

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ УЧАСТИИ ВСЕМИРНОГО БАНКА  
И МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА

**XII МЕЖДУНАРОДНАЯ  
НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
ПО ПРОБЛЕМАМ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ  
И ОБЩЕСТВА**

В четырех книгах

Ответственный редактор  
Е.Г. Ясин

**3**



Издательский дом  
Высшей школы экономики  
Москва, 2012

## СОДЕРЖАНИЕ

### СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Лейкова М.И., Донцова С.А. Формула исчисления пенсии как механизм обеспечения эквивалентности пенсионных прав и обязательств в страховой пенсионной системе.....	11
Коржов М.А., Соловьев А.К. Мировой экономический кризис и перспективы модернизации пенсионной системы России .....	20
Ржаницына Л.С. Вокруг проблемы пенсионного возраста (мнение специалиста).....	28
Tideman T.N., Plassmann F. Allocating Compensation for Environmental Externalities .....	37
Тарасова Н.А. Макроэкономические оценки ущерба населения от коммерциализации социальной сферы при семиотической методологии обеспечения достоверности оценок .....	44
Remington T., Soboleva I., Sobolev A., Urnov M. The Middle Class in four Russian Regions: Government Policies and Behavioral Strategies .....	53
<b>СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ</b>	
Урнов М.Ю., Соболева И.В., Соболев А.С. Ценностная неоднородность и социальная динамика в развитых и развивающихся странах .....	65
Лебедева Н.М. Социокультурные факторы отношения к инновациям.....	77
Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности двух поколений россиян и динамика их социальной детерминации .....	87
Монусова Г.А. Субъективное благополучие и возраст: Россия в контексте международных сравнений .....	98



Полученные результаты являются сугубо предварительными. Твердо утверждать что бы то ни было на основании крайне скромной статистики данного этапа исследования нельзя. Выявленные зависимости нуждаются в проверке на значительно более широком поле, включающем существенно большее число стран.

## Литература

- Григорьев Л., Салмина А., Кузина О. Российский средний класс: анализ структуры и финансового поведения. М., 2009.
- Григорьев Л.М., Макаренко Б.И., Салмина А.А., Шастишко А.Е. Средний класс после кризиса. М., 2010.
- Гришков М.К., Тихонова Н.Е. Средний класс в современной России. М., 2008.
- Иноземцев В.Л. Модернизация России: условия, предпосылки, шансы. М., 2009.
- Коллинз Р. Четыре социологических традиции. М.: Территория будущего, 2009.
- Малева Т.М. Россия в поисках среднего класса // Неприкосновенный запас. 2007. № 3. С. 64–78.
- Урнов М.Ю. Динамика массовой агрессивности в сообществах с различным уровнем развития достижительного поведения. Статья 1 // Общественные науки и современность. 2008. № 4. С. 132–146.
- Шкарлатан О.И. Государственная социальная политика и стратегии поведения средних слоев: Препринт WP7/2005/01. М.: ГУ ВШЭ, 2005.
- Almond G.A. Comparative Political Systems // The Journal of Politics. 1956. Vol. 18. № 3. P. 391–409.
- Gerteis J. Political Alignment and the American Middle Class, 1974–1994 // Source: Sociological Forum. 1998. Vol. 13. № 4. P. 639–666.
- Giddens A. The Class Structure of the Advanced Societies. 1973.
- Parsons T., Shils A. Categories of the Orientation and Organization of Action // Toward a General Theory of Action. 1965. P. 47–109.
- Wolfe A. Middle-Class Moralities // The Wilson Quarterly. 1993. Vol. 17. № 3. P. 49–64.

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ОТНОШЕНИЯ К ИННОВАЦИЯМ<sup>1</sup>

Н.М. Лебедева  
Национальный  
исследовательский  
университет «Высшая школа  
экономики»

## Введение

Для ученых и политиков многих стран становится очевидным тот факт, что необходимым условием экономического роста и процветания является переход экономики в инновационную фазу развития. Инновационная экономика, способная генерировать массовый поток нововведений, особенно требовательна к культурной среде, к науке, образованию, условиям для свободы творчества, предпринимательства, развития как интеллекта и креативности, так и способностей успешно внедрять инновации в условиях рыночной экономики. Для России это означает необходимость серьезных институциональных преобразований, преодоления культурного барьера.

Согласно «INSEAD' Global Innovation Index 2009/10 Report», Россия занимает 55-е место в мировом рейтинге инновационной активности. Отметим, что Китай занимает 41-е место, обгоняя Россию. Это обусловлено, по мнению российского социолога А.А. Давыдова, системным подходом к инновационному развитию Китая [Давыдов, 2010]. Индексы способности к производству и внедрению инноваций (Innovation Capacity Index) Китая и России свидетельствуют о том, что инновационный потенциал России используется недостаточно.

Основные характеристики социальных инноваций, которые как минимум должны идти параллельно с инновациями технологическими (а лучше опережать их, расчищая им путь), – их культурная и социально-психологическая природа. Социальные инновации – это, прежде всего, новые социально-экономические институты, результат реформирования, изменения «правил игры», типичных моделей поведения.

Считается, что социальные нововведения осуществляются особенно трудно, поскольку неопределенность их параметров и результатов позволяет имитировать требуемые изменения без фактической реализации (что в России довольно часто и происходит).

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке Научного фонда НИУ ВШЭ (проект № 10-01-0088).



От чего зависит нежелание социальных инноваций и сопротивление им? Во-первых, от того, что предметом изменений в этих нововведениях становятся сами люди, их статус, привычки, установки, поведение, их ценности и представления. Во-вторых, от традиционного уклада общества, его социальных институтов, сложившейся экономической и политической системы, моделей отношений между людьми. За всем этим стоят: культура как смыслообразующий конструкт (ценности и имплицитные теории) и особенности социальной психологии.

Исследования в области кросс-культурной психологии и смежных дисциплин указывают на то, что базовые ценности культуры влияют не только на экономическое развитие, состояние здоровья популяции, продолжительность жизни, ощущение благополучия и счастья, но и на изобретательность и инновационные диспозиции личности [Inglehart, Baker, 2000; Diener et al., 2000; Shane, 1992, 1995].

Связь между культурными ценностями, с одной стороны, и инновационностью и изобретательностью членов данного общества, с другой, недостаточно изучена. Результаты исследований в США [Shane, 1992] показали, что индивидуалистические и иерархические («горизонтальные») общества более изобретательны и более склонны к инновациям. В исследовании С. Доллингера с соавторами [Dollinger et al., 2007] было показано, что более креативные студенты имеют иную систему ценностей, чем их одноклассники. В другом международном исследовании было выявлено, что оригинальность и инновативность зависят от социокультурного контекста [Kharkutin, Motallebi, 2008].

Для более глубокого понимания креативности и инновационности они должны изучаться в контексте взаимодействия индивидуальных и социокультурных переменных. Социальная психология креативности возникла не ранее конца 80-х – начала 90-х годов XX в. [Amabile, 1996; Hattington, 1990]. В зарубежных кросс-культурных исследованиях имплицитных теорий креативности на Западе (США, Европа) и Востоке (Китай, Япония, Корея) были выявлены явные несоответствия: на Западе непрерывными атрибутами креативности и инноваций выступают *изобретательность, новизна, оригинальность, ориентация на самовыражение*, в то время как на Востоке любая инновация понимается как *интерпретация существующей традиции*.

В эмпирических исследованиях имплицитных теорий креативности учителей в США и Китае были найдены как сходства, так и различия, которые заключались, прежде всего, в том, что в Китае в понятие креативности не входили такие качества, как *эстетические вкусы, чувство юмора*, но входили

такие характеристики, как *честность, уважение старших, ответственность и коллективистские ориентации* [Rudowicz, Yue, 2000]. В России проводились психологические исследования оценки учителями понятия «хороший ученик», которые показали, что по степени желательности первое место делят такие качества, как *дисциплинированность и усидчивость*, далее следовали *любопытность и самостоятельность*; как нежелательные указывались *инициативность, «себе на уме», дерзость* [Ефименко, Хван, 2006].

Мы решили проверить в серии социально-психологических и кросс-культурных исследований универсальность выявленных зарубежными исследователями закономерностей.

## Эмпирическое исследование взаимосвязи ценностей культуры с отношением студентов к инновациям

Ценности, доминирующие в обществе — это главный элемент культуры, и ценностные приоритеты индивидов реализуются в основных целях поведения. В настоящее время наиболее популярным и активно используемым подходом к исследованию ценностей в психологии является подход Ш. Шварца [Schwartz, Bitky, 1987, 1990].

Основываясь на теоретических и эмпирических исследованиях, Шварц сгруппировал ценности в десять блоков (типов мотивации), которые организованы в ценностно-мотивационные оппозиции, расположившиеся на двух bipolarных осях: Открытость изменениям (*стимуляция, самостоятельность*) — Сохранение (*традиция, конформизм, безопасность, безопасность*) и Самоутверждение (*власть, достижение, гедонизм*) — Выход за пределы своего Я (*универсализм, благожелательность*) [Schwartz, Bitky, 1987; Schwartz, Bardi, 2001; Лебедева, 2001].

### Цели исследования:

- 1) выявить межкультурные различия в ценностях и установках по отношению к инновациям;
- 2) выявить взаимосвязь ценностей и отношения к инновациям в трех культурных группах (русские, канадцы и китайцы);
- 3) провести кросс-культурную проверку универсальности и специфики связи ценностей культуры и отношения к инновациям в студенческих выборках из разных культур.



*Теоретическая гипотеза:* ценности индивидов взаимосвязаны с их отношением к инновациям, и характер этой взаимосвязи обусловлен культурой.

*Участники исследования:* 444 респондента; из них 137 русских студентов Высшей школы экономики (Москва, Россия), 207 студентов Саскатчеванского университета (Саскатун, Канада), 100 студентов Харбинского педагогического университета (Харбин, Китай).

В опросник вошли методики:

1) метод культурных ценностных ориентаций Ш. Шварца (SVS57) на английском, русском и китайском языках;

2) авторская методика «Иновативные качества личности» [Лебедева, Тарко, 2009].

Обработка данных проводилась с помощью пакета SPSS 11.0.

## Результаты исследования

В исследовании обнаружены межкультурные различия в индивидуальных ценностях российских, канадских и китайских студентов: российские студенты больше предпочитают ценности Открытости изменениям и Самоутверждения, канадские студенты – ценности Открытости изменениям и Выхода за пределы Я, а китайские студенты – ценности Сохранения и Выхода за пределы Я.

Выявленные межкультурные различия в ценностных приоритетах отражают различия по линии «традиционализм – модернизм», где китайская культура располагается ближе к полюсу традиционализма (ценности Сохранения и Выхода за пределы Я, служащие интересам группы), российская культура отражает ценности модернизации, т.е. ценности индивидуального успеха (ценности Самоутверждения и Открытости изменениям), а канадская культура на этом континууме ближе к полюсу постмодернизма (ценности Открытости изменениям и Выхода за пределы Я, выражающие как интересы индивида, так и группы).

Межгрупповое сравнение установок по отношению к инновациям показало, что у российских и канадских студентов значимо выше такие показатели, как креативность, риск ради успеха и общий Индекс иновативности личности, чем у китайских.

Эти различия можно объяснить тем, что новизна не является большой ценностью в культурах Востока, по сравнению с культурами Запада. Западная концепция креативности прежде всего связана с инновацией, в то время как восточная включает в себя скорее новую интерпретацию традиции, чем ее разрушение [Lubart, 1999; Raina 1999].

Связаны ли выявленные межгрупповые различия в показателях отношения к инновациям с различиями в индивидуальных ценностях, и являются ли эти связи универсальными, т.е. тождественными во всех группах?

Для проверки гипотез мы проделали корреляционный анализ по методу Спирмена для каждой выборки, результаты которого представлены в табл. 1–3 (указаны только значимые корреляции).

**Таблица 1.** Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (российская выборка)

	Креативность	Риск ради успеха	Ориентация на будущее	Индекс иновативности
Безопасность	-0,204*			
Конформность	-0,177*	-0,190*		-0,205*
Традиция	-0,332***	-0,260**	-0,225**	-0,352***
Благожелательность				
Универсализм				
Самостоятельность	0,337***	0,175*	0,232**	0,309***
Стимуляция	0,405***	0,415***	0,169	0,408***
Гедонизм			-0,230**	
Достижение		0,194*		0,191*
Власть			-0,188*	
СОХРАНЕНИЕ	-0,421***	-0,344***	-0,227**	-0,428***
ОТКРЫТОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯМ	0,492***	0,406***	0,279***	0,482***
ВЫХОД ЗА ПРЕДЕЛЫ Я				
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ	0,179*	0,181*	-0,171*	

Примечание: \*\*\* –  $p < 0,001$ , \*\* –  $p < 0,01$ , \* –  $p < 0,05$ .

У россиян с установками по отношению к инновациям позитивно взаимосвязаны ценности Открытости изменениям (*самостоятельность, стимуляция*), а негативно – ценности Сохранения (*безопасность, конформность, традиция*). Противоречивые связи демонстрируют ценности Самоутверждения (*власть, достижение, гедонизм*) – они позитивно связаны с индексами креативности и риска ради успеха и негативно – с ориентацией на будущее.



Таблица 2. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (канадская выборка)

	Креативность	Риск ради успеха	Ориентация на будущее	Индекс инновативности
Безопасность				
Конформность				-0,167(*)
Традиция				-0,182**
Благожелательность		-0,171*		
Универсализм			0,165*	0,268***
Самостоятельность	0,358***		0,160*	0,251***
Стимуляция	0,191**	0,234***		
Гедонизм				
Достижение				
Власть		0,145(*)		
СОХРАНЕНИЕ	-0,187(*)		0,213**	-0,139(*)
ОТКРЫТОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯМ	0,340***	0,232***		0,344***
ВЫХОД ЗА ПРЕДЕЛЫ Я				
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ				

Примечание: \*\*\* –  $p < 0,001$ , \*\* –  $p < 0,01$ , \* –  $p < 0,05$ .

У канадских студентов с установками по отношению к инновациям позитивно взаимосвязаны ценности Открытости изменениям (*самостоятельность*, *стимуляция*), а негативно – ценности Сохранения (*традиция*) и ценности *благожелательности*.

У китайских студентов с установками по отношению к инновациям позитивно взаимосвязаны ценности *стимуляции* и ценностная оппозиция «Открытость изменениям», а негативно – ценности *безопасности*, *конформности* и в целом, оппозиция «Сохранение».

Далее мы проверили универсальность взаимосвязей ценностей – оппозиций в методологии Шварца с Индексом инновативности личности во всех выборках с помощью множественного регрессионного анализа по методу step-wise (см. табл. 4).

Таблица 3. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (китайская выборка)

	Креативность	Риск ради успеха	Ориентация на будущее	Индекс инновативности
Безопасность	-0,296**			-0,229*
Конформность	-0,215*			
Традиция				
Благожелательность				
Универсализм	0,227*			
Самостоятельность	0,318***	0,368***		0,288**
Стимуляция				
Гедонизм				
Достижение				
Власть				
СОХРАНЕНИЕ	-0,323***	-0,203*		-0,263**
ОТКРЫТОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯМ	0,352***	0,373***		0,316**
ВЫХОД ЗА ПРЕДЕЛЫ Я				
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ				

Примечание: \*\*\* –  $p < 0,001$ , \*\* –  $p < 0,01$ , \* –  $p < 0,05$ .

Таблица 4. Взаимосвязь ценностей – оппозиций и индекса инновативности

Группы	Зависимая переменная	Независимые переменные			R <sup>2</sup>
		Сохранение (β)	Открытость изменениям (β)	Выход за пределы Я (β)	
Вся выборка	Индекс инновативности		0,6***		0,23
Россияне	Индекс инновативности	-0,18*	0,40***		0,33
Канадцы	Индекс инновативности		0,38***		0,14
Китайцы	Индекс инновативности		0,43***	0,30**	0,24

Примечание: \*\*\* –  $p < 0,001$ , \*\* –  $p < 0,01$ , \* –  $p < 0,05$ .



Согласно нашим данным, универсальным является то, что с Индексом инновативности личности в общей, российской, канадской и китайской выборках связаны ценности Открытости изменениям. Эти результаты согласуются с данными предыдущих исследований [Dollinger, Burke, Gump, 2007; Лебедева, 2009] и свидетельствуют о близком к универсальности характере этой взаимосвязи. Культурная специфика проявляется в том, что в китайской выборке инновациям способствуют ценности «Выхода за пределы Я» и не наблюдается связей между ценностью самостоятельности и отношением к инновациям, как в российской и канадской выборках.

В российской и канадской выборках ценности *самостоятельности* значимо более выражены, чем в китайской, и позитивно связаны с такими показателями отношения к инновациям, как креативность, риск ради успеха, ориентация на будущее и Индексом инновативности личности. Ценности *самостоятельности* – источник креативности в западноевропейской традиции, побуждают к инновациям и способствуют продуцированию новых решений в условиях кризисов, с которыми сталкиваются общества. Поведение, основанное на этих ценностях, внутренне мотивировано, оно способствует удовлетворению индивидуальных потребностей без ущерба интересам других людей и редко несет угрозу социальной гармонии. В китайской выборке ценности *самостоятельности* выражены намного слабее и не связаны с инновативными установками студентов, позитивная связь есть только с ценностями *стимуляции* (ценности разнообразия, ощущения полноты жизни).

На наш взгляд, эти различные взаимосвязи ценностей и отношения к инновациям могут свидетельствовать о том, что мотивация инновационной деятельности в разных культурах может опираться на разные ценностные приоритеты. Так, в более модернизированных культурах (канадской и российской) мотивировать людей к инновациям могут ценности, отражающие самостоятельность и активность индивида, в более традиционной китайской культуре эти ценности менее выражены и не могут служить основой мотивации инновационной деятельности. Во всех трех культурах мощной мотивационной силой стремления к инновациям являются ценности *стимуляции* (потребность в разнообразии, новизне). Препятствуют инновационной деятельности во всех трех культурах ценности *Сохранения (традиция, конформность, безопасность)*. Данные результаты нуждаются в дополнительной проверке, но в любом случае наличие культурно-специфических связей ценностей и инновативных установок не только подтверждает нашу теоретическую гипотезу, но и ставит практическую проблему внедрения инноваций с учетом культурной специфики.

## Выводы.

1. Выявлены межкультурные различия в индивидуальных ценностных приоритетах и установках по отношению к инновациям у российских, канадских и китайских студентов.
2. Ценности индивидов взаимосвязаны с их отношением к инновациям, и характер этой взаимосвязи обусловлен культурой.
3. Связи ценностей и установок по отношению к инновациям имеют как универсальный, так и культурно-специфический характер, обусловленный ценностными приоритетами членов данной культуры.

В заключение следует отметить, что ценности индивидов, несомненно, взаимосвязаны с инновативными установками личности, и эта взаимосвязь опосредована культурной социализацией. Очевидно и то, что в основе инновативных установок лежат ценности, выражающие интересы индивида – ценности **Открытости изменениям**, и это, похоже, универсальный закон – чтобы создавать что-то новое, личность должна ценить самостоятельность и разнообразие.

На сегодняшний день, как показывает наше исследование, отношение российских студентов к инновациям более позитивно, чем отношение китайских студентов (при том, что инновационная активность Китая на государственном уровне в разы превышает аналогичную активность России). Возможно, при разработке соответствующих программ развития и внедрения инноваций не учитывается культурная специфика России, и меры, стимулирующие инновационную деятельность, не опираются на ценностные приоритеты граждан современной России. Согласно нашим данным, мотивация инновационной деятельности в России нуждается в большем развитии, стимуляции и поощрении самостоятельности и активности личности, что отражается в выявленных ценностных приоритетах российской молодежи.

## Литература

- Давыдов А.А. Модернизация России, полезный опыт Китая и теория сложных систем. М.: РОС, 2010. ([http://www.ssarss.ru/files/File/info/Modernization\\_Russia.pdf](http://www.ssarss.ru/files/File/info/Modernization_Russia.pdf) <http://www.ecsoecan.edu.ru/db/msg/336568.html>).
- Ефименко О.Г., Хван А.А. Ученик глазами учителя: опыт анализа ценностных ориентаций педагогов // Актуальные проблемы прикладной психологии: Материалы конференции. Калуга, 2006. С. 82–85.
- Инновационное развитие – основа модернизации экономики России: Национальный доклад. М.: ИМЭМО РАН, ГУ ВШЭ, 2008.
- Лебедева Н.М. Ценности и отношение к инновациям: межкультурные различия // Психологический журнал. 2009. № 6. С. 81–92.



Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 3. С. 26–36.  
Лебедева Н.М., Титарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.

Лебедева Н.М., Титарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2009. № 4 (23): Педагогика, психология, социология и методика их преподавания: В 2-х ч. Ч. 2. С. 89–96.

Лебедева Н.М., Ясин Е.Г. Культура и инновации: к постановке проблемы // Форсайт. 2009. №2 (10). С. 16–26.

Amabile T.M. Creativity in Context. Boulder, CO: Westview, 1996.

Diener E., Suh (eds.) Culture and Subjective Well-being. L., 2000.

Dollinger S.J., Burke Ph.A., Gump N.W. Creativity and Values // Creativity Research Journal. 2007. Vol. 19. № 2–3. P. 91–103.

Harrington D. The Ecology of Human Creativity: A Psychological Perspective // Runco M.A., Albert R.S. (eds.) Theories of Creativity. Sage, 1990. P. 143–169.

Harrison L.E., Harrington S.P. (eds.) Culture Matters: How Values Shape Human Progress. N.Y.: Basic Books, 2000.

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

Kharkhurin A., Motalleebi S.N.S. The Impact of the Creative Potential of American, Russian, and Iranian College Students // Creativity Research Journal. 2008. 20 (4). P. 404–411.

Lubart T.I. Creativity Across Cultures // Sternberg R.J. (ed.) Handbook of Creativity. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 339–350.

Raina M.K. Cross-cultural Differences // Runco M.A., Pritzker R. (eds.) Encyclopedia of Creativity. San Diego, CA: Academic Press, 1999. Vol. 1. P. 453–464.

Rudowicz E., Yue X. Concepts of Creativity: Similarities and Differences among Mainland, Hong Kong and Taiwanese Chinese // Journal of Creative Behavior. 2000. № 25. P. 311–319.

Schwartz S.H., Bardi A. 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., Bilsky W. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. Vol. 53. P. 550–562.

Shane S. Why Do Some Societies Invent More than Others? // Journal of Business Venturing. 1992. № 7. P. 29–46.

Shane S., Venkataraman S., Mac-Millan I. Cultural Differences in Innovation Strategies // Journal of Management. 1995. Vol. 21. № 5. P. 931–952.

# В.С. Магун Институт социологии РАН, М.Г. Руднев Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» **БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ ДВУХ ПОКОЛЕНИЙ РОССИЯН И ДИНАМИКА ИХ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕТЕРМИНАЦИИ<sup>1</sup>**

## Введение

Задача настоящей работы – проследить, какие изменения в базовых ценностях россиян произошли под влиянием социальных изменений, связанных с переходом от советского к современному российскому обществу.

Этот вопрос будет исследован применительно к базовым ценностям, измеренным по методологии Ш. Шварца. Шварц выделяет иерархию ценностных показателей, которые на наиболее интралюном уровне объединяются в две ценностных оси «Открытие изменений – Сохранение» и «Забота о людях и природе – Самоутверждение» [Schwartz, 1992].

Мы предполагаем, что социально-культурные трансформации конца 1980-х – начала 1990-х годов в России повлияли на базовые ценности, относящиеся к обеим упомянутым осям. Один из векторов этих трансформаций был связан со снятием барьеров на пути движения людей, товаров и информации и утверждением в российском обществе ценностей открытости изменениям, а другой – с переходом к рыночным отношениям в экономике и легитимизацией ценностей конкурентного индивидуализма.

Исходя из этого можно предположить, что современное российское общество, по сравнению с советским, в большей степени формирует ценности Открытости изменениям и Самоутверждения, в противовес ценностям Сохранения и Заботы о людях и природе.

В известных исследованиях «тихой революции» в Европе Р. Инглхарт продемонстрировал, как изменения в социально-экономических условиях жизни

<sup>1</sup> Статья выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта РФФИ «Социально-педагогическое исследование базовых ценностей и субкультурного благополучия российского подрастающего поколения и анализ факторов, влияющих на их формирование», проект № 09-06-00277а. Авторы благодарны В.Е. Гимпельсону, Л.А. Окольской и Е.В. Щедриной за ценные советы и замечания.