

Этнонациональные установки и ценности современной молодежи

(на материале исследования студенчества нескольких регионов России)

О. Е. Хухлаев

кандидат психологических наук, заведующий кафедрой этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования Московского городского психолого-педагогического университета

А. А. Бучек

кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной психологии психолого-педагогического факультета Камчатского государственного университета им. Витуса Беринга

Р. И. Зинурова

доктор социологических наук, профессор кафедры инновационного предпринимательства и финансового менеджмента Казанского государственного технологического университета

Н. К. Радина

доктор политических наук, кандидат психологических наук, профессор кафедры возрастной и педагогической психологии Нижегородского государственного педагогического университета, профессор кафедры социальной психологии и педагогики Нижегородского института менеджмента и бизнеса

Т. Ц. Тудупова

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии Бурятского государственного университета

Э. Р. Хакимов

кандидат психологических наук, доцент кафедры педагогики и педагогической психологии Удмуртского государственного университета

Цель работы — изучение взаимосвязи между ценностными мотивационными типами, по Ш. Шварцу, и этнонациональными установками. Исследование проведено в пяти регионах России (респ. Бурятия, Камчатка, Поволжье, респ. Татарстан и респ. Удмуртия) в 2009–2010 гг. Всего в нем приняли участие 610 человек, студентов вузов, расположенных в столице региона. Обнаружено, что наибольшее влияние на этнонациональные установки оказывают ценности власти (стремление к социальному доминированию), универсализма (желание всеобщего благополучия) и традиции (уважение обычаев и символов групповой солидарности), а также гедонизма (стремление к удовольствиям). У молодых людей с различиями в этнонациональных установках будут наблюдаться разные ценностные приоритеты. Показано, что выбор между значимостью/незначимостью «национального» тесно связан с разрешением динамического ценностного конфликта между потребностью доминирования (власть) и желанием всеобщего благополучия (универсализм). При этом на уровне личных ценностей значимость «национального», детерминируемая ценностью власти, будет отражаться в склонности к аутгрупповой дискриминации.

Ключевые слова: аутгрупповая дискриминация, ингрупповой фаворитизм, национализм, патриотизм, ценности, этнонациональные установки.

«Этнонациональные установки» — это совокупность аттитюдов, объектом которых является феномен национальности. В отличие от англоязычных стран, в России в публичном дискурсе «национальность» является одним (и наиболее распространенным) синонимом этничности. Несмотря на позитивную тенденцию становления российской гражданской идентичности [9], выражение «национальная

принадлежность» интерпретируется в массовом сознании и как этническая. В связи с этим в наших исследованиях мы опираемся на повседневные интерпретации термина «национальность», понимая, что с точки зрения современной (в первую очередь зарубежной) науки он определяется скорее как этническая принадлежность. Исходя из этого можно определить *этнонациональные установки* как предрасполо-

женность индивида к оценке проявлений феномена национальности (этничности) или оценочное отношение к феномену национальности. Они являются генерализованными установками, так как существуют вне контекста конкретных межгрупповых отношений.

Таким образом, этнонациональные установки связаны одновременно и с представлениями об иной стране и с мнениями об этничности. Эти аттитюды во многом определяют поведение человека в ситуации межгруппового взаимодействия. Они являются своеобразным «фоном», на котором проявляются конкретные межгрупповые установки (например, предубеждения) и находятся с ними в тесной связи [11]. В силу этого их изучение может быть крайне полезным для разработки методов управления межнациональными отношениями, снижения ксенофобии и предотвращения экстремизма на национальной почве.

Более подробно феноменология этнонациональных установок и их анализ с точки зрения современной гуманитарной науки изложены в наших предыдущих публикациях [13; 14; 15]. Отметим лишь, что по данным исследования, проведенного нами в 2007–2008 гг.*, ценностно-ориентационная сфера личности является значимым индивидуально-личностным предиктором этнонациональных установок.

В современных исследованиях широко раскрыто влияние ценностей на установки, связанные с взаимодействием. Так, В. В. Гриценко и Т. Н. Смотров [4] показывают, что ценностно-мотивационные типы (по Ш. Шварцу) «власть», «гедонизм», «стимуляция» и «достижение» связаны с предрасположенностью к девиантному поведению, причем как у русских «местных» жителей, так и у этнических мигрантов.

При анализе ценностей культуры Н. М. Лебедевой [7] установлено наличие взаимосвязи между ценностью иерархии и этнической интолерантностью, а также выявлена обратная связь данной ценности с негативным отношением к культурному разнообразию. С этнической толерантностью, по этим же данным, связана ценность интеллектуальной автономии.

Однако, как и в вышеназванном исследовании, мы имеем больше информации о взаимосвязи общекультурных ценностей с межгрупповыми установками. Что же касается ценностей индивидуальных, то здесь информации гораздо меньше. В связи с этим мы посчитали необходимым сфокусироваться на изучении влияния индивидуальных ценностей на этнонациональные установки.

Описание исследования

Этнонациональные установки изучались с помощью соответствующего опросника, разработанного

О. Е. Хухлаевым совместно с И. М. Кузнецовым и Н. В. Ткаченко (шкала этнонациональных установок). Методика направлена на изучение установок по поводу четырех объектов: а) национальности как абстрактной категории, б) как свойства носителя установки («моя» национальность), в) ее же, воплощенной в межличностном пространстве («люди моей национальности») и г) национальности, «объективированной» в людях «иной» национальности.

На основании анализа высказываний участников фокус-групповых исследований нами было выделено более 80 утверждений, демонстрирующих различные установки, по отношению к одному из четырех представленных объектов. С помощью факторного анализа эти утверждения были сведены в краткий опросник, состоящий из 24 утверждений. Он был опробован в 2007 г. на 150 респондентах 15–18 лет, проживающих в Москве, а также на юге России. По результатам факторного анализа были выделены четыре формы этнонациональных установок. Результаты, полученные с использованием данной типологии, изложены в предыдущих публикациях одного из авторов [13; 14].

В данном исследовании мы применяли модификацию обработки «шкалы этнонациональных установок» 2010 г., созданную на основе анализа более масштабной выборки (около 2000 респондентов). В ней выделяется 4 шкалы**.

• *Националистические* установки — неприязненное отношение к представителям иных национальностей.

• *Патриотические* установки — ощущение гордости за свою национальную принадлежность и ощущение связи с людьми «своей национальности».

• *Нейтральные* этнонациональные установки — нейтральное, индифферентное отношение к своей национальной принадлежности. Отчасти похоже на космополитизм***, но без обязательного ощущения «мирового гражданства». Установки на «периферийность» вопросов, связанных с национальностью.

• *Негативистские* этнонациональные установки — своего рода «антинационализм». Отрицательное отношение к феномену национальности и национальной принадлежности.

Разделение «патриотизма» и «национализма», отраженное в названии шкал, безусловно, является достаточно спорным, но при этом широко используется в зарубежных исследованиях [18; 19].

Для изучения ценностей мы использовали методику Ш. Шварца [5], получившую широкое распространение в нашей стране. Опросник строится на теории автора об универсальных (т. е. не зависящих от культуры) типах мотивационных ценностей. Опрос был проведен на разных выборках, что позволило ав-

* Проект РГНФ «Социально-психологический анализ факторов возникновения и условий предотвращения национализма в молодежной среде».

** Достоверность 4-факторной модели подтверждена конфирматорным факторным анализом. Надежность шкал 0,7–0,8 (коэффициент Кронбаха).

*** В русском языке «космополит» — это человек, не считающий себя принадлежащим к какой бы то ни было национальности, признающий весь мир своим отечеством [12].

тору прийти к утверждению, что опросник представляет собой «валидизированный для разных культур инструмент для измерения ценностей; всесторонний, близкий к универсальному, набор ценностных типов для изучения индивидуальных различий; базис для соотнесения интегрированных систем ценностей с другими интересующими переменными» (цит. по: [5, с. 34]).

Мы не будем вдаваться в подробное описание теории Ш. Шварца, подробно изложенной на русском языке [2; 5; 7]. Остановимся лишь на кратком описании основных ценностей, представленном в работе В. Н. Карандашева. Он приводит следующие определения мотивационных типов в соответствии с их центральной целью:

- власть (Power) — социальный статус, доминирование над людьми и ресурсами;
- достижение (Achievement) — личный успех в соответствии с социальными стандартами;
- гедонизм (Hedonism) — наслаждение или чувственное удовольствие;
- стимуляция (Stimulation) — волнение и новизна;
- самостоятельность (Self-Direction) — самостоятельность мысли и действия;
- универсализм (Universalism) — понимание, терпимость и защита благополучия всех людей и природы;
- доброта (Benevolence) — сохранение и повышение благополучия близких людей;
- традиция (Tradition) — уважение и ответственность за культурные и религиозные обычаи и идеи;
- конформность (Conformity) — сдерживание действий и побуждений, которые могут навредить другим и не соответствуют социальным ожиданиям;
- безопасность (Security) — безопасность и стабильность общества, отношений и самого себя.

В переводе названий некоторых ценностей на русский язык существуют противоречия. Так, Н. М. Лебедева употребляет термины «саморегуляция» и «благожелательность» там, где В. Н. Карандашев использует слова «самостоятельность» и «благожелательность». В нашем исследовании мы будем придерживаться наименований, данных Н. М. Лебедевой.

На основе результатов, полученных О. Е. Хухлаевым ранее на небольшой выборке (менее 100 чел.), были сформулированы две **гипотезы**.

1. Существует взаимосвязь между ценностями и отдельными этнонациональными установками.
2. У молодых людей с различиями в этнонациональных установках будут наблюдаться разные ценностные приоритеты.

Для проверки гипотез было организовано исследование в пяти регионах России: респ. Бурятия (г. Улан-Удэ), Камчатка (г. Петропавловск-Камчатский), Поволжье (г. Нижний Новгород), респ. Татарстан (г. Казань), респ. Удмуртия (г. Ижевск). Исследование проводилось в 2009–2010 гг. Всего в нем приняли участие 610 человек, все они на момент проведения опроса являлись студентами вузов. Возраст респондентов — от 17 до 22 лет, больше всего в выборке 19-летних (27 %).

Всего опрошено в Казани 149 человек, в Ижевске — 75 чел., в Нижнем Новгороде — 77 чел., в Петропавловске-Камчатском — 150 чел. и в Улан-Удэ — 159 чел. Мы целенаправленно формировали выборку из тех регионов, в которых проблема межнациональных отношений не стоит так остро, как, например, на юге России (см., напр.: [10]), и в которых регулярно не фиксируется такое количество актов насилия на национальной почве, как в Москве или Санкт-Петербурге [3]. В то же время в выборку были включены три национальные республики, для того чтобы не ограничиваться только русскими респондентами. Из указавших свою национальность 54 % опрошенных идентифицировали себя как русских, в казанской выборке представлено 59 % татар (всего 20 % от всей выборки), в Улан-Удэ 59 % респондентов отнесли себя к бурятам (16 % в целом), а в Ижевске — 15 % удмуртов (всего 3 %). Такой состав опрошенных позволяет, с одной стороны, в меньшей степени связывать полученные результаты с влиянием актуальных социальных проблем, а с другой — говорить об относительной их универсальности.

Результаты

Методика Ш. Шварца позволяет рассматривать ценности на двух уровнях: как нормативные идеалы и как индивидуальные приоритеты.

Вначале рассмотрим данные о взаимосвязи этнонациональных установок и нормативных идеалов. По Ш. Шварцу — это ценности на уровне убеждений, оказывающие наибольшее влияние на всю личность, но не всегда проявляющиеся в реальном социальном поведении.

По результатам регрессионного анализа (табл. 1) мы видим, что влияние ценностей — нормативных идеалов — на этнонациональные установки многомерно. В первую очередь обратим внимание на две полярные (по динамической схеме Ш. Шварца) ценности. Это универсализм и власть.

Универсализм находится в прямой взаимосвязи с нейтральными и негативистскими этнонациональными установками, и в обратной — с националистическими. Ценность власти, напротив, повышает согласие с националистическими и патриотическими установками и снижает склонность разделять негативистские и нейтральные установки.

Сопоставим эти данные с теорией ценностей Ш. Шварца. Мотивационная цель универсализма — «понимание, благодарность, терпимость, поддержание благополучия всех людей и природы» [7, с. 41]. Эти ценности связаны с потребностями выживания групп и индивидов. В основе универсализма лежат универсальные потребности в красоте, гармонии и справедливости. Центральная тема власти — это «достижение или сохранение доминантной позиции в рамках целой социальной системы» [5, с. 28]. Это ценность социального статуса или престижа, контро-

ля или доминирования (авторитет, богатство, социальная власть, сохранение своего общественного имиджа, общественное признание). Получается, что ценности доминирования ведут к повышению всех установок, связанных со значимостью национальности (и национализма и патриотизма). При этом выраженность ценности благополучия всех людей ведет к снижению неприязненного отношения к представителям иных национальностей, но не обязательно снижает гордость за свою родину (рис. 1).

Интересным представляется обнаруженный вклад ценности «благожелательность» в патриотические установки. «Этот тип ценностей считается производным от потребности в позитивном взаимодействии, потребности в аффилиации и обеспечении процветания группы. Его мотивационная цель — сохранение благополучия людей, с которыми индивид находится в личных контактах» [там же, с. 29]. Таким образом, мы видим связь значимости позитивных отношений с окружающими людьми и гордости за свою национальную принадлежность.

Что касается националистических установок, то дополнительным их предиктором на уровне нормативных идеалов выступает ценность гедонизма (наслаждения, чувственного удовольствия от удовлетворения потребностей).

Нормативный идеал самостоятельности ведет к снижению патриотических и росту нейтральных этнонациональных установок, индифферентного отношения к своей национальной принадлежности. А ценность безопасности, наоборот, снижает «национальное безразличие».

Перейдем к рассмотрению взаимосвязи между индивидуальными ценностными приоритетами, в большей степени, по мнению Ш. Шварца, соотносящимися с конкретными поступками человека (табл. 2).

В первую очередь следует отметить влияние универсализма и власти, сохраняющее свою на-

правленность и на уровне личных приоритетов. Так, универсализм ведет к согласию с индифферентным отношением к национальности и несогласию с национализмом. Ценность власти, напротив, тесно связана с неприязненным отношением к представителям иных национальностей. Однако гордость за свой народ («патриотизм») оказывается в обратной связи с властью как индивидуальным приоритетом.

На данном уровне анализа выявляется больше влияние ценности «традиции». Эта ценность связана с потребностью в групповой солидарности, с ощущением уникальности «нашей» картины мира. Мотивационная цель данной ценности — уважение, принятие обычаев и идей, которые существуют в культуре, и следование им. Традиция как личный приоритет вносит основной вклад в снижение согласия с национальной индифферентностью и повышает установки, связанные со значимостью принадлежности к «воображаемому сообществу» («национализм» и «патриотизм»).

Схожее воздействие оказывает ценность достижения — повышает ощущение гордости за свою национальную принадлежность и связи с людьми «своей национальности» («патриотизм»), а «национальное безразличие» — снижает.

Негативистские национальные установки на уровне индивидуальных приоритетов оказываются связаны исключительно со значимостью ценности «самостоятельности» (самоконтроль и желание автономии).

При этом мы можем заметить некоторые противоречия. Так, благожелательность на данном уровне выступает как отрицательный предиктор патриотизма (в отличие от уровня нормативных идеалов). А гедонизм как индивидуальный приоритет ведет к повышению согласия с нейтральными этнонациональными установками, т. е. к безразличию относительно темы национальности.

Таблица 1

Влияние ценностей — нормативных идеалов на этнонациональные установки
(Beta-коэффициент — мера влияния независимой переменной, обратная пошаговая регрессия (Backward))

Ценности	Этнонациональные установки			
	национализм	патриотизм	нейтральные этнонациональные установки	негативистские этнонациональные установки
Конформность				
Традиции			-0,244***	
Благожелательность		0,127*		
Универсализм	-0,266***		0,105**	0,246***
Самостоятельность		-0,171*	0,199***	
Стимуляция				
Гедонизм	0,172**			
Достижения				
Власть	0,133***	0,160**	-0,171***	-0,140**
Безопасность			-0,117*	
R ²	0,107	0,025	0,087	0,048

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,001$; *** $p \leq 0,001$.

Таблица 2

Влияние ценностей — индивидуальных приоритетов на этнонациональные установки
(Beta-коэффициент — мера влияния независимой переменной, обратная пошаговая регрессия (Backward))

Ценности	Этнонациональные установки			
	национализм	патриотизм	нейтральные этнонациональные установки	негативистские этнонациональные установки
Конформность				
Традиции	0,301*	0,285*	-0,601***	
Благожелательность		-0,410***		
Универсализм	-0,271*		0,390***	
Самостоятельность				0,172*
Стимуляция				
Гедонизм			0,177*	
Достижения		0,321*	-0,232*	
Власть	0,263*	-0,275*		
Безопасность				
R ²	0,154	0,168	0,328	0,030

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,001$; *** $p \leq 0,001$.

Для проверки второй гипотезы, что у молодых людей с различиями этнонациональных установок будут наблюдаться разные ценностные приоритеты, мы разделили всю выборку на несколько типов в зависимости от этнонациональных установок в целом. Для этого был проведен кластерный анализ (метод полной связи — complete linkage), по результатам которого мы выделили три группы, отражающие различное сочетание (своего рода «профили») этнонациональных установок. По результатам одномерного дисперсионного анализа практически все различия между «типами» значимы.

Первая группа (21,6 % выборки) названа нами «космополиты». Для них характерно сочетание негативистских и нейтральных по отношению к «нацио-

нальности» установок. При этом данная группа демонстрирует умеренную («в чем-то согласен, в чем-то нет») поддержку патриотических установок и отсутствие согласия с националистическими установками. Может показаться странным, что в данном профиле патриотические установки все же достаточно важны. Однако современные исследователи космополитизма говорят о том, что категория «транснационального» (т. е. космополитического) не противоречит категории «национального» [1] (т. е. в данном контексте «патриотического»).

Вторая группа, составляющая большинство респондентов (67,9 %), получила название «патриоты». Это профиль с ярко выраженными патриотическими установками, а также с более низкими нейтральными установками по отношению к национальности. Негативизм к феномену национальности у представителей данного профиля ниже, чем у «космополитов», но выше, чем в третьей группе «амбивалентных». Они больше, чем «космополиты», поддерживают националистические установки.

Третья группа (10,5 %) была названа нами «нейтральные» или «амбивалентные». Они, с одной стороны, схожи с «космополитами» — высокое согласие с нейтральными этнонациональными установками, с другой стороны, в меньшей степени поддерживают негативистские установки по отношению к национальности и больше, чем «космополиты», согласны с националистическими установками (значимых различий с «патриотами» по этому параметру нет).

Обратимся к сравнению ценностей уровня нормативных идеалов у трех выделенных профилей этнонациональных установок (рис. 2). По результатам многомерного дисперсионного анализа (MANOVA) можно говорить о связи типа этнонациональных установок и ценностей.

Однако, как видно из круговой диаграммы, различия в целом незначительные. Это подтверждают результаты одномерных сравнений, исходя из кото-

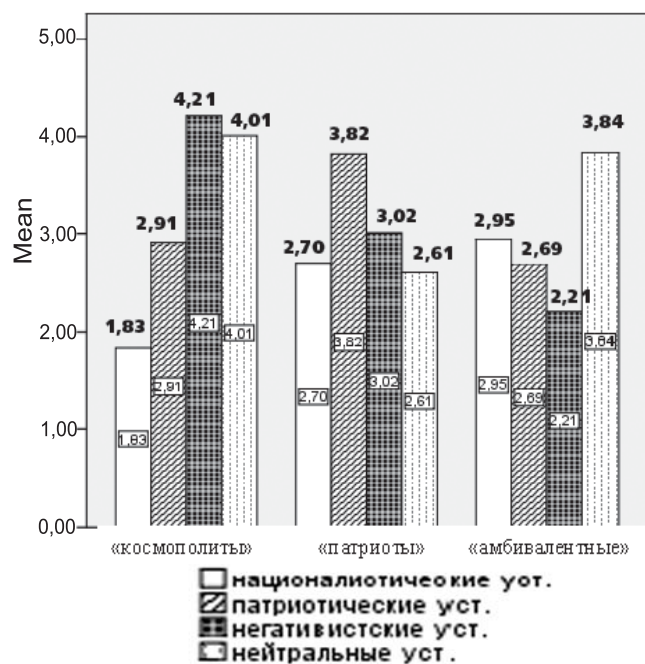


Рис. 1. Разделение выборки на три группы по сочетанию этнонациональных установок

рых только по двум ценностям — благожелательности и власти обнаружены различия на уровне статистической тенденции (Sig. = 0,74; 0,62). Можно говорить о наличии тенденции к более высокому уровню благожелательности у «космополитов» по сравнению с «амбивалентными». Значимость различий по ценности власти обнаружена только по критерию наименьшей значимой разности (LSD), который наиболее подвержен ошибкам [8], следовательно, достоверность обнаруженной нами большей значимости власти для «патриотов» достаточно низкая.



Рис. 2. Ценности — нормативные идеалы у респондентов с разными типами этнонациональных установок

Посмотрим на результаты, полученные в области сравнения выделенных групп по ценностям — индивидуальным приоритетам (рис. 3).

По результатам многомерного дисперсионного анализа можно говорить о том, что существует значимая взаимосвязь между индивидуальными ценностями и принадлежностью к определенному типу носителей этнонациональных установок. На одномерных сравнениях она конкретизируется в ценностях традиции, гедонизма и универсализма ($p \leq 0,05$). Анализ множественных сравнений (Post Hoc) позволяет говорить о том, что ценности традиции для «патриотов» значимо выше ($p \leq 0,01$), чем для «амбивалентных». С «космополитами» различия на уровне статистической тенденции обнаружены только по критерию наименьшей значимой разности (LSD), соответственно достоверность этой закономерности достаточно низкая.

Что касается универсализма, эта ценность наиболее важна для «космополитов» ($p \leq 0,05$). При этом различия с «патриотами» значимы слабо, так как обнаружены только по критерию наименьшей значимой разности.

Ценность гедонизма важнее для «патриотов», по сравнению с «амбивалентными», однако также только по критерию LSD, что говорит о высокой возможности ошибки.



Рис. 3. Ценности — индивидуальные приоритеты у респондентов с разными типами этнонациональных установок

Обсуждение

Попробуем рассмотреть полученные результаты. Нами обнаружено существование взаимосвязи между ценностями и отдельными этнонациональными установками. Можно также говорить о том, что у молодых людей с различиями в этнонациональных установках будут наблюдаться разные ценностные приоритеты.

Таким образом, предполагаемое влияние ценностей на этнонациональные установки доказано. Получается, что то или иное отношение к феномену национальности детерминировано не только социальной ситуацией, влиянием группы, но и индивидуальными ценностными приоритетами. Вопрос только в том, какие именно ценности оказывают наибольшее влияние на этнонациональные установки.

Если рассматривать результаты нашего исследования в целом, то можно увидеть, что наибольшее количество значимых взаимосвязей обнаруживается по ценностям власти и универсализма.

Власть как нормативный идеал ведет к повышению всех установок, связанных со значимостью национальности (и национализма, и патриотизма). На уровне личных приоритетов данная ценность связана с непринятым отношением к представителям иных национальностей, однако гордость за свой народ («патриотизм») оказывается в обратной зависимости. И, наконец, мы можем говорить о большей значимости власти как нормативного идеала для «патриотов» (т. е. респондентов с «патриотическим» профилем этнонациональных установок).

Таким образом, мы видим, что ценности доминирования как социальной нормы связаны со значимостью «национального». Попробуем объяснить этот результат. Значимость статуса и престижа — это ценность, порождающая внимание к ситуациям конкуренции (как выигрышным, так и проигрышным для человека), потому что именно они являются потенциальным источником повышения (или понижения) «властности». Межгрупповая дифференциация, как показано А. Тежфелом [21], в теории социальной идентичности связана со стремлением сохранить или достигнуть превосходства над аутгруппой. Поэтому

для молодых людей, разделяющих ценности власти, важнее этническая и/или национальная категоризация — ведь это одна из возможностей для повышения самоуважения. Данному предположению соответствуют результаты, полученные А. С. Чирковым [16], который отмечал, что высокостатусные школьники демонстрируют менее положительное отношение к культурному многообразию и в большей степени поддерживают установки на дискриминацию.

Причем если доминирование является личным выбором человека (характеристикой поведения), то оно будет конкретизироваться только в неприязненном отношении к иным национальностям (вне связи с гордостью «за свой народ»). Получается, если на уровне идеалов власть может быть связана со значимостью этнической и/или национальной категоризации в целом, то в конкретном поведении мы видим уже последствия такой категоризации. И это в первую очередь аутгрупповая дискриминация, являющаяся основным социально-психологическим механизмом националистических установок.

Вторая наиболее значимая (с точки зрения цели нашего исследования) ценность — универсализм. На всех уровнях эта ценность ведет к согласию с индифферентным отношением к национальности и несогласию с национализмом. При этом универсализм более значим для «космополитов», т. е. тех респондентов, которые демонстрируют умеренную (*«в чем-то согласен, в чем-то нет»*) поддержку патриотических установок и отсутствие согласия с националистическими установками.

Согласно динамической структуре мотивационных блоков Ш. Шварца, ценности власти и универсализма полярны. Первая относится к группе, названной «ценности самовозвышения», вторая группа получила название «самопреодоление» (или «выход за пределы Я»). При этом следует отметить, что власть выражает только интересы индивида, а универсализм — индивидуальные и групповые потребности.

Таким образом, можно предположить, что выбор между значимостью/не-значимостью «национального» тесно связан с разрешением динамического ценностного конфликта между потребностью доминирования и желанием всеобщего благополучия. При этом на уровне личных ценностей значимость «национального», детерминируемая ценностью власти, будет отражаться в склонности к аутгрупповой дискриминации.

Ценность традиции, как ни странно, нашла свое отражение только на уровне индивидуальных приоритетов. Именно личный выбор «уважать и поддерживать обычаи» вносит ведущий вклад в отсутствие согласия с национальной индифферентностью и повышает установки, связанные с важностью этнической и/или национальной принадлежности (как «национализма», так и «патриотизма»). Естественно, что данная группа ценностей более значима для «патриотов», т. е. молодых людей с ярко выраженной «гордостью за свой народ», а также с более низкими, чем у их сверстников, нейтральными установками по отношению к национальности.

Также стоит обратить внимание на влияние ценности гедонизма. В отличие от вышеописанных ценностей, его воздействие на этнонациональные установки крайне противоречиво. На уровне нормативных идеалов ценность наслаждения, чувственного удовольствия от удовлетворения потребностей выступает предиктором националистических установок. А как индивидуальный приоритет гедонизм ведет к повышению согласия с нейтральными этнонациональными установками, т. е. к безразличию в вопросах национальности. В то же время индивидуальная ценность гедонизма важнее для респондентов с ярко выраженными патриотическими установками (однако, как отмечено выше, с высокой вероятностью ошибки).

Объяснить эти противоречия можно следующим образом. Если посмотрим на динамическую структуру мотивационных блоков Ш. Шварца, то увидим, что гедонизм находится примерно посередине между универсализмом и властью. При этом данная ценность сама по себе несколько амбивалентна. Она в чем-то близка достижению (тесно связанному с властью) — их объединяет стремление к получению удовольствия. Гедонизм также пересекается со стимуляцией, расположенной ближе к универсализму. Их объединяет стремление к позитивному эмоциональному переживанию. Таким образом, можно предположить, что мотивационный тип гедонизма отвечает за «энергетическое» обеспечение этнонациональных установок, а их вектор все же определяется властью и универсализмом.

Что касается практических последствий, то исходя из результатов нашего исследования, можно сделать вывод, что воздействие на ценностную сферу личности способно привести к изменению этнонациональных установок. Базовую закономерность можно сформулировать следующим образом. Воздействие на ценности доминирования и господства (Власть) повышает значимость установок на значимость национальности. Влияние на ценность поддержания всеобщего благополучия снижает важность этнических и национальных различий.

Однако часто задачи, которые ставят перед тем или иным социальным воздействием, связаны со стремлением повысить значимость традиций (особенно в педагогической среде, см., напр.: [6]). Здесь мы можем говорить о том, что повышение уважения к обычаям, рост ценности групповой солидарности необходимо строить без опоры на ценности Власть. То есть без связи с темой социального доминирования, так как это может привести к росту неприязненного отношения к представителям иных национальностей. Для того чтобы такое не случилось, обычаи должны выступать как символ солидарности группы, отражение ее уникальности, но не как материал для самоутверждения.

Возможно ли это? Здесь необходимо обратить внимание на анализ проблемы межгруппового сравнения в современной социальной психологии. По мнению некоторых исследователей, межгрупповое сравнение — не единственный способ, посредством которого может быть достигнута позитивная оценка ингруппы. Британские ученые [20] показали, что в

случае национальной идентичности могут существовать три сравнения: с другой нацией (межгрупповое), с преуспеванием своей же страны в прошлом или будущем (временное сравнение), с идеальным обществом (абсолютные стандарты). Соответственно, первый тип сравнения является «релятивным» [17], т. е. имеющим отношение к межгрупповому сравнению, второй и третий — автономными (не связанные с представлениями об аутгруппе). При этом в группе «временного» сравнения исследователями выявлена высокая корреляция между ингрупповой идентификацией и оценкой аутгруппы вне какой-либо связи с аутгрупповой дискриминацией.

Таким образом, мы можем предположить, что акцент на ценности традиции для предотвращения возможного роста национализма обязательно должен сопровождаться «автономным» социальным сравнением своей группы. Межгрупповое сравнение здесь должно использоваться в минимальной степени.

Выводы

1. Существует взаимосвязь между ценностными мотивационными типами, по Ш. Шварцу, и этнонациональными установками. При этом наибольшее

влияние оказывают ценности власти (стремление к социальному доминированию), универсализма (желание всеобщего благополучия) и традиции (уважение обычаев и символов групповой солидарности), а также гедонизма (стремление к удовольствиям).

2. У молодых людей с различиями в этнонациональных установках будут наблюдаться разные ценностные приоритеты. Так, для юношей и девушек с ярко выраженными патриотическими установками более значима ценность власти и традиции. Для «космополитов», демонстрирующих согласие с установками на «не-значимость» национальности, важнее ценность благожелательности и универсализма.

3. В целом можно сказать, что то или иное отношение к феномену национальности детерминировано не только социальной ситуацией, влиянием группы и прочим, но и индивидуальными ценностными приоритетами.

Так, выбор между значимостью/не-значимостью «национального» тесно связан с разрешением динамического ценностного конфликта между потребностью доминирования (власть) и желанием всеобщего благополучия (универсализм). При этом на уровне личных ценностей значимость «национального», детерминируемая ценностью власти, будет отражаться в склонности к аутгрупповой дискриминации.

Литература

1. Бек У. Космополитическое мировоззрение. М., 2008.
2. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. П. Социальная психология личности. М., 2009.
3. Верховский А. М., Кожевникова Г. В., Сибирева О. А. Ксенофобия, свобода совести и антиэкстремизм в России в 2009 году: Сборник ежегодных докладов Информационно-аналитического центра «СОВА». М., 2010.
4. Гриценко В. В., Смотрова Т. Н. Ценностно-нормативные основы интеграции этнических мигрантов в российское общество. Смоленск, 2008.
5. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб., 2004.
6. Ковалева Н. И. Социально-психологическое сопровождение процесса адаптации представителей разных культур в условиях образовательного учреждения // Культурно-историческая психология. 2010. № 1.
7. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Ценности культуры и развитие общества. М., 2007.
8. Наследов А. Д. SPSS. Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. СПб., 2007.
9. Российская идентичность в Москве и регионах. М., 2009.
10. Скрипкина Т. П. Установки толерантного сознания, доверия и ксенофобии у молодежи, проживающей в южно-российском регионе РФ // Социальная психология и общество. 2010. № 1.
11. Ткаченко Н. В. Этно-национальные установки и этнические предрассудки: проблема взаимосвязи // Вестник МГОУ. Серия «Психологические науки». 2009. № 1.
12. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка: В 4 т. М., 2007.
13. Хухлаев О. Е. Этнонациональные установки московских старшеклассников в условиях совместного обучения с мигрантами // Психологическая наука и образование. 2009. № 1.
14. Хухлаев О. Е. Этнонациональные установки современной Российской молодежи // Вопросы психологии. 2011. № 1.
15. Хухлаев О. Е., Кузнецов И. М. Национализм как социально-психологический феномен: к постановке вопроса // Акмеология. 2008. № 3, 4.
16. Чирков А. С. Взаимосвязь социального статуса и этнонациональных установок (на материале изучения московских школьников) // Электронный журнал «Психологическая наука и образование www.psyedu.ru». 2010. № 3. Электронная версия: http://psyjournals.ru/psyedu_ru/2010/n3/Chirkov.shtml
17. Hinkle S., Brown R. J. Intergroup differentiation and social identity: Some links and Lacunae // Social identity theory: Constructive and critical advances. N. Y., 1990.
18. Kemmelmeier M., Winter D. G. Sowing Patriotism, But Reaping Nationalism? Consequences of Exposure to the American Flag // Political Psychology. 2008. Vol. 29. Issue 6.
19. Kosterman R., Feshbach S. Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes // Political Psychology. 1989. Vol. 10.
20. Mummendey A., Klink A., Brown R. Nationalism and patriotism: National identification and out-group rejection // The British Journal of Social Psychology. 2001. Vol. 40.
21. Tajfel H. Social identity and intergroup relations. Cambridge and Paris, 1982.

Ethnonational Attitudes and Values of Present-Day Youth

O. Ye. Khukhlaev

PhD in Psychology, Head of the Chair of Ethnopsychology and Psychological Problems in Multicultural Education of the Social Psychology Department at the Moscow State University of Psychology and Education

A. A. Buchek

PhD in Psychology, associate professor at the Chair of Theoretical and Applied Psychology, Faculty of Psychology and Education, Vitus Bering Kamchatka State University

R. I. Zinurova

PhD in Sociology, professor at the Chair of Innovative Enterprise and Financial Management, Kazan State University of Technology

N. K. Radina

PhD in Psychology, PhD in Political Science, professor at the Chair of Developmental and Educational Psychology of the Nizhny Novgorod State Pedagogical University, professor at the Chair of Social Psychology and Education of the Nizhny Novgorod Institute of Management and Business

T. Ts. Tudupova

PhD in Psychology, associate professor at the Chair of General and Social Psychology, Buryat State University

E. R. Khakimov

PhD in Psychology, associate professor at the Chair of Pedagogy and Educational Psychology, Udmurt State University

The aim of this work was explore the correlation between S. Schwartz's motivational types of values and ethnonational attitudes. The research was conducted in 2009–2010 in five Russian regions: the Republic of Buryatia, Kamchatka, Volga region, the Republic of Tatarstan, and the Udmurt Republic. It involved 610 participants, all of them students of the universities located in the regional capitals. As it was revealed, the following values have the strongest impact on ethnonational attitudes: Power (seeking for social dominance), Universalism (seeking for common welfare), Tradition (respect for customs and symbols of group solidarity), and Hedonism (seeking for pleasures). Young persons with differences in ethnonational attitudes would have different value priorities. It is also showed that the choice between the significance/insignificance of «national» is closely related to the value conflict between seeking for dominance (Power) and seeking for common welfare (Universalism) and to how it is resolved. Moreover, on the level of personal values the significance of «national», that is determined by the Power value, would be reflected in the tendency for out-group discrimination.

Keywords: out-group discrimination, in-group favouritism, nationalism, patriotism, values, ethnonational attitudes.

References

1. *Bek U.* Kosmopoliticheskoe mirovozzrenie. M., 2008.
2. *Belinskaya E. P., Tihomandrickaya O. P.* Social'naya psikhologiya lichnosti. M., 2009.
3. *Verhovskii A. M., Kozhevnikova G. V., Sibireva O. A.* Ksenofobiya, svoboda sovesti i antiekstremizm v Rossii v 2009 godu: Sbornik ezhegodnyh dokladov Informacionno-analiticheskogo centra «SOVA». M., 2010.
4. *Gricenko V. V., Smotrova T. N.* Cennostno-normativnye osnovy integracii etnicheskikh migrantov v rossiiskoe obshestvo. Smolensk, 2008.
5. *Karandashev V. N.* Metodika Shvarca dlya izucheniya cennosti lichnosti: koncepciya i metodicheskoe rukovodstvo. SPb., 2004.
6. *Kovaleva N. I.* Social'no-psihologicheskoe soprovozhdenie processa adaptacii predstavitelei raznykh kul'tur v usloviyakh obrazovatel'nogo uchrezhdeniya // Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya. 2010. № 1.
7. *Lebedeva N. M., Tatarko A. N.* Cennosti kul'tury i razvitiye obshestva. M., 2007.
8. *Nasledov A. D.* SPSS. Komp'yuternyi analiz dannykh v psikhologii i social'nykh naukakh. SPb., 2007.
9. Rossiiskaya identichnost' v Moskve i regionah. M., 2009.
10. *Skipkina T. P.* Ustanovki tolerantnogo soznaniya, doveriya i ksenofobii u molodezhi, prozhivayushei v yuzhno-rossiiskom regione RF // Social'naya psikhologiya i obshestvo. 2010. № 1.
11. *Tkachenko N. V.* Etno-nacional'nye ustanovki i etnicheskie predubezhdeniya: problema vzaimosvyazi // Vestnik MGOU. Seriya «Psihologicheskie nauki». 2009. № 1.
12. *Ushakov D. N.* Tolkovyi slovar' russkogo yazyka: V 4 t. M., 2007.
13. *Huhlaev O. E.* Etnonacional'nye ustanovki moskovskikh starsheklassnikov v usloviyakh sovmestnogo obucheniya s migrantami // Psihologicheskaya nauka i obrazovanie. 2009. № 1.
14. *Huhlaev O. E.* Etnonacional'nye ustanovki sovremennoi Rossiiskoi molodezhi // Voprosy psikhologii. 2011. № 1.
15. *Huhlaev O. E., Kuznecov I. M.* Nacionalizm kak social'no-psihologicheskii fenomen: k postanovke voprosa // Akmeologiya. 2008. № 3, 4.
16. *Chirkov A. S.* Vzaimosvyaz' social'nogo statusa i etnonacional'nykh ustanovok (na materiale izucheniya moskovskikh shkol'nikov) // Elektronnyi zhurnal «Psihologicheskaya nauka i obrazovanie www. psyedu.ru». 2010. № 3. Elektronnaya versiya: http://psyjournals.ru/psyedu_ru/2010/n3/Chirkov.shtml
17. *Hinkle S., Brown R. J.* Intergroup differentiation and social identity: Some links and Lacunae // Social identity theory: Constructive and critical advances. N. Y., 1990.
18. *Kemmelmeier M., Winter D. G.* Sowing Patriotism, But Reaping Nationalism? Consequences of Exposure to the American Flag // Political Psychology. 2008. Vol. 29. Issue 6.
19. *Kosterman R., Feshbach S.* Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes // Political Psychology. 1989. Vol. 10.
20. *Mummendey A., Klink A., Brown R.* Nationalism and patriotism: National identification and out-group rejection // The British Journal of Social Psychology. 2001. Vol. 40.
21. *Tajfel H.* Social identity and intergroup relations. Cambridge and Paris, 1982.