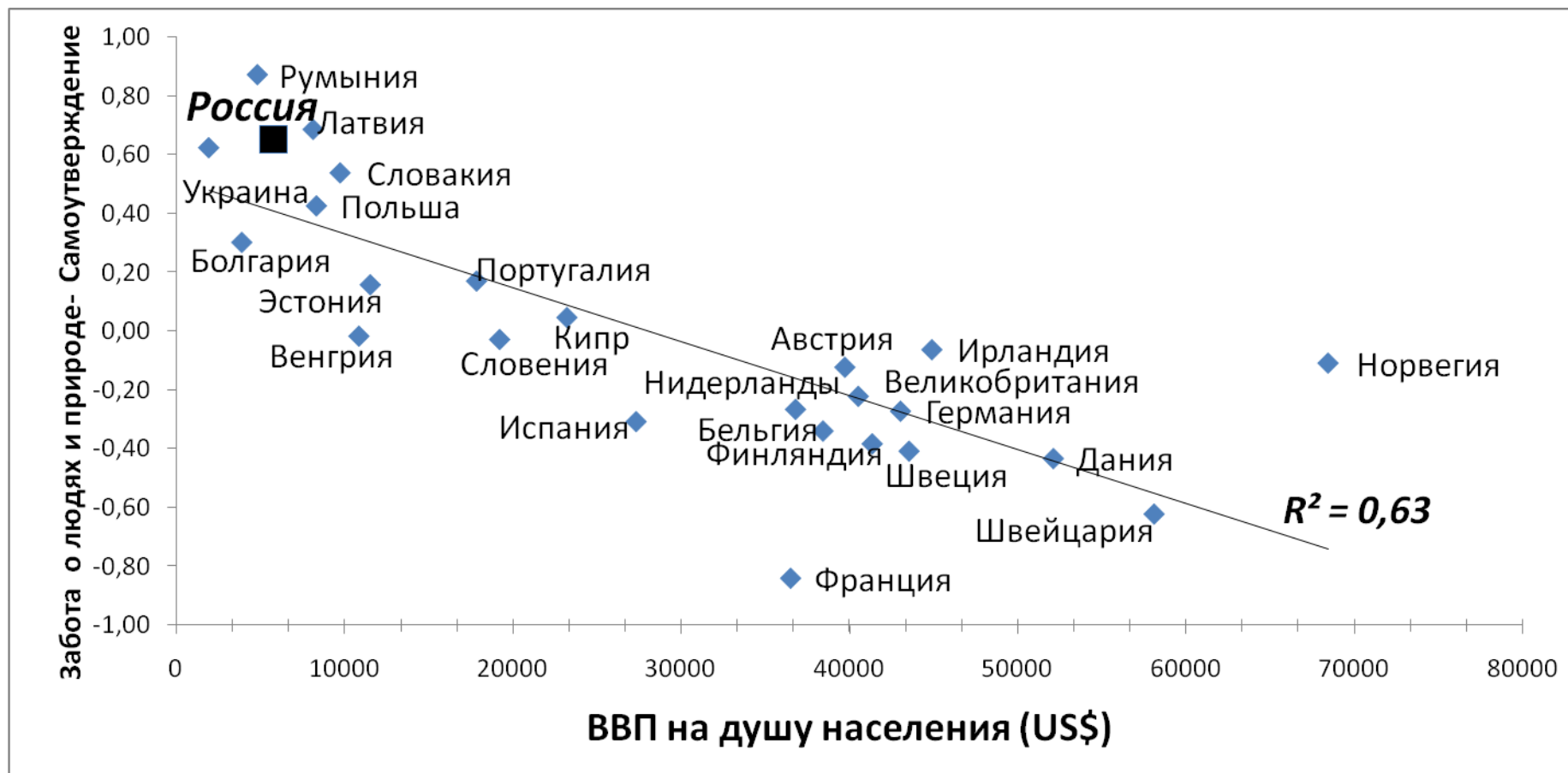


Рисунок 8

ВЛИЯНИЕ ВВП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ НА СРЕДНИЕ СТРАНОВЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ФАКТОРА «ЗАБОТА О ЛЮДЯХ И ПРОДЕ – САМОУТВЕРЖДЕНИЕ»



Заключение

Авторы предприняли анализ ценностей российского населения и их сравнение с ценностями населения 24 европейских стран. Исследование базировалось на данных, полученных с помощью методики Ш. Шварца в рамках третьего раунда Европейского социального исследования. Эта методика измеряет показатели разных уровней интеграции. На самом элементарном – ответы респондентов на 21 вопрос анкеты (ценности «первого уровня»), которые далее объединяются в 7 индексов ценностей «второго уровня»; на самом высоком (четвертом) уровне интеграции располагаются два факторных индекса, построенные авторами данной статьи посредством факторного анализа ответов респондентов на исходные вопросы анкеты.

В итоге установлено:

1. Наиболее значима (если судить по средним показателям) для населения России ценность Безопасности, на втором месте *Забота о людях и природе*, на третьем – *Самостоятельность*, на четвертом – *Конформность-Традиция*. Нижнюю часть российской ценностной иерархии открывает ценность *Самоутверждения* (пятое место), а замыкают список ценности *Гедонизма* и *Риска-новизны*.

2. Парные межстрановые сравнения средних величин по 7 ценностным индексам «второго уровня» показали, что для среднего россиянина, *в сравнении с жителями других стран*, характерна более высокая осторожность (или даже страх) и потребность в защите со стороны сильного государства, у него слабее выражены потребности в новизне, творчестве, свободе и самостоятельности и ему менее свойственна склонность к риску и стремление к веселью и удовольствиям. В отношении значимости перечисленных ценностей средний россиянин *похож на представителей целого ряда других стран*, прежде всего, постсоциалистических.

В отношении же значимости другой группы ценностей средний россиянин более своеобразен и, как правило, *похож на представителей лишь небольшого числа рассматриваемых стран*. Речь идет о его сильном стремлении к богатству и власти, а также к личному успеху и социальному признанию. Сильная ориентация на личное самоутверждение оставляет в сознании этого человека меньше, чем у представителей других стран, места для заботы о равенстве и справедливости в стране и мире, для толерантности, заботы о природе и окружающей среде и даже для беспокойства и заботы о тех, кто его непосредственно окружает.

В итоге сильное стремление к личному успеху и богатству не сочетается в сознании россиян со столь же выраженной смелостью, готовностью действовать по-новому, идти на

риск и принимать самостоятельные решения. Ценности строятся по «принципу удовольствия»: высокие притязания без готовности к значительным личным усилиям и рискам.

3. Попарные межстрановые сравнения средних величин по двум ценностным факторам показали, что население России, *в сравнении с населением других стран*, занимает срединное положение на ценностной оси “Сохранение-Открытость изменениям” и характеризуется одной из самых высоких ориентаций на ценности Самоутверждения (в ущерб ценностям Заботы о людях и природе). По выраженности параметра “Открытость изменениям – Сохранение” средний россиянин похож на представителей 10 других европейских стран. В отношении же ориентации на Самоутверждение (противопоставляемой ценностям Заботы о людях и природе) средний россиянин гораздо более своеобразен и попадает в одну категорию только с населением Украины, Латвии и русскоязычным населением Эстонии. В итоге, сравнение России с другими странами на уровне наиболее интегральных факторных показателей, так же, как и сравнение на уровне 7 более частных ценностных индексов, продемонстрировало, что по одной группе ценностей («Открытость изменениям – Сохранение») Россия сегодня близка широкому кругу европейских стран, а по другой группе ценностей («Забота о людях и природе – Самоутверждение») – заметно отличается от большинства из них.

4. Наряду с анализом, в котором объектами сравнения выступали средние показатели по странам, был осуществлен также анализ ценностей, при котором исходными объектами сравнения выступали отдельные индивиды. Классификация всех участвовавших в исследовании респондентов, осуществленная только на основе их ценностей (и вне зависимости от того, к какой стране они принадлежат), позволила объединить респондентов в четыре кластера, чьи названия отражают их *положение друг относительно друга* в пространстве интегральных ценностных факторов: *кластер I* – крайне высокая выраженность ценностей “Открытости” и средне-высокая ценность “Заботы о людях и природе”; *кластер II* – срединное положение по ценностной оси “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность “Самоутверждения”; *кластер III* – срединное положение по ценностной оси “Открытость–Сохранение” и крайне высокая ценность “Заботы о людях и природе”; *кластер IV* – крайне высокая выраженность ценностей “Сохранения” и средне-высокая значимость ценностей “Самоутверждения”.

В каждом из четырех кластеров оказались представители всех стран и наоборот – жители каждой из 25 стран представлены во всех кластерах. Большинство (почти 80%) россиян попали во второй (43%) и четвертый (35%) кластеры, в которых лидируют постсоциалистические страны. Помимо этого, существует и значимое

меньшинство россиян, которое разделяет нетипичные для большинства россиян ценности: каждый шестой россиянин (17% российской выборки) входит в первый ценностный кластер и еще 5% – в четвертый (в обоих этих кластерах большинство составляют представители старых капиталистических стран).

Таким образом, благодаря переходу со странового на индивидуальный уровень анализа и построению классификации отдельных респондентов удалось, во-первых, расщепить образ «среднего россиянина» и показать, что в составе *российского большинства* имеется два ценностных подтипа. И во-вторых, удалось обнаружить две группы *ценностных меньшинств*, которые радикально отличаются по своим ценностям от доминирующих в России ценностных типов, но к которым тем не менее принадлежит каждый пятый россиянин.

5. С помощью множественного регрессионного анализа предпринята попытка отделить («очистить») обнаруженные ценностные отличия России от других стран от влияния межстрановых различий в социально-демографическом составе населения, а также сопоставить силу влияния страновых и социально-демографических детерминант.

Оказалось, что при контроле за социально-демографическими характеристиками респондентов различия между ценностями россиян и жителей других европейских стран, обнаруженные ранее по результатам сравнения средних (процедура ANOVA), не просто сохранились, но стали еще более отчетливы. В отношении ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение» регрессионный анализ показал, что если контролировать социально-демографический состав населения, то в этом случае Россия отстает от большинства европейских стран по значимости «Открытости изменениям» (и, соответственно опережает их по ориентации на ценности «Сохранения»).

Оказалось также, что два ценностных фактора – «Открытость изменениям – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение» принципиально различаются по соотношению влияющих на них причин. В отношении выраженности ценностного фактора «Открытость изменениям – Сохранение» более сильными детерминантами оказываются пол и особенно возраст респондентов, а их страновая принадлежность (к России ЛИБО какой-то другой стране) влияет в меньшей степени. Что же касается значений ценностного фактора «Забота о людях и природе – Самоутверждение», то в этом случае, наоборот, страновая принадлежность респондента (к России ЛИБО к какой-то другой стране) влияет заметно сильнее, чем пол и возраст. Таким образом, если оставить в стороне другие показатели, то получается, что для предсказания ориентации по оси «Открытость-Сохранение» надо прежде всего знать возраст и пол респондента, а для предсказания его ориентации по оси «Забота о людях и природе –

Самоутверждение» важнее всего знать, в какой стране он живет.

6. Тот факт, что при межстрановых сравнениях у российского населения слабее, чем у жителей большинства других европейских стран, выражены надличные ценности и, наоборот, сильнее, чем в большинстве стран, проявляются ориентации на конкурентные (характерные для “игры с нулевой суммой”) ценности личного успеха, власти и богатства, подтверждает частичную обоснованность звучащей сегодня моральной критики в адрес массовых ценностей и нравов.

7. Что же касается сравнения стран по ценностям “Открытости – Сохранения”, то сегодняшние эмпирические данные как раз не подтверждают приписываемой «русскому национальному характеру» склонности к покорности и послушанию, равно как и сильного стремления следовать обычаям и традициям. Кроме того, в отношении всей этой группы ценностей не подтверждается представление об уникальности, “особости” российского общества.

Литература

Андреевкова А.В. Материалистические/постматериалистические ценности в России // *Социологические исследования* 1994, № 11

Белинская, Е.Л. Система ценностей личности в перспективе толерантности (<http://www.tolz.ru/library/?id=436>, ссылка верна на 23.01.08)

Бобнева М.И., Дорофеев Е.Д. Изменение ценностных систем личности в период преобразования общества // *Ценностное сознание личности в период преобразования общества*/Под ред. Е.Д.Дорофеева, Л.А.Седова. М: Изд-во ИП РАН, 1997. — С. 32-46)

Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. — СПб.: Речь, 2004

Кесельман Л.Е., Мацкевич М.Г. Социальное пространство наркотизма. СПб, 2001. С. 101-107 (см. также: <http://www.narcom.ru/ideas/socio/35.html#5>. Разделы 5 и 6)

Лапин Н.И. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России // *Социологические исследования*, 2003, № 6. С.80.

Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // *Психологический журнал*. — Том 22. — 2001. — № 3

Магун В.С. Ценностный реванш в современном российском обществе // *Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного развития*. Вып. I / Под ред. Т.И. Заславской и Л.А. Арутюнян. М., 1994.

Магун В.С. Трудовые ценности российского населения: социалистическая модель и постсоциалистическая реальность // *Куда идет Россия?.. Альтернативы общественного*

развития. Вып. II. Под ред. Т.И.Заславской. М., 1995

Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российских работников: 1991–2004 гг. // Российский журнал менеджмента. 2006. № 4

Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами. // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. — 2007. — № 3, № 4.

Руднев М. Влияние внутристрановых этнических различий на жизненные ценности (по материалам сравнения русского и эстонского населения Эстонии) // Сборник работ молодых ученых ИС РАН. М.: Центр социологического образования ИС РАН, 2008 (в печати).

Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы // Мир психологии. - 1999. - № 3. - С.80-90

Billiet, Jaak Population base weights as estimation and adjustments for bias R1 & R2. Review and some results (неопубликованная презентация), 2007

Cornwell, J. M., & Dunlap, W. P. On the questionable soundness of factoring ipsative data // Journal of Occupational and Organizational Psychology. Vol. 67, 1994, 89-100.

Davidov E., Schmidt P., Schwartz Sh. Bringing Values Back In: the Adequacy of the European Social Survey to Measure Values in 20 countries // Public Opinion Quarterly. Vol. 72, No. 3, 2008, P. 420–445.

Inglehart R. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies.* — Princeton, NJ: Princeton University Press, 1997.

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

Jowell R., Roberts C., Fitzgerald R. and Eva G. (editors). Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European Social Survey. London: Sage Publications, 2007.

Maslow A.H. Motivation and Personality. Sec.ed. N.Y., 1970.

Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement // Journal of Cross Cultural Psychology. 2001. Vol. 32. P.519–542

Schwartz, S.H. Instructions for Computing Scores for the 10 Human Values and Using them in Analyses // Documentation for ESS-1, 2003

Schwartz, S.H. Universals in Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries // Advances in Experimental Social Psychology / Ed. by M.P.Zanna. San Diego, CA: Academic Press, 1992. Vol.25. P.1–65.

Schwartz, S.H., Anat Bardi. Value Hierarchies Across Cultures: Taking a Similarities Perspective // Journal of Cross-Cultural Psychology, 2001. Vol. 32. P.268-290.

Schwartz, S.H., Bilsky, W. Toward a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-Cultural Replications // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. Vol.58. P.878–891;

Schwartz, S.H., Lehmann, A., & Roccas, S. Multimethod Probes of Basic Human Values// Social Psychology and Culture Context: Essays in Honor of Harry C.Triandis / Ed. by J. Adamopoulos, Y. Kashima. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1999

Smith P.B. Acquiescent Response Bias as an Aspect of Cultural Communication Style

//Journal of Cross-cultural Psychology. - Vol. XX. - 2003. № 10

Vehovar, Vasja, Zupanic, Tina. Weighting in the ESS — Round 2 (неопубликованная рукопись, 2007)